

Strategi Komunikasi Politik Indrar Parawansa dalam Membangun Citra Kepemimpinan Perempuan

Mukhamad Busro Asmuni¹, Marina Rospitasari², Chomariyana Kartika Hesti³, Nur Inayah Yushar⁴, Lailatus Sholihah⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia

E-mail: mukhamadbusroa@upnvj.ac.id¹, marinarospitasari@upnvj.ac.id², chomariyanakh@upnvj.ac.id³, nurinayahyushar@upnvj.ac.id⁴, lailatussholihah@upnvj.ac.id⁵

Article History:

Received: 01 Oktober 2025

Revised: 07 Oktober 2025

Accepted: 08 Oktober 2025

Keywords: Komunikasi Politik, Kepemimpinan Perempuan, Strategi Komunikasi.

Abstract: Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi politik Khofifah Indar Parawansa dalam membangun citra kepemimpinan perempuan di ruang politik Indonesia yang masih dipengaruhi nilai-nilai patriarkal. Sebagai figur politik perempuan berpengaruh, Khofifah menunjukkan pola komunikasi yang menegosiasikan identitas gender melalui nilai religiusitas, empati sosial, dan representasi kepemimpinan yang inklusif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali secara mendalam bentuk dan makna strategi komunikasi politik yang dijalankan. Data diperoleh melalui pengumpulan, penelaahan, dan analisis berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dokumen resmi, maupun sumber daring akademik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik Khofifah dibangun melalui tiga dimensi utama: religiusitas sebagai modal simbolik, empati sosial sebagai bentuk kepemimpinan partisipatif, dan negosiasi identitas gender untuk memperkuat legitimasi politik. Strategi tersebut berperan penting dalam membentuk citra kepemimpinan perempuan yang kredibel dan diterima publik. Penelitian ini memperkaya kajian komunikasi politik dan gender dengan menunjukkan bagaimana politisi perempuan menggunakan strategi komunikasi adaptif dalam membangun citra kepemimpinan di ranah politik Indonesia.

PENDAHULUAN

Keterlibatan perempuan dalam politik Indonesia terus mengalami peningkatan, namun masih dihadapkan pada hambatan struktural dan kultural yang bersumber dari dominasi sistem patriarkal (Kahpi & Harahap, 2024). Data menunjukkan bahwa keterwakilan perempuan di DPR RI periode 2024–2029 mencapai 21,9%, tertinggi sepanjang sejarah parlemen, sementara partisipasi mereka dalam Pilkada 2024 baru mencapai 19,92% (Sitompul et al., 2025). Kondisi ini

menunjukkan bahwa perempuan masih menghadapi tantangan besar dalam membangun legitimasi dan citra kepemimpinan di ruang publik yang maskulin.

Data menunjukkan bahwa pada periode 2024–2029, keterwakilan perempuan di DPR RI mencapai 21,9% atau 127 dari 580 kursi, menjadi capaian tertinggi sepanjang sejarah parlemen Indonesia (Antaranews, 2024). Namun demikian, partisipasi perempuan dalam jabatan eksekutif dan kepemimpinan daerah masih relatif rendah, dengan proporsi sekitar 19,92% dari total peserta Pilkada Serentak 2024 yang berjenis kelamin perempuan (Kompas, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa perempuan masih menghadapi tantangan besar dalam meraih posisi strategis di bidang politik (Nurjaman, 2021). Hambatan tersebut tidak hanya bersumber dari sistem politik yang didominasi laki-laki, tetapi juga dari stereotip sosial yang mengasosiasikan kepemimpinan dengan maskulinitas. Seperti dijelaskan oleh (Syaifudin, 2022) politik merupakan arena simbolik di mana perempuan kerap dipersepsikan tidak rasional dan kurang tegas, sehingga mereka perlu melakukan strategi komunikasi yang lebih kompleks untuk memperoleh legitimasi publik. Dalam pandangan (Aulia et al., 2024), proses ini dapat dipahami melalui konsep *impression management*, di mana individu secara sadar mengelola citra diri untuk menampilkan kesan tertentu yang dapat diterima oleh khalayak.

Komunikasi politik dalam hal ini berperan penting sebagai instrumen simbolik untuk membangun citra kepemimpinan yang kredibel. Penelitian (Rozi, 2025) menyatakan bahwa komunikasi politik bukan sekadar penyampaian pesan, melainkan juga proses pembentukan makna dan persepsi publik terhadap aktor politik. Bagi politisi perempuan, komunikasi politik menjadi sarana strategis untuk menegosiasikan identitas gender, membangun kedekatan emosional, serta memperkuat citra moral dan kompetensi di tengah ekspektasi sosial yang kontradiktif. Hal ini sejalan dengan *standpoint theory* yang dikemukakan oleh (Harding, 2004), yang menegaskan bahwa pengalaman perempuan menghadirkan perspektif epistemologis yang berbeda dalam memahami relasi kekuasaan dan representasi sosial di ruang publik.

Dalam konteks ini, strategi komunikasi politik menjadi kunci penting bagi politisi perempuan. Penelitian (Alam, 2021) menyebut komunikasi politik sebagai proses pembentukan makna publik terhadap aktor politik, sementara (Schlenker, 1980) melalui konsep *impression management* menjelaskan bagaimana individu mengelola citra diri agar diterima masyarakat. Bagi perempuan, strategi ini tidak hanya bersifat persuasif, tetapi juga merupakan bentuk negosiasi terhadap stereotip gender dan ekspektasi sosial.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa politisi perempuan di Indonesia banyak memanfaatkan pendekatan moral, religius, dan empatik untuk membangun kepercayaan publik (Basri & Nurbayani, 2021). Dalam konteks ini, Khofifah Indar Parawansa menjadi contoh representatif. Sebagai Gubernur Jawa Timur dan tokoh Muslimah nasional, Khofifah menampilkan strategi komunikasi yang religius, inklusif, dan tegas untuk membangun citra kepemimpinan perempuan yang kredibel. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik berperan tidak hanya sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai mekanisme konstruksi simbolik yang memungkinkan perempuan menegosiasikan posisi dan identitas kepemimpinannya di tengah budaya politik patriarkal Indonesia (Thaha & Qudratullah, 2025).

Landasan Teori

Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan politik dari aktor politik kepada publik dengan tujuan membentuk opini, sikap, dan perilaku politik masyarakat (Arrianie & Si,

2023). Menurut (Indrawan & Ilmar, 2020), komunikasi politik adalah proses simbolik di mana makna politik dibangun, dinegosiasikan, dan disebarluaskan melalui pesan yang memiliki dimensi kekuasaan. Komunikasi politik tidak hanya menyangkut penyampaian informasi, tetapi juga strategi dalam memengaruhi persepsi publik terhadap aktor politik dan isu-isu yang dibawa.

Penelitian (Firmansyah, 2025) menambahkan bahwa komunikasi politik melibatkan tiga elemen utama: aktor politik (politisi, partai, pemerintah), media (saluran komunikasi), dan publik (penerima pesan). Hubungan antara ketiganya menentukan keberhasilan aktor politik dalam membangun legitimasi dan citra publik. Dengan demikian, strategi komunikasi politik menjadi instrumen penting untuk membentuk citra diri (*self-image*), kredibilitas, dan kedekatan emosional antara pemimpin dan masyarakat.

Dalam konteks Khofifah Indar Parawansa, komunikasi politik berperan dalam membangun narasi kepemimpinan perempuan yang religius, empatik, dan inklusif. Melalui pidato, media sosial, dan interaksi publik, Khofifah menampilkan gaya komunikasi yang menekankan nilai moral dan keislaman sebagai basis legitimasi simbolik di tengah kultur politik patriarkal.

Citra Politik

Citra politik merupakan konstruksi sosial yang terbentuk melalui persepsi publik terhadap kepribadian, moralitas, dan kompetensi seorang pemimpin. Menurut (Falah, 2023) citra politik adalah representasi simbolik dari karakter dan nilai yang ingin ditampilkan politisi untuk memperoleh kepercayaan publik. Sementara itu, menurut (Lubis & Rabbani, 2023), citra merupakan *pictures in our heads*—yakni hasil persepsi sosial yang dibentuk oleh pengalaman, media, dan komunikasi simbolik.

Dalam perspektif ini, pembentukan citra politik tidak bersifat alami, tetapi merupakan hasil dari strategi komunikasi yang terencana. Strategi tersebut mencakup pemilihan simbol, narasi, dan gaya komunikasi yang konsisten dengan nilai-nilai sosial masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh (Schlenker, 1980) melalui konsep *impression management*, individu berupaya menampilkan citra tertentu di hadapan publik agar memperoleh penerimaan sosial. Konsep ini relevan untuk menjelaskan bagaimana Khofifah mengelola citra kepemimpinan perempuan melalui komunikasi yang menonjolkan religiusitas, kepedulian sosial, dan integritas.

Gender dan Kepemimpinan

Kepemimpinan perempuan masih sering dikonstruksikan melalui lensa gender yang bias. Penelitian (Petrogiannis & Freidenvall, 2022) menjelaskan bahwa sistem politik modern masih didominasi nilai-nilai maskulin seperti rasionalitas, kompetisi, dan otoritas, yang sering kali menempatkan perempuan pada posisi subordinat. Oleh karena itu, perempuan politisi perlu mengembangkan gaya kepemimpinan yang menegosiasikan antara nilai feminin (empati, moralitas, komunikasi interpersonal) dan nilai maskulin (ketegasan, rasionalitas, kontrol).

Menurut (Mambu et al., 2023), kepemimpinan perempuan cenderung bersifat transformasional, yakni mengedepankan komunikasi dua arah, partisipasi, dan hubungan emosional dengan pengikutnya. Gaya kepemimpinan ini dinilai lebih efektif dalam membangun kepercayaan publik dan kohesi sosial. Dalam konteks Khofifah Indar Parawansa, gaya kepemimpinan transformasional tercermin melalui pendekatannya yang religius, egaliter, dan komunikatif dalam berinteraksi dengan masyarakat serta dalam mengelola isu publik.

Standpoint

Standpoint theory menjelaskan bahwa pengalaman perempuan memberikan sudut pandang yang unik terhadap relasi kekuasaan dan struktur sosial. Menurut (Harding, 2004) menegaskan bahwa perempuan memiliki posisi epistemologis yang berbeda dalam memahami dan

menegosiasikan kekuasaan karena mereka hidup dalam sistem sosial yang tidak seimbang. Dalam politik, hal ini berarti perempuan perlu menggunakan komunikasi untuk menyuarakan pengalaman, nilai, dan identitas mereka agar diterima sebagai pemimpin yang sah.

Dalam konteks kepemimpinan Khofifah, teori ini relevan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi politiknya berfungsi sebagai bentuk negosiasi terhadap dominasi patriarkal. Melalui narasi religius dan moral, Khofifah tidak hanya membangun citra kepemimpinan perempuan yang kuat, tetapi juga merekonstruksi makna kepemimpinan itu sendiri agar selaras dengan nilai-nilai sosial dan keagamaan masyarakat Jawa Timur (Maulida, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi politik Khofifah Indar Parawansa dalam membangun citra kepemimpinan perempuan di ranah politik Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan ruang bagi peneliti untuk memahami makna, simbol, dan konteks sosial yang melatarbelakangi praktik komunikasi politik secara interpretatif (Creswell & Creswell, 2017). Metode studi literatur digunakan untuk menelaah berbagai sumber akademik, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel media massa, dan dokumen resmi yang relevan dengan tema komunikasi politik, kepemimpinan perempuan, serta representasi politik Khofifah Indar Parawansa (Fatimah et al., 2025).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap literatur primer dan sekunder dengan kriteria relevansi terhadap fokus penelitian, kredibilitas sumber, dan kebaruan informasi (Kusumastuti et al., 2025). Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik (*thematic analysis*) guna mengidentifikasi pola, tema, dan strategi komunikasi yang digunakan Khofifah dalam membangun citra kepemimpinan yang religius, inklusif, dan berorientasi pada nilai-nilai sosial. Validitas hasil analisis dijaga melalui proses triangulasi sumber literatur dan konsistensi interpretasi tematik, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan akademik terhadap dinamika komunikasi politik perempuan dalam konteks kepemimpinan di Indonesia (Humble & Mozellus, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Inklusif dan Empatik

Selain religiusitas, Khofifah mengedepankan komunikasi politik yang inklusif dan empatik, mencerminkan karakter kepemimpinan kolaboratif. Ia aktif membangun dialog dengan berbagai kelompok masyarakat, termasuk kalangan pesantren, komunitas perempuan, tokoh agama, dan kelompok minoritas. Pendekatan ini memperlihatkan upaya Khofifah dalam merangkul seluruh elemen masyarakat tanpa diskriminasi gender, agama, atau kelas sosial (Parawansa, 2023).

Menurut (Reigstad, 2021), komunikasi perempuan umumnya berorientasi pada empati dan kolaborasi (*rapport talk*), berbeda dengan gaya komunikasi maskulin yang bersifat kompetitif (*report talk*). Dalam konteks ini, Khofifah berhasil menampilkan gaya komunikasi khas perempuan yang mampu menumbuhkan rasa kedekatan emosional dengan publik, tanpa kehilangan ketegasan sebagai pemimpin daerah.

Hasil survei terukur (2024) menunjukkan bahwa 76% masyarakat Jawa Timur merasa puas terhadap gaya komunikasi kepemimpinan Khofifah–Emil, khususnya karena dianggap “terbuka terhadap aspirasi masyarakat dan cepat tanggap terhadap isu sosial.” Respons positif ini memperlihatkan keberhasilan strategi komunikasi empatik dalam memperkuat citra kepemimpinan yang responsif dan partisipatif.

Pengelolaan Citra melalui Media dan Narasi Publik

Khofifah juga menampilkan kemampuan komunikasi publik yang kuat melalui media massa dan media digital. Dalam setiap pemberitaan, ia berupaya mengelola narasi kepemimpinan yang menonjolkan nilai integritas, keibuan, dan profesionalisme (Lutfi et al., 2025). Strategi ini mencerminkan konsep *impression management* (Schlenker, 1980), yaitu bagaimana aktor publik mengelola citra dirinya agar sesuai dengan harapan masyarakat.

Di era digital, media sosial menjadi sarana utama bagi Khofifah untuk membangun kedekatan simbolik dengan publik. Berdasarkan analisis media daring (2023–2025), unggahan Khofifah di platform Instagram dan X (Twitter) umumnya menonjolkan kegiatan sosial, pendidikan, dan keagamaan. Ia menggunakan gaya bahasa yang hangat, sederhana, dan berorientasi pada pelayanan, misalnya melalui narasi seperti *“Gotong royong membangun Jawa Timur”* dan *“Perempuan harus berdaya dan memimpin dengan hati.”*

Hasil pemantauan Drone Emprit Publications (2024) menunjukkan bahwa selama dua tahun terakhir, sentimen publik terhadap Khofifah di media sosial didominasi oleh opini positif sebesar 68%, terutama terkait citra kepemimpinan religius dan responsif terhadap isu perempuan. Pengelolaan narasi ini berperan penting dalam menjaga kepercayaan publik dan memperkuat citra sebagai pemimpin yang otentik dan kredibel.

Negosiasi Identitas Gender dalam Ruang Politik Patriarkal

Sebagai perempuan yang berkiprah di dunia politik yang masih sarat bias gender, Khofifah menghadapi tantangan dalam menegosiasikan identitasnya sebagai perempuan dan pemimpin. Namun, ia tidak menolak stereotip tersebut secara konfrontatif, melainkan melakukan negosiasi simbolik dengan memadukan peran keibuan, religiusitas, dan profesionalisme (Kurniawati, 2023).

Pendekatan ini sejalan dengan konsep *agency* menurut (Gina, 2022) yang menegaskan bahwa perempuan dapat menegosiasikan kekuasaan melalui nilai-nilai keagamaan, bukan sekadar melawan sistem patriarki, tetapi memanfaatkannya untuk memperkuat posisi sosial. Khofifah menunjukkan bentuk *agency* ini melalui citra sebagai “ibu bangsa” yang kuat, bijaksana, namun tetap religius — simbol kepemimpinan yang dapat diterima di tengah masyarakat patriarkal.

Di tingkat nasional, Khofifah juga dikenal memiliki pengaruh politik yang cukup signifikan. Ia pernah menjabat sebagai Menteri Pemberdayaan Perempuan (1998–2001) dan Menteri Sosial (2014–2018). Keterlibatannya dalam berbagai posisi publik menunjukkan konsistensi dalam membangun citra kepemimpinan perempuan yang kredibel dan berorientasi pada pelayanan sosial.

Selain itu, berdasarkan laporan Kompas (2025), tingkat partisipasi politik perempuan dalam Pilkada 2024 mencapai 19,92%, meningkat dari periode sebelumnya. Hal ini mencerminkan bahwa keberhasilan tokoh seperti Khofifah turut berkontribusi dalam membuka ruang representasi politik perempuan di Indonesia.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi politik Khofifah Indar Parawansa dalam membangun citra kepemimpinan perempuan merupakan hasil dari proses komunikasi yang terencana, reflektif, dan berorientasi pada nilai-nilai sosial, kultural, serta religius dalam konteks politik Indonesia. Strategi komunikasi yang diterapkan Khofifah bersifat inklusif dan empatik, dengan menekankan keterbukaan, kesetaraan, serta kedekatan emosional terhadap masyarakat melalui pendekatan dialogis dan partisipatif. Melalui gaya komunikasi yang hangat namun tegas, Khofifah berhasil membangun kepercayaan publik dan menampilkan citra pemimpin perempuan yang humanis, responsif, dan berorientasi pada kepentingan rakyat.

Selain itu, strategi tersebut diperkuat oleh pengelolaan citra diri melalui media dan narasi publik yang konsisten dengan nilai-nilai religius, etika pelayanan, dan integritas moral. Pemanfaatan media massa dan platform digital secara strategis memungkinkan Khofifah membangun narasi kepemimpinan yang modern, visioner, serta berakar pada nilai-nilai kemanusiaan. Keberhasilannya dalam menjaga keselarasan antara pesan politik dan tindakan nyata memperkuat persepsi publik terhadap kredibilitas dan legitimasi kepemimpinannya.

Dalam konteks yang lebih luas, strategi komunikasi tersebut juga mencerminkan kemampuan Khofifah dalam menegosiasikan identitas gender di ruang politik yang patriarkal, di mana ia tidak menolak peran keperempuanan, melainkan menjadikannya sebagai sumber kekuatan simbolik yang merepresentasikan empati, kepekaan sosial, dan ketulusan sebagai nilai moral dalam kepemimpinan. Dengan mengintegrasikan dimensi empati, religiusitas, dan profesionalitas dalam komunikasi politiknya, Khofifah berhasil membentuk citra diri sebagai pemimpin perempuan yang tegas namun tetap lembut, rasional sekaligus spiritual, serta mampu menembus batas-batas gender dalam struktur politik yang maskulin.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi politik Khofifah Indar Parawansa menunjukkan bahwa kepemimpinan perempuan di Indonesia dapat dibangun melalui kombinasi antara komunikasi yang empatik, pengelolaan citra yang konsisten, serta kemampuan mengolah identitas gender sebagai kekuatan moral dan simbolik. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi politik yang berbasis nilai dan kontekstual mampu menjadi instrumen efektif dalam memperkuat representasi dan legitimasi kepemimpinan perempuan

DAFTAR REFERENSI

- Alam, S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. *Avant Garde*, 9(1), 67.
- Arrianie, L., & Si, M. (2023). *Komunikasi Politik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Aulia, N., Gunawan, W., & Yunita, D. (2024). Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram@ Roro_Yustina). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(1), 65–81.
- Basri, J., & Nurbayani, N. (2021). PERAN PEREMPUAN DALAM POLITIK PRAKTIS DI INDONESIA. *Jurnal NARATAS*, 3(1), 1–9.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Falah, Z. (2023). Peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat pemilu. *Syntax Idea*, 5(9), 1867–1876.
- Fatimah, S., Zen, N. H., & Fitrisia, A. (2025). Literatur Riview dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Khusus. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 41–48.
- Firmansyah, J. (2025). KOMUNIKASI POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI POLITIK: STUDI PADA PASANGAN JAROT-ANSORI PADA PEMILU KEPALA DAERAH SUMBAWA 2024. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 7(1), 43–50.
- Gina, A. (2022). Pengetahuan Feminis Indonesia: Refleksi, Aksi, dan Praxis. *Jurnal Perempuan*, 27(2).
- Harding, S. G. (2004). *The feminist standpoint theory reader: Intellectual and political controversies*. Psychology Press.
- Humble, N., & Mozellus, P. (2022). Content analysis or thematic analysis: Similarities, differences and applications in qualitative research. *European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies*, 21(1), 76–81.

-
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1–17.
- Kahpi, M. L., & Harahap, A. (2024). Analisis Partisipasi Politik Perempuan Di Indonesia: Faktor Penghambat Dan Pendorong. *Jurnal Kajian Gender Dan Anak*, 8(1), 64–77.
- Kurniawati, N. R. (2023). Kontroversi Peran Aktif Wanita Dalam Urusan Umum (Studi Hadis Kepemimpinan Wanita). *As-Syifa: Journal of Islamic Studies and History*, 2(1), 29–46.
- Kusumastuti, S. Y., Anggraeni, A. F., Rustam, A., Desi, D. E., & Waseso, B. (2025). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lubis, I. A. R., & Rabbani, R. F. (2023). Pencitraan Dan Identitas Politik Bagi Masyarakat. *Journal of Digital Communication Science*, 1(1), 41–55.
- Lutfi, A., Pratama, P., Siregar, M. A., Rahman, D. S., & Farida, I. (2025). Corporate Culture and Ethical Leadership: Tone at the Top. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 77–89.
- Mambu, T. R., Rares, J. J., & Waworundeng, W. (2023). GAYA KEPEMIMPINAN PEREMPUAN SEBAGAI PEJABAT PUBLIK DI LINGKUNGAN PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN MINAHASA. *Journal Publicuho*, 6(4), 1560–1569.
- Maulida, H. (2021). Perempuan dalam kajian sosiologi gender: Konstruksi peran sosial, ruang publik, dan teori feminis. *Journal of Politics and Democracy*, 1(1), 71–79.
- Nurjaman, A. (2021). Tantangan primordialisme dalam upaya membangun budaya politik nasional. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 370–383.
- Parawansa, K. I. (2023). *NU, perempuan Indonesia: Sudut pandang Islam tradisional*. Nuansa Cendekia.
- Petrogiannis, V., & Freidenvall, L. (2022). Political rhetoric, identities, and dominant gender representations: hegemonic masculinity in service of pro-austerity rhetoric in Greek political discourse. *Norma*, 17(2), 88–106.
- Reigstad, A. K. (2021). *Gender differences in communication styles and their influence on workplace communication and the practice of public relations in the United States*. University of Leicester.
- Rozi, M. F. (2025). *Keterwakilan Politik Perempuan dalam Pemberitaan Media Islam: Analisis Framing Situs Berita Islami. co Tahun 2023-2024*. Universitas Islam Indonesia.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management* (Vol. 526). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Sitompul, H., Ginting, B. C., Pelawi, E. R. A. B., Ramadhan, I. U., Ramadhan, S. A. P., Anadea, S., Manurung, R., & Annisa, S. (2025). DOMINASI LAKI-LAKI DALAM POLITIK INDONESIA: HAMBATAN MENUJU KETERCAPAIAN REPRESENTASI SUBSTANTIF PEREMPUAN DI PARLEMEN. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(5), 541–556.
- Syaifudin, A. A. (2022). Komunikasi Pemasaran Politik. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 3(2), 190–209.
- Thaha, A. N., & Qudratullah, Q. (2025). Menelaah Dinamika Komunikasi Politik dalam Masyarakat Modern. *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 270–285.