



## Strategi Kampanye Calon Anggota DPRD Kota Ternate Di Tengah-Tengah Pemilihan Presiden 2019

Amrullah Umar<sup>1</sup>, Suyatno Kahar<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara  
Korespondensi: yatnokahar@gmail.com\*

### Info Artikel

Diterima 20  
Desember 2020

Disetujui 22 Januari  
2021

Dipublikasikan 26  
Februari 2021

*Keywords:*  
Strategi Kampanye,  
Caleg, Pilpres  
2019.

© 2019 Universitas  
Muhammadiyah  
Buton

Under the license  
CC BY-SA 4.0



### Abstrak

*Pilpres dan Pileg 2019 dilaksanakan secara bersamaan tentu sangat berdampak secara sistemik. Partai-partai pengusung Capres Prabowo harusnya menang di kota Ternate, karena Capres Prabowo menang telak di kota Ternate yakni 67,98%, sementara Capres Jokowi hanya mendapatkan 32,02 %. Namun justru Partai pengusung capres Jokowi seperti PKB, PDIP dan Golkar keluar sebagai partai pemenang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Kampanye Calon Anggota DPRD Kota Ternate Di dalam Pemilihan Presiden 2019. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama Solidaritas diantara Caleg internal partai merupakan suatu strategi untuk memperoleh suara. Kedua, Program kerja partai dijadikan wacana iklan politik. ketiga, strategi kampanye yang dilakukan secara normative sesuai dengan PKPU tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu. Keempat. Untuk menutupi isu politik nasional para Caleg menggunakan isu pembangunan etnis. Kelima, Strategi Kampanye dengan menggunakan hubungan kerja. Keenam, Putra daerah dijadikan dijadikan wacana politik.*

### Abstract

*The presidential and legislative elections the 2019 are held simultaneously that have a very systemic impact. The Prabowo presidential candidate should win in the city of Ternate, because Prabowo won unequivocally in the city of Ternate, namely 67,98%, while Jokowi only got 32,02 %, However, Jokowi's presidential candidate parties such as PKB, PDIP and Golkar came out as the winning party. This study aims to know the campaign strategy for the candidate members of DPRD Ternate City in 2019 Presidential Election. The method used is descriptive qualitative. The results showed that first solidarity among the internal party was a strategy to get votes. Second, the party work program is used as a political advertising discourse. Third, the campaign strategy was carried out normatively by PKPU 2018 concerning the Election Campaign. Fourth, to cover up the issue of national politics, the candidates use the issue of ethnic development. Fifth, the campaign strategy used a working relationship. Sixth, regional people were used as political discourse.*

## 1. Pendahuluan

Pemilihan Umum merupakan momentum sakral dalam sistem demokrasi yang bertujuan memilih calon pemimpin eksekutif dan legislatif. Pemilu menjadi indikator

penting untuk mengukur kualitas demokrasi suatu Negara. Sukses tidaknya pemilu akan berdampak pada legitimasi kepemimpinan sekaligus dukungan pelaksanaan program pembangunan oleh pemerintah terpilih dan kualitas demokrasi itu sendiri. Pemilu di Indonesia dengan segala kompleksitasnya dengan mempertimbangkan anggaran Negara, manajemen pelaksanaannya dengan tahapan pemilu (pileg, pilpres dan pilkada), biaya politik yang tinggi (peserta pemilu) dan mendorong tingkat partisipasi pemilih sekitar 180 juta pemilih bukanlah momentum yang mudah dalam pengelolaannya. Anggapan masyarakat pemilu hanya sekedar rutinitas 5 tahunan belaka dan belum mampu meningkatkan taraf hidup mereka dan tujuan bernegara yaitu terciptanya keadilan dan kesejahteraan harus dijawab dengan menghadirkan pemilu yang berkualitas.

Pemilu 2019 telah dilaksanakan dengan penyelegaraan pilpres dan pileg bersamaan dan serentak. Pemilu ini dilaksanakan berdasarkan perintah konstitusi meskipun masih terjadi penyelesaian sengketa hasil pileg di Mahkamah konstitusi saat penelitian ini kami buat. Pemilu serentak tahun 2019 adalah terobosan baru dalam hal penyelenggaraan pemilu. Dalam sejarah pemilu di Indonesia, pemilu dilaksanakan dengan tahapan pemilihan legeslatif terlebih dahulu lalu dilanjutkan dengan pemilihan presiden. Pelaksanaan pemilu dengan menggabungkan tahapan pilpres dan pileg secara serentak tentu berdampak pada penentuan koalisi partai politik dan strategi kampanye calon presiden yang akan diusung. (Bawaslu, 2015)

Hal ini tergambar dari munculnya Joko Widodo- Ma'ruf Amin yang diusung oleh koalisi Indonesia kerja yaitu PDIP, Golkar, Nasdem, PPP, PKB HANURA, PKPI, PSI, PERINDO dan PBB dan koalisi Indonesia Adil Makmur yang mengusung Prabowo Subianto- Sandiaga Uno dengan gabungan partai Gerindra, PKS, PAN, Partai Demokrat dan Partai Berkarya. Munculnya 2 pasangan calon di atas berpengaruh terhadap strategi kemenangan caleg masing-masing partai. Hal ini menjadi asumsi yang berkembang karena massifnya kampanye pilpres menyedot animo masyarakat sehingga kampanye visi misi caleg tidak menjadi perhatian publik. Sehingga hal ini akan sangat berimplikasi pada politik lokal yang tentu cenderung mengikuti konstalasi politik nasional. Harusnya ketika pilpres dimenangkan oleh Capres Prabowo maka hasil Pileg juga dimenangkan oleh Gerindra, PKS dan PAN.

Realitas Politik di kota Ternate, Pemilihan Presiden dimenangkan oleh Capres Prabowo, pemilihan Legislatif dimenangkan oleh PKB, PDIP dan Golkar, Demokrat. Secara sosiologis, psikologis partai-partai pengusung Capres Prabowo (Gerindra, PAN, PKS) harusnya menang di kota Ternate, karena Capres Prabowo menang di kota Ternate dengan presentase yang sangat tinggi yakni 67,98% (69.468 suara), sementara Capres Jokowi hanya mendapatkan 32,02 % (32.714 suara) (Sumber : Form DB1 PPWP). Dengan hal tersebut sangat berbanding terbalik ketika PKB sebagai partai pengusung Capres Jokowi justru keluar sebagai partai pemenang, partai yang memperoleh kursi Ketua DPRD Kota Ternate karena meraih kursi terbanyak, kemudian PDIP memperoleh suara terbanyak, partai Golkar pun demikian bisa memperoleh wakil ketua DPRD Kota Ternate.

Dengan uraian tersebut di atas maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Kampanye Calon Anggota DPRD Kota Ternate Di Tengah-Tengah Pemilihan Presiden 2019?. Adapun Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Kampanye Calon Anggota DPRD Kota Ternate Di Tengah-Tengah Pemilihan Presiden 2019?. Urgensi dalam

penelitian ini adalah memajukan kualitas pendidikan politik demi tercapainya sistem Demokrasi dan budaya politik local maupun nasional yang lebih baik.

## 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data-data serta argumentasi yang dibangun dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara, observasi serta mengumpulkan berbagai sumber referensi ilmiah berupa jurnal, paper, dan berita media massa. Peneliti melakukan observasi, wawancara dengan beberapa caleg yang mengikuti pemilu 2019 lalu, kemudian menganalisis dengan menggunakan teori marketing politik.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Dalam hasil dan pembahasan permasalahan ini, penulis akan mendeskripsikan terlebih dahulu tentang Strategi Kampanye Calon DPRD Kota Ternate Di Tengah-Tengah Pemilihan Presiden 2019. bagaimana para caleg di kota Ternate melakukan sosialisasi politik dengan menggunakan pendekatan etnis, kerabat, keluarga dan agama serta pendekatan Hubungan Kerja. Namun selalu mengedepankan penyampaian program kerja yang sesuai dengan visi-misi partai. Model kampanye yang dilakukan juga secara tertutup dan terbuka. Adapun hasil tersebut penulis juga menganalisis menggunakan teori marketing politik oleh Adman Nursal.

### 3.1 . Hasil

Hasil penelitian tentang Strategi Kampanye Calon DPRD Kota Ternate di tengah-tengah Pemilihan Presiden 2019 antara lain, sebagai berikut:

*Pertama*, Melakukan sosialisasi politik dengan menggunakan pendekatan etnis, kerabat, keluarga dan agama. Hal ini seperti yang dilakukan oleh calon Legislatif dari PDIP, Partai Perindo dan PAN.

Seperti yang disampaikan oleh seorang Caleg dari PDIP bahwa:

Melakukan Sosialisasi politik melalui pendekatan etnis itu cukup efektif, karena dari aspek Budaya kita sudah menyatuh. Disamping itu, saya juga melakukan pendekatan dengan para tokoh Agama seperti Imam Masjid di kelurahan yang saya tempati. Saya juga lakukan pendekatan atau solidaritas kepada Kerabat atau teman se-Alumni SMP, SMA dan Alumni Perguruan Tinggi untuk mendukung saya. Dengan membangun dan memperkuat solidaritas social tersebut sehingga saya dapat memperoleh suara yang banyak. Hal tersebut juga dilakukan oleh teman-teman lain dalam internal PDIP dampaknya adalah PDIP di kota Ternate memperoleh suara terbanyak meskipun sebaran kursi di masing-masing dapil masih kalah dengan PKB (wawancara, 06 Agustus 2020).

Begitupun juga diungkapkan oleh seorang Caleg dari Partai Perindo bahwa:

Melakukan kampanye politik dengan menarasikan putra Daerah atau disebut anak kampung juga menjadi suatu semangat bagi penduduk pribumi untuk memilih orang pribumi itu sendiri, seperti saya lakukan di dapil saya sendiri, saya menunjukan dirinya sebagai anak kampung/pribumi yang berkualitas untuk memperjuangkan kemajuan daerah kami sendiri". Disamping itu pula, yang saya lakukan adalah kampanye politik dengan pendekatan kelompok-kelompok social, dengan mengungkapkan visi tentang pembangunan kreatifitas pemuda. (wawancara, 07 Agustus 2020).

Oleh Caleg dari partai Amanat Nasional (PAN) bahwa:

Sosialisasi dengan pendekatan etnis itu merupakan bagian dari cara kami untuk meraut perilaku pemilih yang fanatic etnis. Di sisi lain, pendekatan etnis itu bisa mempermudah sosialisasi politik kami. Kami dari caleg PAN Khususnya saya sendiri juga memanfaatkan hubungan kerabat, teman kelompok se-Alumni baik itu Alumni SMP, Alumni SMA dan Alumni Kuliah. Saya juga pun, selalu melakukan silaturahmi kepada keluarga besar untuk meminta Restu/ dukungan. Kalau dengan pendekatan agama saya tidak melakukan itu, karena saya menganggap Politik itu harus realistis, apalagi di kota ternate yang kita ketahui adalah memiliki masyarakat multicultural/ banyak agama. Dengan pendekatan etnis, keluarga dan kerabat kami telah membuktikan partai kami tetap bisa mempertahankan kursi di parlemen. (wawancara 07 Agustus 2020).

*Kedua*, Melakukan kampanye dengan mengedepankan penyampaian program kerja. Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) merupakan partai pemenang dengan perolehan kursi terbanyak di kota Ternate. Apa yang dilakukan di saat kampanye memang sangat tepat, karena strategi kampanye oleh para caleg PKB adalah mengungkapkan gagasan sesuai dengan program kerja yang telah dicanangkan oleh Partai itu sendiri. Misi PKB dalam bidang Ekonomi, menegakkan dan mengembangkan kehidupan ekonomi kerakyatan yang adil dan demokratis. Dalam bidang hukum, menegakkan dan mengembangkan negara hukum yang beradab, mampu mengayomi seluruh rakyat, menjunjung tinggi hak-hak asasi manusia, dan berkeadilan social.(Triono, 2019)

Dalam bidang social budaya, tentang pembangunan budaya yang maju dan modern dengan tetap memelihara jati diri bangsa. Dalam bidang pendidikan, berusaha meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berakhlak mulia, mandiri, terampil, profesional dan kritis terhadap lingkungan social. Para caleg PKB menggunakan misi tersebut sebagai wacana politik dalam mempengaruhi Publik untuk memilih PKB itu sendiri. Saya selalu menggunakan misi tersebut sebagai wacana politik, saya sosialisasikan kepada teman, kerabat dan mengiklankan langsung melalui media social seperti facebook (wawancara, 08 Agustus 2020).

Pembangunan infra struktur (Jalan, jembatan, tempat wisata, akses internet dan fasilitas pendidikan) di masing-masing kelurahan menjadi isu kampanye kami. Karena kami melihat kondisi infra struktur yang ada di masing-masing kelurahan masih tertinggal dibandingkan dengan infra struktur yang ada di kecamatan kota ternate utara, kota ternate tengah dan kota ternate selatan. Strategi komunikasi yang kami gunakan adalah melakukan komunikasi secara linier dan komunikasi interpersonal. Komunikasi Linier yang dimaksudkan adalah kami lakukan komunikasi langsung maupun tidak langsung melalui media social, media cetak di masing-masing kelurahan, serta radio dan Selebaran. Sedangkan kami lakukan komunikasi interpersonal adalah kami tatap muka secara langsung, dari rumah ke rumah, dengan pendekatan keluarga dan teman. Isi pesan yang kami sampaikan adalah pembangunan infrastruktur tersebut di atas.(wawancara, 07 Agustus 2020).

*Ketiga*, Strategi Kampanye Terbuka dan Tertutup. Strategi yang kami lakukan tentu sesuai dengan aturan yang mana telah diatur dalam PKPU Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum (Yanto, 2014) , yakni kami lakukan, antara lain :

- 1). Pertemuan Terbatas

- 2). Pertemuan tatap muka
- 3). Penyebaran Bahan Kampanye Pemilu kepada umum
- 4). Pemasangan Alat Peraga Kampanye di Tempat Umum
- 5). Media Sosial
- 6). Iklan Media Cetak Dan Media Elektronik

Dengan itu, kami tetap mengikuti metode yang telah diatur tersebut, dengan harapan bisa menjadi pendidikan politik bagi masyarakat. Metode kampanye yang kami lakukan tersebut juga ternyata sangat efektif bagi kami, meskipun agenda kampanye bersamaan dengan agenda pemilihan presiden. Justru bisa bisa menguntungkan kami dengan menjual isu politik nasional. Prabowo-Sandi menang dengan presentase 67,98%, seiringan dengan kemenangan prabowo di kota ternate, Parta Amanat Nasional (PAN) di kota ternate bisa memperoleh suara yang cukup signifikan” (wawancara, 07 Agustus 2020).

*Keempat.* Strategi Kampanye Dengan Menggunakan Hubungan Kerja (Memanfaatkan Mitra). Sala satu strategi untuk memperoleh suara adalah kami memanfaatkan hubungan kerja. Kami bekerja sama dengan pengusaha lokal untuk mengkomunikasikan kepada mitra usahanya. Seorang pengusaha ikan bisa membantu kami untuk menyampaikan tujuan-tujuan partai dan atau mempengaruhi mereka untuk memilih partai perindo. Begitupun relasi-relasi yang lain kami memberi tawaran-tawaran yang baik untuk membangun daerah. (wawancara, 07 Agustus 2020).

### **3.2 Pembahasan**

Dalam Teori Marketing Politik, menyebut tiga poin penting dalam Teori Marketing Politik itu sendiri (Nursal, 2004) yang digunakan dalam analisis ini, antara lain.

#### **3.2.1 Push marketing (Dorong pemasaran )**

Tokoh masyarakat, tokoh etnis, tokoh pemuda dijadikan sentral untuk kekuatan dalam melakukan komunikasi politik. Seorang tokoh masyarakat berperan penting dalam membantu seorang caleg untuk sosialisasi politik, seperti apa yang dilakukan oleh seorang caleg partai PDIP Dapil Kota Ternate Selatan.

Adapun juga strategi yang dilakukan menggunakan pendekatan etnis, di mana tokoh etnis makian, tokoh etnis Ternate menjadi motor penggerak dalam melakukan pertemuan-pertemuan terbuka maupun pertemuan tertutup. Seperti memanfaatkan acara arisan orang makian, acara silaturahmi orang Sulawesi, acara silaturahmi orang jawa untuk melakukan sosialisasi politik secara tertutup. Tokoh masyarakat di masing-masing kelurahan dijadikan pilar politik untuk merau t suara partai seperti yang dilakukan oleh Caleg dari Partai Perindo dan Caleg PKB. Kelompok-kelompok Alumni sekolah pun dijadikan sebagai lahan untuk melakukan sosialisasi politik, karena dianggap setiap alumni pasti ada tokoh yang bisa berpengaruh terhadap public.(Solihah, 2018)

Memang kalau ditinjau pada aspek perilaku politik, masyarakat kota Ternate juga sebagian masih memiliki perilaku politik tradisional. Tokoh orang Makian, tokoh orang Tidore, tokoh orang Ternate dan tokoh-tokoh etnis lainnya masih memiliki pengaruh sampai pada persoalan Politik Praktis. Sehingga pada

momentum politik seperti Pemilu masih saja tokoh-tokoh tersebut menjadi penentu dalam kontestasi tersebut.

### **3.2.2 Pull marketing (Tarik Pemasaran )**

Dalam Pull marketing media massa menjadi suatu sarana yang paling strategis untuk dimanfaatkan sebagai ruang kampanye politik/ sosialisasi. Kampanye terbuka yang dilakukan oleh PAN di kota ternate sala satunya menggunakan media massa, new media dan media social, karena dianggap sangat efektif untuk dikonstruksi oleh Publik. Sementara itu, partai perindo juga menggunakan media massa sebagai sala satu sarana paling utama dalam komunikasi politik, rata-rata para caleg di kota ternate selalu mensosialisasikan diri melalui media cetak atau media online. Oleh mereka, media cetak menjadi setral komunikasi politik, media cetak seperti malut post dan poskomalut masih memiliki rating paling tinggi untuk dibaca oleh kaum pemilih rasional. Kemudian daripada itu, sala satu poin yang membuat kemenangan PKB di kota Ternate adalah sosialisasi politik melalui media online dan media social. Program-program pemberdayaan yang telah dimotori oleh PKB selalu menjadi materi kampanye melalui media tersebut. Tentu materi kampanye caleg PKB di kota Ternate selalu mengedepankan ide dan gagasan yang didasarkan atas visi-misi partai itu sendiri. Misalnya gagasan dan gerakan PKB dalam membangun bangsa melalui program-program yang kongrit terhadap masyarakat. Dengan mengedepan ide dan gagasan PKB keluar sebagai partai pemenang. Dengan demikian rata-rata pemilih rasional di kota Ternate pun lebih cenderung memilih caleg dari Partai PKB.(Mukarom, 2016)

### **3.2.3 Pass marketing (Lulus pemasaran).**

Di kota Ternate juga terdapat tiga kategori perilaku pemilih yakni pemilih Rasional, pemilih Tradisional dan pemilih Pragmatis. Pada tiga kategori perilaku pemilih tersebut masih relative seimbang, tergantung momentum dan tergantung wacana politik yang berkembang secara nasional maupun secara local. Pada momentum pilpres dan pileg 2019, ternyata para tokoh etnis, tokoh agama, tokoh pemudah di kota ternate juga terpaku dengan wacana politik pilpres yakni isu 2019 ganti presiden. Sehingga para tokoh-tokoh tersebut menginginkan Capres Prabowo harus menang di Kota Ternate. Dengan demikian maka para caleg di kota ternate juga menyesuaikan diri untuk melakukan kampanye dengan mengedepankan ide dan gagasan pembangunan oleh partai maupun individu caleg itu sendiri. Seperti apa yang dilakukan oleh caleg dari PDIP, caleg dari partai golkar, caleg dari partai demokrat.(Sutrisno & All, 2018)

Begitupun juga oleh caleg dari PKB, di mana mereka sebagai partai pengusung Capres Jokowi yang benar-benar melakukan gerakan politik yang begitu linca. Sehingga meskipun Jokowi kurang disukai oleh tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh adat dan tokoh pemuda di kota ternate. Namun PKB bisa mengunci kemenangannya sendiri, PKB keluar sebagai partai pemenang kursi terbanyak di kota Ternate, akhirnya mereka bisa menduduki ketua DPRD Kota Ternate. Tidak lain dan tidak bukan adalah mereka selalu melakukan sosialisasi politik dengan pendekatan personal, keluarga, etnis, tokoh agama, tokoh masyarakat maupun tokoh pemuda dengan menyesuaikan karakter-karakter yang dimiliki oleh setiap individu atau social tersebut. Lalu kemudian gerakan politik yang dilakukan pun secara senyap dan tepat sasaran. (Schröder, 2010)

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa *pertama* Solidaritas diantara Caleg internal partai merupakan suatu strategi untuk memperoleh suara partai. *Kedua*, Program kerja partai dijadikan wacana iklan politik. *ketiga*, strategi kampanye yang dilakukan secara normative atau sesuai aturan dalam hal ini sesuai dengan PKPU tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum. Sehingga tidak begitu terpengaruh dengan agenda-agenda kampanye pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. *Keempat*. Untuk menutupi isu politik nasional para Caleg menggunakan isu pembangunan etnis, dengan demikian bisa memperoleh dukungan dengan pendekatan etnis dan pendekatan social. *Kelima*, Strategi Kampanye dengan menggunakan hubungan kerja, dengan kata lain memanfaatkan mitra kerja untuk memperoleh suara. *Keenam*, Putra daerah (Anak Kampung) dijadikan isu untuk membangun Sumber Daya Manusia (SDM) di daerah itu sendiri. *Kelima*, pembangunan infra struktur di masing-masing kelurahan juga dijadikan wacana kampanye.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Kemenristek-Dikti yang telah memberikan Dana kepada kami untuk melakukan segala aktifitas yang menyangkut dengan penelitian ini. Kami berterima kasih juga kepada pihak kampus dalam hal ini adalah LP3M yang selalu memberi dorongan semangat untuk tetap melakukan penelitian. Terima kasih juga kepada teman-teman dosen yang sentiasa memberih dukungan baik secara moril maupun materil. Terima kasih kepada pemerintah kota Ternate yang telah memberikan izin penelitian di wilayah kota Ternate.

#### Daftar Pustaka

- Bawaslu. (2015). Sistem Kepartaian , Pemilu dan Sistem Presidensiil. In *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Mukarom, Z. (2016). *Komunikasi Politik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nursal, A. (2004). *Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia.
- Schröder, P. (2010). *Strategi Politik. Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit*. Jakarta.
- Solihah, R. (2018). . 2018. Peluang dan Tantangan Pemilu Serentak 2019 Dalam Perspektif Politik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 73–88. <https://doi.org/10.14710/jiip.v3i1.3234>
- Sutrisno, & All, E. (2018). Komparasi Teori Marketing Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA*, 6(2), 106–111. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i2.1617>
- Triono. (2019). Menakar Efektivitas Pemilu Serentak 2019. *Jurnal Wacana Politik*, 2(2), 156–164.
- Yanto. (2014). Strategi Kampanye Politik Calon Anggota Legislatif Incumbent

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dalam Menghadapi Pemilu Legislatif 2014 (Studi Kasus Partai Golkar di Kabupaten Mukomuko). *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 1(2).