

## ANALISIS FAKTOR ATAS KEPUTUSAN MEMILIH ANGGOTA LEGISLATIF DI KABUPATEN JEMBER (Studi Pada Pemilih Partai Gerindra Kabupaten Jember)

Oleh : **Mirhabun Nadir**  
Magister Manajemen,  
Program Pascasarjana Universitas Islam Malang

### Abstract

*Democracy as a process has formed the spirit of equality and togetherness in advance in politics, among the many parties democracy elected candidates for legislative members is one that has important meaning in because in this legislative elections in the community given many personal alternatives that have different qualifications For Become vice and fight for their aspirations.*

*Unlike pilpres or pilkada that can choose the decision (ekskutif) then the legislative elections choose the policy controller (legislative), and from the legislative function as a controller of this decision also includes the function of budget compilers (budgeting)*

*The policy of organizing politics in Indonesia provides an opportunity for the people to enjoy a democracy, but problems arise as part of the political dynamic becomes a challenge for organizers to offer a proportional and fair system.*

*The election process of legislative members is not maintained from the very tough competition because of the many tricks done to influence the sympathy of the community and to win as many votes as possible in order to be elected as members of the legislature.*

*In response to the phenomenon it is necessary in the know and examined factors ketokohan factors as factors that greatly influence the decision of choosing.*

*The popularity factor will also have a psychological impact on voters, with the popularity of legislative candidates then it is likely to choose to have a large enough percentage.*

*Educational factors can not be excluded as part of factors that will contribute to legislative candidates to weigh in the parliament. The politics of money that gets the stigma of the assemblies in the political dynamics of financial power can not simply be put aside as forces that can influence the choice in determining the choice of their representatives*

*These four factors are selected based on empirical experience which will influence voters' attitudes in determining their choice in the election of legislative members in Jember district.*

*Keywords: Influence, legislative, election*

### PENDAHULUAN

Penelitian ini akan menggali proses yang dialami pemilih untuk memutuskan pilihan pada kandidat anggota legislatif. Dengan cara merekonstruksi pemikiran individu, peneliti hendak menggali apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan pemilih pada saat memutuskan pilihan pada kandidat legislatif ataupun eksekutif. Uraian tentang gambaran utuh mengenai apa

yang merefleksikan keputusan memilih bagi para *voters* tersebut menarik untuk dapat diteliti dan dikaji dalam penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu Apakah ketokohan, popularitas, pendidikan, dan politik uang caleg menjadi pertimbangan pemilih dalam menentukan pilihan suara mereka terhadap calon anggota legislatif di kabupaten Jember. Beberapa manfaat yang diidentifikasi menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk memberikan kontribusi pemikiran bagi keilmuan terutama pemasaran politik, dan memperkaya hasil empiris pada kajian tentang pengambilan keputusan, dalam upaya memahami bagaimana keputusan pemilih bisa direfleksikan oleh pertimbangan – pertimbangan yang dimiliki oleh pemilih (*voters*).

Pada dasarnya demokrasi adalah penuh dengan paradoks (Cwalina *et al.*, 2011), dikarenakan salah satu premis dasarnya adalah kebebasan dari masyarakat yang diarahkan untuk menciptakan kondisi yang diinginkan sehingga hal ini mendorong penciptaan strategi pemasaran yang kompleks dimana tujuannya adalah untuk membuat pemilih memberikan suara pada pilihan politis tertentu. Kita menghadapi situasi paradoks dikarenakan sisi produk dari strategi tersebut dibatasi oleh pilihan pemilih atas keputusan pilihannya; dengan kata lain bahwa mengembangkan demokrasi justru akan mengarah pada penciptaan mekanisme yang membatasi demokrasi itu sendiri (Cwalina *et al.*, 2011).

Menurut Kotler and Neil dalam Mongilala (1999) konsep political marketing atau pengertian Political Marketing adalah: “Suatu penggiatan pemasaran untuk menyukseskan kandidat atau partai politik dengan segala aktivitas politiknya melalui kampanye program pembangunan perekonomian atau kepedulian sosial, tema, isu-isu, gagasan, ideologi, dan pesan-pesan bertujuan program politik yang ditawarkan memiliki daya tarik tinggi dan sekaligus mampu mempengaruhi setiap warga negara dan lembaga atau organisasi secara efektif.”

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:7) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Waktu penelitian yaitu saat pengambilan data yang dilaksanakan pada awal bulan 15 Januari 2017 sampai 15 Maret 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah konstituen berjumlah 930 yang terdiri dari 30 orang pengurus x 31 kecamatan di kabupaten Jember. Sampel dalam penelitian ini adalah sepuluh persen dari populasi yaitu 93 orang yang di ambil dari Ketua, Sekretaris dan Bendahara Pengurus Anak Cabang Gerindra di setiap kecamatan yang berjumlah 31 kecamatan di kabupaten Jember. Dari kriteria sampel tersebut didapatkan jumlah sampel sebanyak 93 pemilih yang merupakan kader Partai Gerindra di Kabupaten Jember.

Penelitian ini adalah menggunakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi empat yaitu variabel independen (variabel bebas), dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pertimbangan ketokohan yang dinotasikan dengan X1; pertimbangan popularitas yang dinotasikan dengan X2,

pertimbangan pendidikan yang dinotasikan dengan X3, pertimbangan politik uang yang dinotasikan dengan X4.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah suatu daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan berupa jawaban atau tanggapan dari responden.

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketetapan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, perhatian pada isi dan kegunaan instrument. Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpul data atau instrumen yang digunakan. Dalam penelitian ini teknis analisis yang digunakan adalah analisis faktor konfirmatori dua tahap (*Second order factor analysis*) yang berbasis *variance* atau *Component based*, yang terkenal pada *structural equation modelling* sering disebut dengan *Partial Least Square (PLS)*. Kemudian uji terhadap model penelitian dilakukan dengan cara mengevaluasi baik outer maupun inner model.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Statistika deskriptif menggambarkan persepsi responden terhadap variabel penelitian. Dalam hal ini variabel penelitian yang dideskripsikan adalah variabel perubahan standar pertimbangan ketokohan (X<sub>1</sub>), pertimbangan popularitas (X<sub>2</sub>), pertimbangan pendidikan (X<sub>3</sub>), dan pertimbangan politik uang (X<sub>4</sub>).

#### *Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel pertimbangan ketokohan*

**Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Persepsi Responden Pada Variabel Pertimbangan Ketokohan**

Indikator	Jawaban (dalam %)					Rerata (Mean)
	1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Cukup Setuju	4 Setuju	5 Sangat Setuju	
Ketokohan dalam bidang Agama (X <sub>1.1</sub> )	0	6,5	20,4	37,6	35,5	4,02
Ketokohan dalam bidang Militer (X <sub>1.2</sub> )	1,1	29,0	50,5	15,1	4,3	2,92
Ketokohan dalam bidang Pengusaha (X <sub>1.3</sub> )	2,2	15,1	49,5	24,7	8,6	3,23
Ketokohan dalam bidang Artis (X <sub>1.4</sub> )	14,0	41,9	39,8	2,2	2,2	2,37
Ketokohan dalam bidang Budayawan (X <sub>1.5</sub> )	1,1	16,1	52,7	28,0	2,2	3,14
Ketokohan dalam bidang Politik (X <sub>1.6</sub> )	0	9,7	39,8	43,0	7,5	3,48
<b>Indeks Persepsi Rerata Pertimbangan Ketokohan (X<sub>1</sub>)</b>						<b>3,19</b>

Sumber : Output Analisis Data SPSS, (2017)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa rata – rata pemilih menunjukkan preferensi yang tinggi dalam memilih berdasarkan pertimbangan ketokohan agama. Sementara rata – rata terendah indikator dari pertimbangan ketokohan menunjukkan pada ketokohan dalam bidang artis atau *entertainment* yakni sebesar 2,37.

### ***Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Pertimbangan Popularitas***

**Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Persepsi Responden Pada Variabel Pertimbangan Popularitas**

Indikator	Jawaban (dalam %)					Rerata (Mean)
	1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Cukup Setuju	4 Setuju	5 Sangat Setuju	
Popularitas di Televisi (X <sub>2.1</sub> )	11,8	41,9	31,2	14,0	1,1	2,51
Popularitas di Radio (X <sub>2.2</sub> )	8,6	49,5	33,3	8,6	0	2,42
Popularitas di Facebook (X <sub>2.3</sub> )	14,0	51,6	29,0	5,4	0	2,26
Popularitas di Twitter (X <sub>2.4</sub> )	15,1	46,2	31,2	7,5	0	2,31
Popularitas di Instagram (X <sub>2.5</sub> )	11,8	49,5	28,0	10,8	0	2,38
Popularitas di Koran (X <sub>2.6</sub> )	6,5	28,0	40,9	22,6	2,2	2,86
Popularitas di Majalah (X <sub>2.7</sub> )	8,6	36,6	40,9	11,8	2,2	2,62
Popularitas di Tabloid (X <sub>2.8</sub> )	7,5	46,2	34,4	10,8	1,1	2,52
Popularitas Penceramah (X <sub>2.9</sub> )	4,3	5,4	38,7	41,9	9,7	3,47
Popularitas Pembicara (X <sub>2.10</sub> )	3,2	2,2	39,8	45,2	9,7	3,56
<b>Indeks Persepsi rerata Pertimbangan Popularitas (X<sub>2</sub>)</b>						<b>2,69</b>

Sumber : Output Analisis Data SPSS, (2017)

Berdasarkan Tabel 4.2 tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden menunjukkan bahwa pertimbangan popularitas ditunjukkan dengan rerata sebesar 2,69.

### ***Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Pertimbangan Pendidikan***

**Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Pertimbangan Pendidikan**

Indikator	Jawaban (dalam %)					Rerata (Mean)
	1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Cukup Setuju	4 Setuju	5 Sangat Setuju	
Pertimbangan Agama (X <sub>3.1</sub> )	0	2,2	9,7	30,1	58,1	4,44
Pertimbangan Ekonomi (X <sub>3.2</sub> )	1,1	4,3	21,5	41,9	31,2	3,98
Pertimbangan Teknik (X <sub>3.3</sub> )	0	8,6	34,4	30,1	26,9	3,75
Pertimbangan Hukum (X <sub>3.4</sub> )	0	2,2	28,0	35,5	34,4	4,02
<b>Indeks Rerata Persepsi Pertimbangan Pendidikan (X<sub>3</sub>)</b>						<b>4,05</b>

Sumber : Output Analisis Data SPSS, (2017)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa tanggapan responden menunjukkan bahwa pemilih lebih mempertimbangkan faktor Agama dalam memilih seorang kandidat (eksekutif ataupun legislatif) dalam pemilihan umum. Sementara indikator pertimbangan teknik menjadi pertimbangan pendidikan yang terendah (mean = 3,75), dalam melatarbelakangi keputusan memilih atau memberikan suara dalam pemilihan umum.

### ***Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Pertimbangan Politik Uang***

**Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Pertimbangan Politik Uang**

Indikator	Jawaban (dalam %)					Rerata (Mean)
	1	2 Tidak Setuju	3 Cukup Setuju	4 Setuju	5 Sangat Setuju	

	Sangat Tidak Setuju					
Pemberian Uang Tunai (X <sub>4.1</sub> )	25,8	38,7	24,7	5,4	5,4	2,26
Pemberian Sembako (X <sub>4.2</sub> )	15,1	30,1	40,9	10,8	3,2	2,57
Pemberian Pengobatan Gratis (X <sub>4.3</sub> )	3,2	8,6	37,6	33,3	17,2	3,53
Pemberian Pakaian (X <sub>4.4</sub> )	11,8	41,9	38,7	7,5	0	2,42
Pemberian Elektronik (X <sub>4.5</sub> )	22,6	32,3	34,4	6,5	4,3	2,38
<b>Indeks Rerata Persepsi Pertimbangan Politik Uang (X<sub>4</sub>)</b>						<b>2,63</b>

Sumber : Output Analisis Data SPSS, (2017)

Berdasarkan Tabel di atas, menunjukkan bahwa tanggapan responden menunjukkan bahwa pemilih adalah cukup mempertimbangkan pemberian pengobatan gratis yang diberikan oleh kandidat sebagai pertimbangan dalam memberikan suara, dimana hal ini ditunjukkan dengan rerata jawaban angka sebesar 3,53.

### ***Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen***

#### ***Uji Validitas Instrumen***

Hasil uji validitas dari masing – masing indikator pada variabel diketahui besarnya koefisien korelasi dari di dapat hasil perhitungan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) seluruhnya mempunyai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari 0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada masing – masing variabel selain variabel pertimbangan ketokohan dinyatakan valid karena memenuhi kriteria validitas ( $r_{hitung}$  yang lebih besar dari 0,3). Sementara untuk variabel pertimbangan ketokohan (X<sub>1</sub>), lima dari enam indikator yang diamati ditemukan tidak valid ( $r_{hitung}$  yang lebih kecil dari 0,3), sehingga tidak memenuhi kriteria validitas yang ditentukan. Secara prosedur, indikator – indikator yang tidak valid ini harus dibuang. Sehingga variabel pertimbangan ketokohan ini tidak dimasukkan dalam analisis lanjutan.

#### ***Uji Reliabilitas Instrumen***

Hasil uji reliabilitas menunjukkan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* untuk variabel pertimbangan ketokohan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,409; yang berarti bahwa instrumen untuk pengukuran pertimbangan ketokohan ditemukan tidak reliabel. Sementara variabel pertimbangan popularitas (X<sub>2</sub>) sebesar 0,903; variabel pertimbangan pendidikan (X<sub>3</sub>) sebesar 0,850; dan variabel pertimbangan politik uang (X<sub>4</sub>) sebesar 0,830. Dari tabel 4.5. tersebut diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas, yang menunjukkan tiga dari empat variabel yang diamati memiliki nilai alpha *cronbach* lebih dari 0,60. Dapat disimpulkan indikator pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner untuk instrumen variabel pertimbangan popularitas (X<sub>2</sub>), pertimbangan pendidikan (X<sub>3</sub>), dan pertimbangan politik uang (X<sub>4</sub>) telah reliabel, artinya dapat digunakan untuk penelitian lain dalam konteks obyek dan waktu yang berbeda. Sementara variabel pertimbangan ketokohan (X<sub>1</sub>), dalam penelitian ini tidak dimasukkan dalam model analisis lanjutan, dengan mempertimbangkan bahwa variabel tersebut tidak memenuhi kriteria reliabilitas.

**Tabel**  
**R-square dari variabel**

Variabel	R-square
Keputusan Memilih	-
Pertimbangan Popularitas	0,847
Pertimbangan Pendidikan	0,065
Pertimbangan Politik Uang	0,487

Sumber data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SmartPLS (2017)

Dalam melakukan evaluasi *Inner model* (Model Struktural), digunakan statistik *Q-square* dengan rumus dan perhitungan sebagai berikut :

Rumus *Q-square*

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) (1 - R_3^2)$$

Perhitungan *Q-square*

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,847)(1 - 0,065)(1 - 0,487) = 0,9266$$

Hasil perhitungan *Q-square* menunjukkan nilai sebesar 0,9266, yang berarti bahwa model memiliki kemampuan dalam menjelaskan fenomena keputusan memilih sebesar 92,66 persen, sedangkan sisanya sebesar 7,34 persen dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang belum masuk ke dalam model dan error. *Q-Square Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)* sebesar 0,9266 ini menurut kriteria Lathan dan Ghazali (2012) adalah tergolong sangat kuat karena mendekati angka satu.

Sementara untuk perhitungan *Goodness of Fit (GoF)* untuk model penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$GoF = \sqrt{Av.Com * Av.R^2}$$

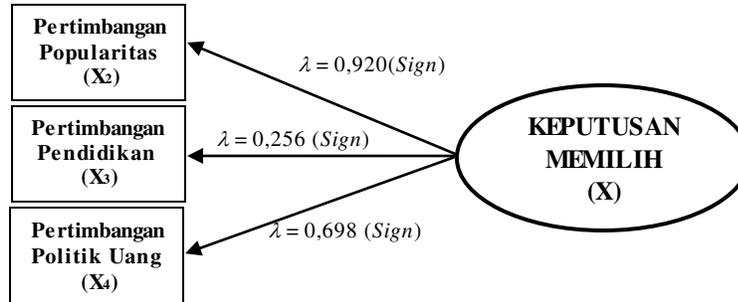
$$GoF = \sqrt{0,544 * 0,467} = \sqrt{0,2539}$$

$$GoF = 0,504$$

Untuk kriteria *Goodness of Fit (GoF)* sebesar 0,504 ini menurut kriteria Lathan dan Ghazali (2012) adalah tergolong sangat kuat karena mendekati angka satu.

*Pengujian Hipotesis*

**Gambar**  
**Diagram Hasil Pengujian Hipotesis**



Sumber data : Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan SmartPLS (2017)

*Uji Validitas Instrumen*

Hasil uji validitas dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  minimal 0,3 atau  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hasil uji validitas dari masing – masing indikator pada variabel diketahui besarnya koefisien korelasi dari di dapat hasil perhitungan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) seluruhnya mempunyai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari 0,3.

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa pertimbangan ketokohan tidak memenuhi kriteria validitas maupun reliabilitas instrumen penelitian. Sehingga dalam penelitian ini kerangka keputusan memilih tidak dapat memberikan gambaran yang utuh pada dimensi pertimbangan ketokohan. Mempertimbangkan faktor ketokohan tidak valid ataupun reliabel, maka faktor ini tidak dianalisis lebih lanjut. Temuan penelitian membuktikan bahwa pertimbangan popularitas caleg dapat menjadi faktor penting dalam merefleksikan keputusan memilih, terutama memilih yang merupakan kader Partai Gerindra, dalam memberikan pilihan suaranya pada pemilu di Kabupaten Jember. Temuan penelitian membuktikan bahwa pertimbangan pendidikan caleg dapat menjadi faktor penting dalam merefleksikan keputusan memilih, terutama memilih yang merupakan kader Partai Gerindra, dalam memberikan pilihan suaranya pada pemilu di Kabupaten Jember. Faktor pendidikan dalam hal ini ditemukan yang terendah menurut kadar sifat pentingnya dalam merefleksikan keputusan memilih jika dibandingkan faktor untuk pertimbangan lainnya (pendidikan dan politik uang). Temuan penelitian membuktikan bahwa pertimbangan politik uang dapat menjadi faktor penting dalam merefleksikan keputusan memilih, terutama memilih yang merupakan kader Partai Gerindra, dalam memberikan pilihan suaranya pada pemilu di Kabupaten Jember.

Beberapa keterbatasan yang diungkap dalam penelitian ini yaitu penelitian ini hanya mengambil sampel dari kader Partai Gerindra Kabupaten Jember. Sifat self-assessment dari kuesioner yang dikembangkan dalam menilai persepsi atas konsep – konsep yang diukur dalam

penelitian ini. Penelitian ini bersifat cross-sectional, artinya hanya dilakukan pada satu waktu saja.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Ketokohan caleg tidak menjadi faktor penting dalam merefleksikan keputusan pemilih dalam menentukan pilihan suaranya di Kabupaten Jember. 2. Popularitas caleg merupakan faktor penting dalam merefleksikan keputusan pemilih dalam menentukan pilihan suaranya di Kabupaten Jember. 3. Pendidikan caleg merupakan faktor penting dalam merefleksikan keputusan pemilih dalam menentukan pilihan suaranya di Kabupaten Jember. 4. Politik uang merupakan faktor penting dalam merefleksikan keputusan pemilih dalam menentukan pilihan suaranya di Kabupaten Jember.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alie, Marzuki, (2010), *Pemasaran Politik Dan Politik Kepartaian Di Indonesia, Kajian Pemilihan Umum Tahun 2009 di Daerah Khusus Ibukota Jakarta*. Disertasi Doctor : Universiti Utara, Malaysia.
- Andika Mongilala. *Teori Marketing Politik*. Edisi 6 september 2010 jam 18.57. Diakses hari Rabu, tanggal 25 januari 2017.
- Anwar, Sanusi. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Busby, Robert. (2009). *Marketing the Populist Politician – The Demotic Democrat*. New York : Palgrave Macmillan.
- Cwalina, Wojciech; Andrzej Falkowski, Bruce I. Newman. (2011). *Political Marketing : Theoretical and Strategic Foundations*. Routledge : Taylor & Francis.
- Efriza. (2012). *Political Explore, Sebuah Kajian Ilmu Politik*. Bandung : Alfabeta.
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Grier, K. B. & Tullock, G. (1989). An Empirical Analysis of Cross-National Economic Growth. *Journal of Monetary Economics*.
- Heryaman, O. (2009). *Political Marketing dan Kualitas Demokrasi*. Melalui <http://www.scribd.com/doc/5988402/Political-Marketing-dan-Kualitas-Demokrasi>.
- Mardalis. (2009). *Metode Penelitian* (suatu pendekatan proposal). Edisi 11. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Muhtadi, Burhanuddin. (2013). Politik Uang dan Dinamika Elektoral di Indonesia : Sebuah Kajian Awal Interaksi Antara “Party-ID” dan Patron Klien. *Jurnal Penelitian Politik* | Volume 10 No. 1 Juni 2013 | pp. 41-58.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Rini, Endang Sulistyia. (2012). Peran Pemasaran Politik Dalam Mempengaruhi Keputusan Pemilih. *Jurnal Ekonom*, Vol 15, No 4, Oktober 2012.
- Rofieq, Ainur; Rahmat Nuryono. (2016). Pengaruh Klientelisme Terhadap Perilaku Pemilih Masyarakat Kecamatan Sukatani Pada Pilkada Kabupaten Bekasi Tahun 2012. *Politik Indonesia* Vol. 1 (2) (2016) 110-126.
- Subekti, Tia. (2014). *Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum: Studi Turn of Voter dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Magetan Tahun 2013*. Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- Utomo, Wisnu Prasetya. (2013). Menimbang Media Sosial dalam *Marketing Politik* di Indonesia: Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Volume 17, Nomor 1, Juli 2013 (67-84).