

STRATEGI KOMUNIKASI PETAHANA DALAM MEMPERTAHANKAN ELEKTABILITAS PADA PILKADA KABUPATEN KUTAI BARAT TAHUN 2020 DI KECAMATAN MUARA LAWA

Yoseva Millenia Rahma Jone¹

Abstrak

Yoseva Millenia Rahma Jone, Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda, Studi Tentang Strategi Komunikasi Petahana Dalam Mempertahankan Elektabilitas pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa, di bawah bimbingan Bapak Dr. Jauchar Barlian, S.IP., M.Si dan Bapak Dr. Muhammad Hairul Saleh, S.Sos., M.A.

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan tentang strategi komunikasi petahana dalam mempertahankan elektabilitas pada pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Muara Lawa terhadap Tim Sahabat Yakan. Adapun jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, tujuan strategi komunikasi Petahana dalam mempertahankan elektabilitas pada pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa adalah menjadi pemenang dan mendapatkan suara terbanyak dengan jumlah 49.141 suara di seluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Kutai Barat. Pesan strategi komunikasi Petahana dalam mempertahankan elektabilitas pada pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa adalah sesuai dengan visi, misi dan program-program pembangunan yang telah direncanakan. Sasaran nya adalah tokoh-tokoh masyarakat dengan melakukan kampanye dialogis, meraih simpati tokoh-tokoh masyarakat, dan melakukan kegiatan-kegiatan yang berpotensi untuk memperoleh suara masyarakat Kecamatan Muara Lawa. Instrument dan kegiatan dapat dilihat dari strategi yang dilakukan oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan di Kecamatan Muara Lawa, tentunya suara yang diraih mengalami peningkatan dari Pilkada sebelumnya sehingga, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Petahana dan Tim Sahabat Yakan telah berjalan efektif dan mengalami peningkatan.

Kata kunci : *Strategi Komunikasi, Pemilihan Kepala Daerah*

Pendahuluan

Strategi yang utama dalam pemilihan kepala daerah (Pilkada) yaitu memilih pemimpin yang berkualitas dan mengedepankan masyarakat. Kualitas pemimpin tersebut dapat diukur dari dua instrument yaitu dapat dilihat dari segi pendidikan dan kompetensi yang pemimpin tersebut miliki. Namun sebagai kepala daerah yang terpilih tentunya harus dapat diterima secara umum sehingga mendapatkan dukungan yang luas, tentunya tidak hanya mendapatkan dukungan horizontal tetapi juga mendapatkan dukungan vertical dari para elit politik baik yang ada ditingkat nasional dan pemerintah pusat.

Strategi komunikasi yang dilakukan Petahana dalam memenangkan Pilkada tentunya tidak dapat dipungkiri bahwa yang berkompetisi untuk memenangkan Pemilihan Kepala Daerah tersebut adalah para Calon Kepala Daerah bersama-sama dengan para Tim Sukses, sehingga peneliti terfokus pada strategi komunikasi yang digunakan oleh Petahana pada saat penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah. Kepala Daerah yang masih memerintah (Incumbent) atau dapat juga dikatakan sebagai Petahana tentunya, masih mempunyai peluang besar dalam memenangkan Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau Pilkada selanjutnya. Posisi Petahana ini dapat menguntungkan-

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.
Email: ymrjone28@gmail.com

kan bagi kandidat. Besarnya peluang yang dimiliki Petahana untuk dapat terpilih kembali pada Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala daerah selanjutnya ini tidak dapat dilepaskan dari keuntungan yang didapat langsung oleh Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, baik itu keuntungan langsung maupun keuntungan tidak langsung. Keuntungan langsung yang didapatkan oleh Petahana tersebut dapat dilihat dari popularitas, sementara keuntungan tidak langsung oleh Petahana yaitu dapat dilihat dari aktivitasnya sebagai Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Strategi komunikasi dalam menghadapi Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 merupakan perencanaan yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh Tim Sahabat Yakan yang memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan atas sasaran yang telah ditentukan oleh Petahana dan Tim Sahabat Yakan. Sasaran adalah apa yang ingin dicapai oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan dalam hal ini yaitu target dukungan pemilihan yang diwujudkan dalam pemberian suara kepada calon atau kandidat tersebut yaitu Fransiskus Xaverius Yapan, SH (Calon Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020) & H. Edyanto Arkan, SE (Calon Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020). Ruang lingkup strategi komunikasi tidak hanya sebatas tatanan konsep atau rencana, namun yang terpenting adalah bagaimana calon atau kandidat yaitu Fransiskus Xaverius Yapan, SH (Calon Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020) & H. Edyanto Arkan, SE (Calon Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020) dan Tim Sahabat Yakan mengimplementasikannya di lapangan pada saat kampanye.

Keberhasilan strategi komunikasi oleh Petahana dalam merencanakan dan melaksanakan tentunya berperan pada hasil perolehan suara dalam Pilkada. Strategi tidak hanya menentukan kemenangan politik tetapi juga mempengaruhi perolehan suara pada saat Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan ini tentunya melakukan kegiatan sosialisasi serta pendidikan politik kepada masyarakat secara terus menerus dengan tujuan untuk membentuk suatu citra politik yang positif atau baik bagi Petahana yaitu Fransiskus Xaverius Yapan, SH (Calon Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020) & H. Edyanto Arkan, SE (Calon Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020).

Dalam suatu Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, komunikasi merupakan suatu faktor yang penting agar terjamin dalam berjalannya fungsi-fungsi pemerintahan daerah demi kepentingan masyarakat guna mencapai kesejahteraan hidup bermasyarakat. Kemenangan yang didapatkan oleh Pasangan Petahana (Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE) tentunya tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang digunakan dari pihak pasangan secara personal maupun dari PDIP sendiri yang telah membesarkan nama Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE tersebut.

Walaupun diterpa pandemi Covid-19, antusiasme masyarakat Kecamatan Muara Lawa dalam menyambut datangnya euphoria demokrasi yang sedang diselenggarakan ini. Hal ini tentunya perlu bagi Petahana untuk menyusun strategi komunikasi politik terhadap masyarakat Kecamatan Muara Lawa, memperlihatkan kepada masyarakat Kecamatan Muara Lawa tentang kualitas calon pemimpinnya. Komunikasi politik dapat menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan untuk membangun kesadaran dari pemilih untuk menggunakan hak pilihnya dan mencoba mempengaruhi agar memilihnya. Menciptakan kesadaran pemilih merupakan salah satu kunci utama dari strategi komunikasi politik Petahana terkhusus nya di Kecamatan Muara Lawa.

Namun, peran Petahana Pada tahun-tahun sebelumnya di Kecamatan muara Lawa tidak terlalu menonjol khususnya pada Pasangan Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE. Pembangunan infrastruktur yang ada di Kecamatan Muara Lawa juga belum merata. Tetapi tetap saja masyarakat yang ada di Kecamatan Muara Lawa ini tetap tertarik untuk memenangkan Pasangan Petahana tersebut dibandingkan Calon Independen sebagai pendatang baru.

Tinjauan Pustaka

Pemilihan Umum

Pemilihan umum merupakan salah satu cara agar dapat mempengaruhi rakyat secara persuasif, dengan melakukan kegiatan-kegiatan retorika, *public relations*, komunikasi massa, dan

lobby. Menurut Syamsuddin Haris (Haris, 1998, hal. 7) Pemilihan umum adalah aktivitas politik di mana pemilihan umum merupakan lembaga yang sekaligus menjadi praktis politik yang memungkinkan terbentuknya sebuah pemerintahan perwakilan. G.J Wolhoff (Wolhoff, 1960) berpendapat bahwa pemilihan umum adalah mekanisme dalam demokrasi tidak langsung untuk memilih wakil rakyat yang akan menjalankan pemerintahan, di mana para wakil rakyat tersebut menjalankan amanat pemerintahan berdasarkan mandat dari rakyat, karena tidak memungkinkan seluruh rakyat terlibat secara langsung dalam pemerintahan. Sementara, Ali Moertopo (Moertopo, 1974, hal. 61) berpendapat bahwa Pemilihan umum atau yang sering disingkat Pemilu ini merupakan sarana yang tersedia bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatannya dan juga merupakan lembaga demokrasi.

Pemilihan Kepala Daerah

Pemilihan Kepala Daerah yang sering disingkat Pilkada merupakan penyelenggaraan pemilihan umum untuk dapat memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dilakukan secara langsung oleh masyarakat atau penduduk daerah administratif setempat yang telah memenuhi persyaratan memilih. Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Baharuddin, 2017, hal. 30) adalah pemilihan umum untuk memilih pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah yang telah diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik maupun perseorangan.

Petahana

Petahana merupakan salah satu hal yang akan sangat disorot dalam Pemilihan Kepala Daerah tahun 2020. Petahana dalam bahasa Inggris disebut *Incumbent* berarti seseorang yang sedang memegang jabatan atau pemegang jabatan (Dictionary, 2021). Sementara istilah Petahana menurut Salomo Simanungkalit (Thaqdir, 2008, hal. 483) berasal dari kata “tahana” yang memiliki arti sebagai kedudukan, martabat, kebesaran ataupun kemuliaan. Petahana atau *incumbent* merupakan orang yang sedang memangku jabatan politik tertentu kemudian maju dalam pemilihan jabatan yang sama.

Elektabilitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), elektabilitas adalah keterpilahan atau kemampuan serta kecakapan seseorang atau sekelompok orang untuk dipilih menduduki suatu jabatan dalam pemerintahan (KBBI, 2016) Elektabilitas suatu tingkatan atau ukuran keterpilahan seseorang, baik itu calon kepala daerah maupun calon presiden yang dapat disesuaikan dengan kriteria pilihan. Serta elektabilitas juga merupakan tingkat keterpilahan atau ketertarikan publik dalam memilih sesuai baik itu figure seseorang, lembaga ataupun partai politik. Sementara menurut Dendy Sugiono (Sugiono, 2008, hal. 29) elektabilitas merupakan suatu ketertarikan seseorang dalam memilih.

Strategi

Menurut Rue dan Holland berpendapat bahwa (Effendi M. I., 2001) strategi merupakan suatu penentuan dan evaluasi alternatif cara untuk mencapai misi atau tujuan, termasuk pemilihan alternatif-alternatifnya. Sedangkan menurut Mudrajad Kuncoro (Kuncoro, 2006, hal. 12) strategi merupakan sejumlah keputusan serta aksi yang ditujukan dalam mencapai suatu tujuan dalam menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam industrinya.

Komunikasi

Harold D. Lasswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society* (Lasswell, 2005) mengatakan bahwa cara yang baik untuk dapat menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who Says What in Wich Channel To Whom With What Effect*” atau “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa

pengaruhnya”. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan satu arah dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikator (penerima pesan) dengan menggunakan media tertentu sehingga menimbulkan efek. Sehingga dapat diartikan bahwa cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*Who Says What in Wich Channel To Whom With What Effect*”.

Strategi Komunikasi

Middleton (Suratiningsih & Lukowati, 2020, hal. 5) membuat definisi mengenai strategi komunikasi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi* (Effendi O. U., 2004, hal. 5) mengatakan bahwa strategi komunikasi harus didukung oleh teori, dan salah satu yang memadai untuk mendukung strategi komunikasi ialah yang dikemukakan oleh Harold Lasswell yaitu “*Who Says What in Which Channel to Whom Whith What Effect?*”. Effendy menegaskan mantapnya strategi komunikasi harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell yaitu siapakah komunikatornya; efek apa yang diharapkan.

Bentuk-Bentuk Strategi Komunikasi

Dari ruang lingkup komunikasi ada beberapa bentuk strategi komunikasi menurut Hafied Cangara (Cangara, 2009) yaitu, sebagai berikut:

1. Tujuan
Tujuan adalah sebuah kunci sukses strategi komunikasi, tujuan tersebut harus mampu memastikan bahwa strategi komunikasi yang dikembangkan merupakan tuntutan kebutuhan organisasi, bukan karena adanya kebutuhan atas komunikasi itu sendiri.
2. Pesan
Mencari target yang strategis dan konsisten adalah kunci pesan organisasi. Ciptakan sesuatu yang komperhensif dan mencakup semua pesan kunci, dan beri tekanan pada unsur-unsur yang berbeda untuk pendengar yang berbeda. Untuk memaksimalkan dampak pesan yang akan disampaikan perlu dirangkum dalam tiga poin yang dapat diulang-ulang.
3. Sasaran
Perlunya mengidentifikasi sasaran, kita harus tahu dengan siapa kita perlu berkomunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sasaran terbaik yang dituju agar mencapai tujuan.
4. Instrument dan Kegiatan
Kenali instrument dan kegiatan yang sesuai untuk dikomunikasikan pesan kunci. Kita dapat memperoleh gagasan ini dari pendengar atau dari pesan-pesan, atau kombinasi dari keduanya.
5. Sumberdaya dan Skala Waktu
Aturan utama yang harus ditaati adalah selalu menepati janji dan jangan mengumbar janji. gunakan sumber dayamu dan skala waktu untuk menetapkan harapan yang dapat diwujudkan.
6. Evaluasi dan Perbaikan
Pertimbangkan melakukan audit komunikasi untuk memperkirakan efektivitas strategi komunikasi kita dengan pendengar internal maupun eksternal

Defenisi Konsepsional

Strategi Komunikasi Politik Calon Petahana dalam mempertahankan elektabilitas pada Pilkada serentak tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa, Kabupaten Kutai Barat merupakan suatu upaya politik yang digunakan oleh kandidat Calon Kepala Daerah atau Calon Petahana maupun aktor politik yang melibatkan komponen komunikasi politik agar dapat meningkatkan elektabilitasnya di mata masyarakat Kecamatan Muara Lawa pada Pemilihan Kepala Daerah &

Wakil Kepala Daerah Kabupaten Kutai Barat tahun 2020, sehingga calon tersebut dapat menduduki jabatan sebagai Kepala Daerah & Wakil Kepala Daerah Kabupaten Kutai Barat.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Mukhtar (Mukhtar, 2013) metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang digunakan peneliti untuk dapat menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Metode penelitian ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh gambaran serta mendeskripsikan fenomena yang terjadi dari judul penelitian tentang “Strategi Komunikasi Petahana Dalam Mempertahankan Elektabilitas pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa” dengan menggunakan metode ini, peneliti berharap dapat mengetahui dan memahami serta mendapatkan gambaran secara mendalam mengenai strategi yang dipakai oleh petahana dalam mencari simpati masyarakat agar dapat memilihnya.

Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan penelitian agar tidak terjadi perluasan dan untuk mengetahui secara jelas mengenai indikator-indikator yang akan diukur, sehingga memudahkan dalam mendapatkan data-data yang diperlukan, maka peneliti memfokuskan penelitian ini sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Petahana Dalam Mempertahankan Elektabilitas pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa:

1. Tujuan
2. Pesan
3. Sasaran
4. Instrument & Kegiatan

Peneliti hanya memilih 4 fokus dari 6 teori yang ada karena, teori Sumberdaya dan Skala Waktu serta teori Evaluasi dan Perbaikan sudah terkait di dalam 4 teori yang peneliti fokuskan.

Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan atau langsung dari sumber asli, dengan cara melakukan wawancara secara langsung atau jawaban tertulis melalui angket yang dilakukan peneliti terhadap informan. Untuk dapat memperoleh data yang akurat, peneliti memilih *key informant*. Adapun yang menjadi narasumber atau *key informant* adalah Bapak. Martinus Layang, SH. Pemilihan tersebut berdasarkan informasi yang didapat peneliti terkait kriteria yang dapat dijadikan sumber data penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam pemilihan *key informant* dan *informant* lainnya. Menurut Sugiyono (Lexi Pranata Budidharmanto, 2019, hal. 116) Teknik *Purposive Sampling* adalah teknik dalam menentukan sampel sumber data dengan beberapa pertimbangan tertentu. Artinya orang yang dipilih sebagai *key informant* ini merupakan orang yang berkompeten dalam menguasai bidang tertentu sehingga data dan informasi yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian *key informant* dalam penelitian ini adalah Wakil Ketua Tim Sahabat Yakan atau Tim Sukses Pasangan Calon Nomor Urut 2/Petahana. Sedangkan yang menjadi informant lainnya yaitu :

1. Dewan Penasihat Tim Sahabat Yakan yaitu Bapak Tawau dan Bapak Fransiskus Sugondo, SP yang mengetahui strategi dan permasalahan yang diteliti sebagai informant yang tugasnya berhubungan dengan masalah yang diteliti.
2. Dewan Pengarah Tim Sahabat Yakan yaitu Bapak Stepanus, SE yang mengetahui strategi komunikasi Petahana.
3. Srikandi Yakan dan Bendahara Tim Sahabat Yakan yaitu Ibu Dwi Ayu Pranalina, S. IP, M. AP.

Data sekunder, yaitu data berupa data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia pada lokasi penelitian. Seperti, bahan bacaan, buku-buku ilmiah, arsip, surat dan dokumentasi yang tersedia.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk Skripsi ini, setelah menyesuaikan situasi dan kondisi yang ada di lapangan, penulis menggunakan beberapa cara, seperti :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), penulis menggunakan perpustakaan untuk memperoleh teori-teori dasar dan konsep-konsep dari berbagai literatur yang berkaitan dengan Skripsi ini.
2. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*) dalam penelitian lapangan ini penulis menggunakan berbagai cara, seperti :
 - 1) Observasi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi terstruktur dan tersamar.
 - 2) Wawancara terstruktur (*interview*).
 - 3) Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengumpulan data berupa data, dokumen, dan gambar-gambar yang berkaitan dengan Skripsi ini.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode Analisis Deskriptif Kualitatif. Milles dan Huberman (Huberman, Analisis Data Kualitatif, 2007) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif merupakan proses siklus dan interaktif yang bergerak diantara empat sumber yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Penulis melakukan penelitian yang dilaksanakan pada Petahana Kabupaten Kutai Barat di Kecamatan Muara Lawa tahun 2020.

Kabupaten Kutai Barat

Kabupaten Kutai Barat dengan Ibukota Sendawar merupakan pemekaran dari wilayah Kabupaten Kutai yang telah ditetapkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 47 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kabupaten Nunukan, Kabupaten Malinau, Kabupaten Kutai Barat, Kabupaten Kutai Timur dan Kota Bontang. Secara simbolis kabupaten ini telah diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia pada tanggal 12 Oktober 1999 di Jakarta dan secara operasional diresmikan oleh Gubernur Kalimantan Timur pada tanggal 05 November 1999 di Sendawar.

Kecamatan Muara Lawa

Kecamatan Muara Lawa merupakan hasil dari pemekaran Kecamatan Muara Pahu sekitar tahun 1964. Ibu Kota Kecamatan Muara Lawa terletak di Kampung Lambing. Kecamatan Muara Lawa memiliki luas wilayah sekitar 44,44 Km² dengan jumlah penduduk terdata 6.728 jiwa dari 1.670 Kepala Keluarga yang tersebar di 8 Kampung yaitu Kampung Lambing, Kampung Muara Lawa, Kampung Benggeris, Kampung Cempedas, Kampung Payang, Kampung Lotaq, Kampung Muara Begai dan Kampung Dingin.

Profil Petahana

Fransiskus Xaverius Yapan atau lebih dikenal dengan F.X Yapan selaku Calon Bupati Kutai Barat Tahun 2020 – Tahun 2024 dari pihak Petahana dan H. Edyanto Arkan selaku Calon Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 – Tahun 2024 dari pihak Petahana. Pada periode kedua, Fransiskus Xaverius Yapan berpasangan dengan H. Edyanto Arkan maju kembali sebagai pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau yang disingkat PDI-Perjuangan dengan Nomor Urut 02.

Visi dan Misi

Petahana yaitu Pasangan Fransiskus Xaverius Yapan (Calon Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020-2024) dengan H. Edyanto Arkan (Calon Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020-2024) selaku Pasangan Calon Nomor Urut 02 mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

1. Visi

Kutai Barat semakin adil, mandiri dan sejahtera,berlandaskan ekonomi kerakyatan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia

2. Misi

- 1) Meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan ekonomi kerakyatan berbasis kawasan berdasarkan potensi unggulan lokal secara berkelanjutan.
- 2) Meningkatkan sumber daya manusia berkualitas melalui pendidikan dan pelatihan yang didukung optimalisasi pelayanan kesehatan.
- 3) Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik bersih dan akuntabel.
- 4) Meningkatkan pemerataan infrastruktur dasar dan infrastruktur penopang ekonomi kerakyatan.

Program-Program Petahana

1. Pembangunan Pasar Induk Terpadu di kawasan Barong Tongkok.
2. Penataan Kawasan Sendawar.
3. Pengembangan pariwisata melalui program satu kecamatan satu destinasi wisata.
4. Peningkatan produktifitas pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan.
5. Pengembangan Smart City Kutai Barat.

Strategi Komunikasi Petahana Dalam Mempertahankan Elektabilitas pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa

Tujuan

Target Petahana bersama Tim Sahabat Yakan Kecamatan Muara Lawa yaitu ingin menjadi pemenang di Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020. Petahana bersama Tim melakukan strategi setelah Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Kutai Barat menetapkan jadwal kampanye. Adanya pandemi Covid-19 pada saat penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah tersebut. Sehingga, tidak bisa melakukan kampanye secara besar-besaran maka Petahana bersama Tim Sahabat Yakan berupaya mendekatkan diri dengan tokoh-tokoh masyarakat Kecamatan muara Lawa dengan melakukan kampanye dialogis dan melakukan kunjungan ke tiap kampung bahkan ke tiap rumah-rumah masyarakat yang ada di Kecamatan Muara Lawa agar dapat menyampaikan visi, misi serta program-program yang ingin dilaksanakan pada 5 tahun kedepan jika Petahana terpilih kembali menjadi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat periode 2020-2024 mendatang. Kemudian Petahana bersama Tim Sahabat Yakan juga memberi ruang kepada masyarakat Kecamatan Muara Lawa untuk membuka suara mereka, sehingga apa yang mereka harapkan bisa terdengar dan bersama-sama dapat mencari solusi terbaik untuk segala permasalahan yang ada di tengah-tengah masyarakat.

Tujuan atau target Petahana pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 yaitu ingin mendapatkan suara terbanyak di seluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten tersebut khususnya di Kecamatan Muara Lawa bahkan berharap bisa memenangkan diseluruh Tempat Pemungutan Suara yang tersebar di delapan kampung yang ada. Dengan apa yang telah Petahana dan Tim Sahabat Yakan lakukan melalui strategi-strategi yang ada sehingga, Petahana tersebut dapat terpilih kembali menjadi Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Kabupaten Kutai Barat periode 2020 – 2024 dengan perolehan suara sebanyak 61,14% suara sah, mengungguli kubu lawan yaitu Calon Independen. Kemudian, target di pilkada selanjutnya yaitu harus dapat melampaui suara pada periode pertama, dan menjadi petahana dalam posisi yang diperebutkan ini yaitu sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat.

Gambar 4.1 Elektabilitas Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat



Berdasarkan hasil survei, Pihak Petahana Nomor Urut 2 Pasangan Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE bersama Tim Sahabat Yakan melakukan tiga kali survei meliputi tingkat keterpilihan atau elektabilitas Yakan di Kabupaten Kutai Barat. Dengan hasil survei yang menunjukkan, pada bulan Desember tahun 2019 pasangan Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE mendapatkan 55,5%, sementara pasangan Martinus Herman K. & Abdul Aziz memperoleh 4,2% Kabupaten Kutai Barat. Kemudian, pada bulan Juli tahun 2020 dilakukan survei kembali mengenai elektabilitas atau tingkat keterpilihan calon, Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE dengan hasil survei mendapatkan 63,2%, kemudian pasangan Martinus Herman K. & Abdul Aziz mendapatkan 12,2%. Dan pada survei yang ketiga pada bulan Oktober tahun 2020, pasangan Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE dengan hasil survei mendapatkan 68%, kemudian pasangan Martinus Herman K. & Abdul Aziz mendapatkan 16,8%. Terlihat bahwa Pasangan Petahana ini melalui hasil survei tentang tingkat keterpilihan atau elektabilitas lebih unggul dibandingkan Calon Independen.

Gambar 4.2 Elektabilitas Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat



Pesan

pesan dari strategi komunikasi Petahana dalam mempertahankan elektabilitas pada Pilkada serentak tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa, Kabupaten Kutai Barat yaitu harus mengedepankan prestasi dalam bersaing untuk memenangkan kontestasi politik tersebut dan juga harus berpolitik yang santun terhadap kubu lawan politik, tidak boleh saling menyerang agar Pilkada tersebut dapat berjalan secara damai, dalam proses menjalankan strategi di Kecamatan Muara Lawa juga sudah

berjalan dengan efektif sehingga tidak ada kendala-kendala yang sangat rumit bagi Tim Sahabat Yakan dan juga Petahana itu sendiri. Serta, bagi masyarakat selaku pemilih pun harus cerdas dalam memilih Calon Kepala Daerah nya yang akan memimpin dalam jangka waktu 5 tahun kedepan.

Kunci pesan organisasi adalah mencari target yang konsisten dan strategis. Strategi pesan merupakan sebuah taktik utama yang dilakukan suatu organisasi pada masyarakat luas. Ciptakan sesuatu yang mencakup semua pesan kunci yang komprehensif, berikan tekanan pada unsur-unsur yang berbeda untuk masing-masing pendengar. Dalam penyampaian pesan harus ada point-point yang dirangkum agar dapat diulang-ulang untuk penyampaian pesan yang maksimal. Dalam komunikasi diperlukan penyampaian berita dan gambaran yang menarik.

Pesan yang disampaikan oleh Petahana pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 sudah berjalan secara efektif. Karena pesan-pesan yang disampaikan oleh Petahana merupakan harapan-harapan untuk kesejahteraan masyarakat. Pesan yang disampaikan oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan ini sesuai dengan apa yang sudah Petahana programkan dalam jabatannya lima tahun mendatang dan menyampaikan sesuai dengan visi, misi, program pembangunan serta harapan kesejahteraan kepada masyarakat Kecamatan Muara Lawa.

Adapun, pesan-pesan yang disampaikan tersebut tentunya, memberikan harapan maupun kesejahteraan masyarakat dan sama sekali tidak ada penyampaian pesan yang membuat masyarakat khawatir. Pesan yang telah disampaikan oleh Petahana maupun Tim Sahabat Yakan pada pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa ini tentu sesuai dengan apa yang telah menjadi visi dan misi serta program pembangunan dari Petahana selama 5 tahun kedepan ketika terpilih kembali.

Hal-hal yang telah dilakukan oleh Petahana dan Tim Sahabat Yakan di Kecamatan Muara Lawa pada pilkada Kabupaten Kutai tahun 2020 tentunya, untuk membuat branding positif terhadap Petahana, membangun citra politik, membangun opini public dan menyampaikan pesan-pesan baik di media maupun di lapangan secara langsung. Penyampaian pesan ini dilakukan melalui media social, iklan, berita, dan penyampaian pesan ataupun statmen dari para tokoh-tokoh yang ada.

Petahana yaitu Fransiskus Xaverius Yapan, SH & H. Edyanto Arkan, SE sangat mengandalkan kader-kader yang ada seperti yang ada di Kecamatan Muara Lawa. Dimana penyampaian pesan itu dilakukan oleh kader-kader yang disebut Tim Sahabat Yakan ini. Strategi yang dilakukan ini tentunya sudah berjalan dengan efektif karena Tim Sahabat Yakan atau Tim Pemenangan sudah ditugaskan dan diberikan hak untuk melakukan pergerakan (memobilisasi) semua daya dukungan terhadap Petahana pada pilkada tersebut. Yang artinya bahwa, Tim Sahabat Yakan atau Tim Pemenangan ini mempunyai posisi sebagai komandan didalam kontestasi politik tersebut, sehingga strategi-strategi yang ada dapat memobilisasi semua elemen yang berkaitan (Tim Sahabat Yakan) dalam pemenangan pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa. Dalam penerapannya, Petahana tersebut lebih kepada penyiapan untuk materi-materi kampanye sedangkan Tim Sahabat Yakan menyiapkan segala sarana prasarana untuk dilakukannya kegiatan kampanye.

Penyampaian pesan ini bermaksud untuk membangun sebuah citra politik yang baik sehingga dapat membangun opini public tentang Petahana. Pesan yang disampaikan kepada masyarakat juga berguna sebagai pendidikan politik baik melalui kampanye dialogis maupun kegiatan-kegiatan sosial yang berkaitan dengan masyarakat seperti sosialisasi dan lainnya.

Sasaran

Petahana bersama Tim Sahabat Yakan dalam melakukan penyampaian pesan kepada masyarakat yang ada di Kecamatan Muara Lawa pada Pilkada serentak tahun 2020 Kabupaten Kutai Barat tentunya sudah tepat sasaran. Petahana bersama Tim Sahabat Yakan selalu melakukan evaluasi pada setiap kegiatan yang dilakukan serta berusaha membangun image positif dimata masyarakat khususnya masyarakat Kecamatan Muara Lawa Untuk pencapaian targetnya Petahana ini unggul hampir di seluruh TPS yang ada di Kecamatan Muara Lawa karena, berhasil menerapkan strategi-strategi yang ada salah satunya yaitu terjun langsung untuk dapat menyampaikan visi-misi, program kerja dalam jangka waktu 5 tahun kedepannya, melakukan kampanye dialogis dengan masyarakat dan melakukan kegiatan berkunjung ke kampung-kampung maupun ke rumah-rumah.

Dalam sasaran sangat perlu untuk melakukan identifikasi sasaran, karena ini sangat penting bagi hasil yang akan kita capai. Kita perlu tahu dengan siapa kita berkomunikasi dalam mewujudkan tujuan dari Petahana bersama Tim Sahabat Yakan. Untuk sasaran itu sendiri memang sudah tepat sasaran, karena sebelumnya sudah diberikan tugas dan tanggung jawab masing-masing untuk dapat menjalankan strategi sehingga masing-masing bidang akan mengatur tugasnya masing-masing demi mempertahankan kemenangan.

Mengidentifikasi sasaran merupakan suatu kegiatan yang perlu kita lakukan sehingga, kita tahu siapa saja yang dapat kita bawa berkomunikasi demi tercapainya tujuan. Petahana bersama Tim Sahabat Yakan melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan sasaran sehingga target yang dituju dapat tercapai. Setelah adanya hasil perhitungan suara yang menyatakan bahwa Petahana unggul diseluruh kampung yang ada di Kecamatan Muara Lawa dan hamper menang diseluruh Kecamatan yang ada di Kutai Barat maka dapat dikatakan bahwa strategi yang di lakukan oleh Tim Sahabat Yakan ini sudah tetap sasaran. Sebelumnya juga telah dilakukan survey mengenai elektabilitas Yakan di Kabupaten Kutai Barat. Memang pada hasil 3 kali survey, Yakan pun unggul dari pasangan Calon Independen.

Gambar 4.3 Elektabilitas Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Kutai Barat



Tim Sahabat Yakan setiap harinya melakukan kegiatan-kegiatan seperti pertemuan-pertemuan yang terjadwal di sekretariat Yakan yang telah tersebar di kampung-kampung. Guna membangun image positif di mata masyarakat Kecamatan Muara Lawa. Agar penyampaian pesan berjalan dengan efektif, strategi Petahana dan Tim Sahabat Yakan selalu melakukan evaluasi disetiap kegiatan yang mereka lakukan.

Instrument dan Kegiatan

Petahana bersama Tim Sahabat Yakan melakukan pembentukan pengurus dan menugaskan setiap bidang dengan tugasnya masing-masing dengan rasa tanggung jawab. Sehingga, strategi yang direncanakan dapat berjalan efektif. Instrument dan kegiatan harus sesuai agar tepat sasaran dan dapat mengkomunikasikan pesan kunci kepada masyarakat. Tentunya kita harus memastikan bahwa kita merancang instrument dan kegiatan tersebut sesuai dengan waktu dan dana yang kita miliki. Instrument dan kegiatan Petahana bersama Tim Sahabat Yakan dalam Pilkada tahun 2020 Kabupaten Kutai Barat yaitu melakukan penyampaian visi, misi dan program kerja serta program pembangunan di Kampung-kampung yang ada di wilayah Kecamatan Muara Lawa. Petahana bersama Tim Sahabat Yakan juga melakukan pemasangan baliho, spanduk, striker di daerah-daerah yang strategis di dalam lingkup Kecamatan Muara Lawa khususnya agar masyarakat dapat melihat dan mengingat serta dapat memilih calon tersebut. Petahana bersama Tim Sahabat Yakan juga melakukan kegiatan dengan membagikan masker kepada masyarakat yang ada di Kecamatan Muara Lawa, kemudian membagikan kaos dan kalender Yakan.

Instrument dan kegiatan berikutnya yaitu melakukan kunjungan dan kampanye dialogis kepada masyarakat Kecamatan Muara Lawa yang dilakukan oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan ini. Kemudian, merangkul anak-anak muda serta ibu-ibu agar ikut berpartisipasi dalam memenangkan Petahana dalam Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020. Instrument dan kegiatan yang dilakukan oleh Petahana bersama dengan Tim Sahabat Yakan ini sudah berjalan secara efektif baik dari lapangan langsung maupun dari sosial media Yakan Media Center. Petahana dan Tim Sahabat Yakan melakukan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan agar menjadi lebih baik lagi. Sehingga, image atau citra politik Petahana ini dapat menjadi *image positif* untuk Petahana, Tim Sahabat Yakan dan Masyarakat yang ada di Kecamatan Muara Lawa.

Mengkomunikasikan sebuah pesan kunci maka, perlu adanya instrument dan kegiatan yang sesuai. Instrument dan kegiatan yang dilakukan oleh Petahana dan Tim Sahabat Yakan dalam pilkada Kabupaten Kutai Barat di Kecamatan Muara Lawa pada tahun 2020 yaitu melakukan sosialisasi kepada masyarakat Kecamatan Muara Lawa, melakukan pelatihan bagi kader-kader. Hal ini dilakukan tentunya diseluruh kampung yang ada di Kecamatan Muara Lawa seperti, Kampung Lambing, Kampung Benggeris, Kampung Muara Lawa, Kampung Cempedas, Kampung Payang, Kampung Dingin, Kampung Lotaq dan Kampung Muara Begai. Kegiatan yang dilakukan tentunya mulai dari persiapan kampanye, pelaksanaan dan pengevaluasian kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan sehingga dapat dibenahi menjadi lebih baik lagi di kegiatan berikutnya. Instrument dan kegiatan yang dilakukan oleh Petahana dan Tim Sahabat Yakan pada pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa sudah berjalan efektif. Hal ini dapat dilihat dari kesadaran pengurus atau Tim Sahabat Yakan yang bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan pada pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa. Kegiatan yang dilakukan oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan pada pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa, telah memberikan gagasan yang menarik sehingga, dapat membangun kesejahteraan masyarakat Kecamatan Muara Lawa di Kabupaten Kutai Barat.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Komunikasi Petahana Dalam Mempertahankan Elektabilitas Pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 Di Kecamatan Muara Lawa yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Petahana bersama dengan Tim Sahabat Yakan yaitu dengan melakukan pendekatan diri terhadap masyarakat yang ada di Kecamatan Muara Lawa, terkhusus para tokoh-tokoh masyarakat karena, Petahana dan Tim Sahabat Yakan percaya bahwa para tokoh-tokoh tersebut dapat menggiring keseluruhan masyarakat untuk dapat memilih Petahana yaitu Fransiskus Xaverius Yapan, SH dan H. Edyanto Arkan, SE pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020, maka pada bab ini peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Tujuan atau target Petahana pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 yaitu ingin mendapatkan suara terbanyak di seluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten tersebut khususnya di Kecamatan Muara Lawa bahkan berharap bisa memenangkan diseluruh Tempat Pemungutan Suara yang tersebar di delapan kampung yang ada. Hal ini sejalan dengan apa yang sudah Tim Sahabat Yakan upayakan dalam menerapkan strategi ditengah-tengah masyarakat karena Petahana dapat memenangkan Pilkada Kabupaten Kutai Barat pada tahun 2020 dan mendapatkan suara terbanyak dibandingkan Independen dengan perolehan suara sebesar 61,14% suara sah.
2. Pesan yang disampaikan oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 sudah berjalan efektif. Dengan menyampaikan pesan yang terarah positif memberikan harapan-harapan kepada masyarakat Kecamatan Muara Lawa, Petahana dapat membangun citra politik yang baik dimata masyarakat Kecamatan Muara Lawa. Serta, menyampaikan pesan-pesan yang sesuai dengan Visi, Misi dan Program Kerja dan Pembangunan yang akan Petahana lakukan pada 5 tahun mendatang.

3. Sasaran Petahana bersama dengan Tim Sahabat Yakan pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 yaitu dengan melakukan kampanye publik, pengiklanan sehingga meraih simpati tokoh-tokoh, masyarakat Kecamatan Muara Lawa dengan melakukan berbagai strategi seperti melakukan kampanye dialogis, terjun langsung ke lapangan, melakukan kunjungan ke rumah-rumah maupun ke kampung-kampung yang ada di Kecamatan Muara Lawa.
4. Instrumen yang dilakukan oleh Petahana bersama Tim Sahabat Yakan dan Tim Srikandi pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat membangun, melakukan sosialisasi, kampanye dialogis, kunjungan kerumah-rumah serta ke kampung-kampung yang ada, dan setiap melakukan kegiatan tersebut Tim Sahabat Yakan selalu melakukan evaluasi perbaikan strategi agar menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Dengan tujuan agar, Petahana ini dapat menarik simpati masyarakat untuk dapat terpilih kembali. Instrument dan kegiatan yang dilakukan tentunya bertujuan untuk membangun *image positif* dan membangun citra politik Petahana di Kecamatan Muara Lawa dan hal itu terbukti karena, strategi yang digunakan dapat berjalan efektif sesuai dengan hasil yang diraih.

Rekomendasi

Setelah mengkaji berbagai jenis penelitian, penulis dengan rendah hati merasa perlu untuk memberikan rekomendasi yang mungkin bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Adapun saran yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Agar Petahana senantiasa mengunjungi Kecamatan Muara Lawa, tidak hanya pada saat kampanye saja, tetapi pada setiap kegiatan yang ada di Kecamatan Muara Lawa
2. Agar Petahana senantiasa mendengarkan aspirasi masyarakat Kecamatan Muara Lawa dalam aspek pembangunan jalan maupun aspek sosial.

Daftar Pustaka

- Baharuddin, T. (2017). *Modalitas Dalam Pemilukada* (1 ed., Vol. xii). (O. A. Elin Wiji, Penyunt.) Lampung: Gre Publishing.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dictionary, C. (2021). *Meaning of incumbent in English*. Cambridge University Press.
- Effendi, M. I. (2001). Perubahan Lingkungan dan Strategi serta Implikasinya terhadap profitabilitas dan Risiko Bank Umum Devisa di Indonesia. *Universitas Airlangga*.
- Effendi, O. U. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Haris, S. (1998). *Menggugat Pemilihan Umum Orde Baru, Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia dan PPW-LIPI.
- Huberman, M. B. (2007). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- KBBI, B. P. (2016). *Elektabilitas*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Lasswell, H. D. (2005). *The Structure and Function of Communication in Society*. Indonesia: Kemenkeu.
- Lexi Pranata Budidharmanto, T. S. (2019). *Millenials Mind of Tourism The Book of Tourism Research*. Indonesia: Jakad Media Publishing.
- Moertopo, A. (1974). *Strategi Politik Nasional*. Jakarta: CSIS.
- Mukthar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif* (1 ed.). Jakarta: REFERENSI.
- Sugiono, D. (2008). *Elektabilitas*. Jakarta: Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suratiningsih, D., & Lukowati, S. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI DALAM DIPLOMASI KEMANUSIAAN : BEST PARTICE DALAM ISU KEMANUSIAAN PALESTINA*. (D. Suratiningsih, & S. Lukowati, Penyunt.) Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Thaqdir, M. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (1 ed.). Jakarta: Dediknas.
- Wolhoff, G. (1960). *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara Indonesia*. Jakarta: Timun Mas.