

**STRATEGI KAMPANYE CALEG PETAHANA
PRANAYA YUDHA MAHARDHIKA
PADA PEMILU DPRD PROVINSI JAWA TIMUR 2024**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Politik



Disusun oleh :

MUJI KHUSWATUN

10040121096

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
TAHUN AKADEMIK 2025**

PERTANGGUNG JAWABAN PENULIS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim. Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Muji Khuswatun

NIM : 10040121096

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Kampanye Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika

Pada Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 19 Maret 2024

Yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink. Below the signature is a red circular official stamp with a Garuda emblem in the center and the text 'KEMENTERIAN KEMAHKAMATAN RI' around the perimeter. To the right of the signature is a yellow rectangular stamp with the text 'METERAI TEMPEL' and a serial number '84603AMK55013806'.

Muji Khuswatun

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Muji Khuswatun

NIM : 10040121096

Program Studi : Ilmu Politik

Berjudul **“Strategi Kampanye Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika Pada Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024”**, saya berpendapat bahwa skripsi ini sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana S.Sos dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 19 Maret 2025

Dosen Pembimbing



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag., M.Si.

NIP 197411102003121004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang disusun oleh Muji Khuswatun dengan judul "Strategi Kampanye Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika Pada Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024" telah di pertahankan dan di nyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 24 April 2025

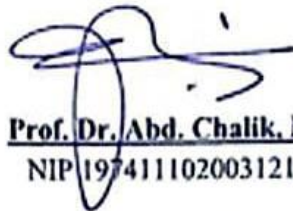
TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Dr. H. Andi Suwarko, S.Ag., M.Si
NIP 197411102003121004

Penguji II



Prof. Dr. Abd. Chalik, M.Ag
NIP 197411102003121004

Penguji III



Dr. Khoirul Yahya, S.Ag., M.Si
NIP 197202062007101003

Penguji IV



Ajeng Widya Prakasita, M.A
NIP 199502232020122025

Surabaya, 24 April 2025

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. Abd. Chalik, M.Ag
NIP.197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muji Khuswatun
NIM : 10040121096
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Politik
E-mail address : khuswatunmuji@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

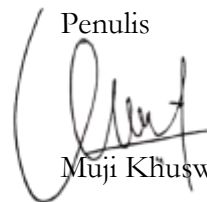
**Strategi Kampanye Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika Pada Pemilu DPRD
Provinsi Jawa Timur 2024**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Oktober 2025

Penulis

(Muji Khuswatun)

ABSTRAK

Muji Khuswatun, 2025. Strategi Kampanye Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika Pada Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024. Skripsi Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Strategi Kampanye, Caleg Petahana, Pemilu Legislatif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye yang dilakukan oleh calon legislatif petahana Pranaya Yudha mahardhika pada Pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2024. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi kampanye caleg petahana Pranaya Yudha Mahardhika pada pemilu DPRD Jawa Timur tahun 2024, bagaimana peluang dan tantangan caleg petahana Pranaya Yudha Mahardhika pada pemilu DPRD Jawa Timur tahun 2024. Untuk menjawab permasalahan ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan desain riset studi kasus. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan dokumentasi dengan menggunakan teori utama Marketing Politik yang dikemukakan oleh Niffeneger serta teori Patronase yang dikemukakan oleh Edward Aspinall sebagai teori pendukung.

Hasil dari penelitian ini yaitu strategi kampanye yang dibangun kandidat meliputi, strategi produk, strategi promosi, strategi segmentasi, strategi targeting, dan strategi positioning, strategi price, dan strategi place untuk menarik dukungan pemilih. Strategi produk meliputi platform partai, rekam jejak kandidat, dan karakteristik pribadi kandidat. Strategi promosi yang dilakukan kandidat meliputi pertemuan langsung/bertatap muka terhadap pemilih (konstituen), kandidat membentuk citra di benak pemilih melalui berbagai media, kandidat juga menggait dukungan individu/organisasi masyarakat berbasis massa. Strategi segmentasi yang dibangun adalah strategi berdasar aspek demografi berdasarkan kelas etnis, agama, dan usia. Strategi penargetan kandidat menetapkan sasaran sebanyak 80.000 suara, yang terdiri dari 40.000 suara yang ditargetkan di Banyuwangi, 10.000 suara di Situbondo, dan 30.000 suara di Bondowoso. Strategi price meliputi pengeluaran dana kampanye dan psikologis, strategi place meliputi lokasi fisik, penggunaan media sosial, penggunaan media tradisional, dan turun langsung ke masyarakat. Peluang kandidat meliputi pengalaman sebagai petahana, reputasi dan kepercayaan masyarakat, berasal dari partai pemenang ke-3 di dapil IV. Tantangan yang dihadapi kandidat meliputi black campaign, praktik money politics, dan ekspektasi tinggi dari masyarakat. Meskipun demikian, dengan pendekatan edukatif dan upaya meningkatkan kesadaran pemilih, Pranaya Yudha dan tim suksesnya berusaha mengatasi tantangan tersebut.

ABSTRACT

Muji Khuswatun, 2025. Campaign Strategy of Incumbent Legislative Candidate Pranaya Yudha Mahardhika in the 2024 East Java Provincial Legislative Election. Thesis, Political Science Study Program, Faculty of Social Sciences and Political Science, Sunan Ampel State Islamic University Surabaya.

Keywords: Campaign Strategy, Incumbent Candidate, Legislative Election.

This study aims to analyze the campaign strategy employed by incumbent legislative candidate Pranaya Yudha Mahardhika in the 2024 East Java Provincial Legislative Election. The research problem focuses on the campaign strategy, opportunities, and challenges faced by Pranaya Yudha Mahardhika in the 2024 East Java Legislative Election. To address this issue, the researcher employs qualitative research with a case study design. The theories used to explain the phenomenon are the Political Marketing theory proposed by Niffenegger and the supporting Patronage theory put forth by Edward Aspinall.

The findings of this study indicate that the candidate's campaign strategy includes product strategy, promotion strategy, segmentation, targeting, and positioning strategy, price strategy, and place strategy to attract voter support. The product strategy encompasses the party platform, the candidate's past, and the candidate's personal characteristics. The candidate's promotion strategy involves direct meetings with the public, creating an image in the minds of voters through various media, and utilizing individuals/organizations for campaigning. The segmentation strategy is based on demographic aspects such as ethnic class, religion, and age. The candidate targeting strategy sets a goal of 80,000 votes, which consists of 40,000 votes targeted in Banyuwangi, 10,000 votes in Situbondo, and 30,000 votes in Bondowoso. The price strategy involves campaign spending and psychological factors, while the place strategy includes physical locations, social media usage, traditional media, and direct engagement with the community. The candidate's opportunities include experience as an incumbent, reputation, and public trust, as well as being from the third-winning party in the IV electoral district. The challenges faced by the candidate include black campaigns, money politics practices, and high public expectations. Nevertheless, through educational approaches and efforts to raise voter awareness, Pranaya Yudha and his successful team strive to overcome these challenges.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERTANGGUNG JAWABAN PENULIS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kajian Pustaka	12
F. Rencana Sistematika Skripsi	22
BAB II.....	24
PERSPEKTIF TEORITIS & ARGUMENTASI UTAMA.....	24

A. Perspektif Teoritis.....	24
B. Argumentasi Utama.....	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
1. Jenis dan Masalah Penelitian	39
2. Unit dan Peringkat Analisis	41
3. Situasi Sosial, Sampel dan Teknik Sampling	41
4. Teknik Pengumpulan Data.....	48
a. Wawancara.....	48
b. Dokumentasi	50
5. Teknik Analisis Data.....	51
6. Teknik Validasi Data	52
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Deskripsi Pemilu DPRD Daerah Pemilihan Jawa Timur IV	55
a. Pembagian Daerah Pemilihan	55
b. Peserta Pemilu DPRD Daerah Pemilihan Jatim IV	57
c. Pemilih Pemilu DPRD Daerah Pemilihan Jatim IV	66
B. Profil Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika.....	68
C. Strategi Kampanye Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika	69
a. Strategi Produk.....	69

b. Strategi Promosi.....	81
c. Strategi STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)	91
d. Strategi Price	101
e. Strategi Place	113
f. Patronase	117
D. Peluang dan Tantangan Kampanye Caleg Petahana Pranaya Yudha Mahardhika	121
a. Peluang.....	122
b. Tantangan.....	126
BAB V	132
PENUTUP.....	132
A. Kesimpulan	132
B. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	135

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar partai politik aspiras terbanyak dapil IV Jawa Timur.....	9
Tabel 1. 2 Daftar peraih kursi DPRD Jawa Timur dapil IV Jawa Timur	9
Tabel 2. 1 Metode Segmentasi Pemilih	31
Tabel 3. 1 Kriteria Informan.	45
Tabel 3. 2 Daftar Informan.	48
Tabel 4. 1 Pembagian Dapil Jawa Timur.....	56
Tabel 4. 2 Peserta Pemilu Dapil Jatim IV.....	58
Tabel 4. 3 Hasil Perolehan Suara Dapil Jatim IV	65
Tabel 4. 4 Pemilih Dapil Jatim IV	66
Tabel 4. 5 Profil Kandidat.....	68
Tabel 4. 6 Anggaran Kampanye.	110
Tabel 4. 7 Data biaya politik di Indonesia.	117

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1: kandidat berkunjung ke usaha Perkopian Banyuwangi	76
Gambar 1. 2 Kegiatan Literasi dan Digitalisasi Pengelolaan Keuangan Daerah.....	79
Gambar 1. 3 Kegiatan Pengadaan Pupuk Pribadi	79
Gambar 1. 4 : Sosialisasi PROKESRA.....	80
Gambar 1. 5 : Kandidat saat silaturahmi (sambang dulur) di dapil IV	86
Gambar 1. 6 : Strategi penjangkauan pemilih melalui media sosial.....	88
Gambar 1. 7 : Kandidat saat melakukan santunan anak yatim di Banyuwangi.....	101



DAFTAR PUSTAKA

- Sepriansyah, Muhamad (2021), “Strategi dan Marketing Politik Caleg Anwar Al Sadat Dalam Pileg 2019 Dapil Palembang II Sumsel”, *Jurnal Politik Islam*, Vol. 2 No. 2 (157-167).
- Jafar, Muhamad AW (2020), “Peranan Partai Politik Dalam Demokrasi Di Indonesia”, *Jurnal KAPemda*, Vol. 10, No.6
- Pajri, Rahmat (2022), “Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar Dalam Membangun Brand Image Golkar Bangkit Di Kabupaten Kampar”, *Skripsi, UIN Suska Riau*.
- Roselli A.L, Julia Ivanna (2024), *Dinamika Politik Lokal : Strategi Calon Legislatif Kupang Pada Pemilu 2024*, QISTINA : *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, Vol. 3, No. 1.
- Suryanata R., Budianto H. (2021), “Strategi Kampanye Calon Legislatif DPR RI Dalam Meningkatkan Popularitas Aksestabilitas dan Elektabilitas pada Pemilu DPR RI (Mohamad Saleh Caleg DPR RI Partai Golkar 2019-2024)”, *Jurnal Media Kom*, Vol. XI, No. 2.
- Ismail L.O, Samiruddin, Reni W.O (2022), *Strategi Politik Anggota Partai NasDem dalam Pemilihan DPRD Kabupaten Muna Barat Periode 2019-2024*, *Selami IPS*, Vol 15, No 2.
- Sari Eka L. (2019), *Perempuan dan Politik Elektoral (strategi kampanye calon legislatif petahana PKB terpilih di daerah pemilihan Jawa Timur II dalam pemilu DPRD Provinsi Jawa Timur 2019)*, *Skripsi, Prodi Ilmu Politik, FISIP, UINSA*.

- Zuhdi Kgs. M. (2021), Strategi Kampanye Caleg Kiagus Ishak (PAN) dan Syarifuddin (PPP) dalam Pileg 2019 Kota Palembang, *Islamic Civilization*, Vol. 2, No. 1.
- Umar Amrullah & Kahar Suyatno (2021), Strategi Kampanye Calon Anggota DPRD Kota Ternate I Tengah-Tengah Pemilihan Presiden 2019, *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, Vol. 7, No. 1.
- Kamil Kurniawan (2023), “Strategi Pemenangan Calon Legislatif Perempuan Pada Pemilihan Legislatif 2019 (Studi kasus pada anggota legislatif perempuan DPRD kabupaten Tanjung Jabung Barat)”, *Skripsi, Prodi Ilmu Politik & Pemerintahan, Fakultas Hukum, Universitas Jambi*.
- Rusnani & Hermanto Bambang, Strategi Caleg Dalam Upaya Memenangkan Pemilu Legislatif Di Dapil II Kabupaten Sumenep, *Jurnal “PERFORMANCE” Bisnis & Akuntansi*, Vol. V, No. 2, September.
- Tabron Roni (2020), Marketing Politik dan Strategi Pemenangan Pemilu, *Jurnal Mediakom*, Vol 2, No 1.
- Nursal Adman (2024), Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu (Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPRD, DPD, Presiden), *Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama*, 23.
- Dwi Putra F.S dkk (2022), Marketing Politik (Teori dan Konsep), *Widiana Bhakti Persada Bandung* (Grup CV. Widina Media Utama), Bandung, Jawa Barat.
- Lexy J. Moelong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung ; Remaja Rosdakaya, 2006) edisi revisi, 3.

John W. Creswell, Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih Di Antara Lima Pendekatan, Terj. Qualitativ Inquiry & Research Design : Choosing Among Five Approaches, Third Edition, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015)

Basuki, Metode Penelitian, (Jakarta : Wedatama Widya Sastra, 2006), 173.

Bungin Burhan, Metode Penelitian Kualitatif (Jakarta : Raja Grafindo, 2003), 63

Wahyu, “Memahami Pengertian Validasi Data Dalam Penelitian Dengan Mudah.”

Syahropi Afriyadi, (2023) Strategi Kampanye Politik Prawoto (Caleg Nasdem) pada Pemilihan Legislatif DPRD Kota Tangerang tahun 2019, *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Basari Maria Dafrosa, (2023), Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Manggarai Timur 2019, *Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Pembangunan Masyarakat Desa*.

Martin Aaron, dkk, (2019), A New Campaign Strategy Informed by Pragmatism : Running on a Platform of Expanding Voting Accessibility, *Journals of Cogent Social Sciences*.

Sallberg Yohana, (2019), Analysing the importance of localness for MP Campaigning and Legislative Performance, *Journal of Representative Democracy*.

Johnston, Samuel A.T, Harrington, Sinead C.M, (2023), Campaigning in the dark : theorising campaign strategies from the 2022 Seanad by-

election, *Journals of Irish Political Studies*, Routledge Taylor & Francis Group.

Firmanzah, (2008), *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*.
Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Firmanzah, 2008, *Mengelola Partai Politik : Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*, Jakarta : Sinar Grafika, hal 197.

Sutrisno, Yuningsih Neneng Yani, Agustino Leo, (2018), *Komparasi Teori Marketing Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal*, *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 6 (2).

Hari Wijaya, Hani Sirine, *Strategi Segmenting Targeting Positioning serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap*, *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 01, No. 03, September 2019.

Ash Shiddiq, Izzul Haque *Strategi Komunikasi Calon Legislatif Muda Pada Pemilu DPRD Kabupaten Banyuwangi Tahun 2024*, Nusantara Hasana Journal, Vol 4, No. 3, Agustus, 2024

Aprilia Kamsy, *Skripsi : Analisis Kontribusi Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Pada Pembangunan Desa Namara Kecamatan Aru Tengah Kabupaten Kepulauan Aru Tahun 2022*, (Surabaya, Universitas Narotama Surabaya, 2023) hal. 31

Muawwin, Musnaini, (2023) *Pengaruh Push, Pull, dan Pass Marketing Terhadap Keputusan Memilih pada Pemilihan Gubernur Jambi Tahun*

2020, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 12, No. 4, Desember.

Rosyan, Adam Nurfaizi, (2024) Pemilihan Umum dan Budaya Patronase : Mahalnya Biaya Politik di Tengah berkembangnya Meritokrasi, *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, Juni.

Firmanzah, (2008) *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia), edisi revisi, 182.

Nurhidayat, Ipan, (2023) Marketing Politik dalam Pemilihan Umum di Indonesia, *Journal E-Gov Wiyata : Education and Goverment*, Vol 1, No. 1, Februari.

Ash Shiddiq, Izzul Haque, (2024) Strategi Komunikasi Calon Legislatif Muda Pada Pemilu DPRD Kabupaten Banyuwangi Tahun 2024, *Nusantara Hasana Journal*, Vol 4, No. 3, Agustus.

Muawwin, Musnaini, (2023) *Pengaruh Push, Pull, dan Pass Marketing Terhadap Keputusan Memilih pada Pemilihan Gubernur Jambi Tahun 2020*, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 12, No. 4, Desember.

Noor, H.R. Zulki Zulkifli, (2023) Strategi Pemasaran dalam Politik, Buku Referensi Political Marketing Management 5.0, Penerbit Deepublish (Grup Penerbit CV Budi Utama). (29)

Aspinall, Edward, Berenschot, Ward, (2019) *Democracy for Sale : Pemilihan Umum, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017, Tentang
Pemilihan Umum

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan daerah

Sistem Pemilu 2024 Tetap Proporsional terbuka, Kamis, 15 Juni 2023,

<https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=19260>

Tugas dan Kewenangan KPU Provinsi,

<https://jatim.kpu.go.id/page/read/tugas-dan-kewenangan-kpu-provinsi>

Darmawan, Agus Dwi, Update 2024 ; Jumlah Penduduk Kabupaten
Banyuwangi 1,79 Juta Jiwa. Dapat diakses pada

<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/4637897f70de683/update-2024-jumlah-penduduk-kabupaten-banyuwangi-1-79-juta-jiwa#:~:text=Jumlah%20penduduk%20di%20Kabupaten%20Banyuwangi,lebih%20tinggi%20dibanding%20Desember%202021.>

Jumlah Penduduk Kabupaten Situbondo ;

<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/512e6cd3509da68/data-2024-jumlah-penduduk-kabupaten-situbondo-688-52-ribujiwa#:~:text=Jumlah%20penduduk%20di%20Kabupaten%20Situbondo,ribu%20jiwa%20data%20per%202024.>

DPT Jatim Pemilu 2024 ; [https://www.detik.com/jatim/berita/d-6821235/dpt-](https://www.detik.com/jatim/berita/d-6821235/dpt-jatim-pemilu-2024-ditetapkan-31-juta-berikut-rinciannya)

[jatim-pemilu-2024-ditetapkan-31-juta-berikut-rinciannya](https://www.detik.com/jatim/berita/d-6821235/dpt-jatim-pemilu-2024-ditetapkan-31-juta-berikut-rinciannya)

Sejarah Partai Golkar. <https://www.partaigolkar.com/profil/>

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi : www.banyuwangikab.go.id

Kabupaten Situbondo, <https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-situbondo/>

Kabupaten Bondowoso ; <https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-bondowoso/>

<https://kab-banyuwangi.kpu.go.id/>

<https://kab-situbondo.kpu.go.id/>

<https://kab-bondowoso.kpu.go.id/>

<https://banyuwangi.bawaslu.go.id/>

<https://situbondo.bawaslu.go.id/>

UUD 1945 Pasal 22E.

dprd.jatimprov.go.id



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A