Journal of Education, Cultural and Politics
Volume 6 No 4 2026
e-ISSN: 2798 - 6020

Hubungan pemahaman isu kampanye dengan kemenangan pasangan calon bupati pada Pilkada 2024

Audi Fatika Sari, *Suryanef, Al Rafni, Irwan Hamdi
Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, FIS Universitas Negeri Padang
FIS Universitas Negeri Padang

Corresponding Author: ***Suryanef**
E-mail: suryanef@fis.unp.ac.id

Abstract

This study aims to determine the relationship between campaign issue understanding and the victory of the regent candidate pair Hendrajoni and Risnaldi Ibrahim in the 2024 Regional Head Election in Asam Kamba Village, Pesisir Selatan Regency. This research employed a quantitative approach with a correlational method. The sample consisted of 95 respondents, determined using the Slovin formula and random sampling technique. Data were collected through open-ended questions assessed using a scoring rubric of 0, 1, and 2. The data were analyzed using Pearson Product Moment correlation and the coefficient of determination with IBM SPSS. The results indicate that campaign issue understanding obtained an index of 67.32%, categorized as high, while the candidate pair victory variable obtained an index of 65.99%, also categorized as high. Pearson correlation analysis showed a correlation coefficient of 0.848 with a significance value of 0.000 ($p < 0.001$). The coefficient of determination was 0.719 or 71.9%. These findings indicate a very strong and significant positive relationship between campaign issue understanding and the candidate pair victory variable, as measured through community support and the rationalization of voting decisions.

Article History

Received: 17 Sept 2026

Accepted: 16 Nov 2026

Published: 21 Nov 2026

Keywords:

Regional election, campaign issue, South Pesisir

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
©2026 by Author.

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah merupakan salah satu bentuk pelaksanaan demokrasi yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menentukan pemimpin daerah secara langsung. Dalam proses tersebut, pasangan calon berupaya memperoleh dukungan masyarakat melalui penyampaian visi, misi, program kerja, serta isu-isu kampanye yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Menurut Tama et al. (2024, hlm. 590) menjelaskan bahwa strategi segmentasi, targeting, dan positioning digunakan untuk menyesuaikan pesan politik dengan kelompok pemilih yang dituju, serta membangun citra melalui tagline,

program kerja, dan media kampanye. Dengan demikian, penyampaian isu kampanye tidak hanya berkaitan dengan penyebaran informasi, tetapi juga dengan bagaimana program politik disampaikan agar dapat dipahami oleh masyarakat.

Penyampaian pesan politik kepada masyarakat dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, salah satunya media sosial. Joni et al. (2025, hlm. 280) menjelaskan bahwa media sosial merupakan salah satu instrumen komunikasi politik yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Dalam konteks kampanye, media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi mengenai program dan kegiatan politik pasangan calon. Penyampaian informasi tersebut menjadi salah satu sarana bagi masyarakat untuk memperoleh pengetahuan mengenai program yang ditawarkan.

Isu kampanye menjadi bagian penting dalam komunikasi politik karena berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan gagasan, menawarkan solusi, dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap pasangan calon. Menurut Rogers dan Storey (1987), kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak dalam jangka waktu tertentu. Penyampaian isu kampanye tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering pesan politik diterima oleh masyarakat, tetapi juga berkaitan dengan sejauh mana masyarakat memahami isi, tujuan, dan manfaat program yang ditawarkan. Pemahaman terhadap isu kampanye dapat menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam menilai pasangan calon dan menentukan pilihan politiknya.

Kenagarian Asam Kamba dipilih sebagai lokasi penelitian karena pasangan Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim memperoleh suara lebih banyak dibandingkan pasangan calon lainnya di wilayah tersebut. Berdasarkan data hasil perolehan suara yang dicantumkan dalam skripsi, pasangan Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim memperoleh 571 suara, sedangkan pasangan Rusma Yul Anwar dan Nasta Oktavia memperoleh 429 suara di Kenagarian Asam Kamba. Penelitian ini berangkat dari pemikiran bahwa pemahaman masyarakat terhadap isu kampanye memiliki keterkaitan dengan dukungan dan keputusan memilih pasangan calon. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengetahui apakah terdapat hubungan antara pemahaman isu kampanye dengan kemenangan pasangan calon Bupati Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2024 di Kenagarian Asam Kamba. Secara teoretis, hubungan antara tingkat pemahaman pemilih terhadap isu kampanye dengan keberhasilan atau Keputusan Memilih kandidat dapat dijelaskan melalui dua pendekatan utama dalam ilmu politik, yaitu Teori Pilihan Rasional (*Rational Choice Theory*) dan Teori Pemrosesan Informasi Politik (*Political Information Processing Theory*). Teori Pilihan Rasional yang berakar dari pemikiran Anthony Downs (1957) menyatakan bahwa pemilih dalam suatu pemilihan umum bertindak layaknya konsumen di pasar ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berangkat dari pemikiran bahwa pemahaman masyarakat terhadap isu kampanye memiliki keterkaitan dengan dukungan dan keputusan memilih pasangan calon. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengetahui apakah terdapat hubungan antara pemahaman isu kampanye dengan kemenangan pasangan calon Bupati Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2024 di Kenagarian Asam Kamba.

Penelitian dilaksanakan di Kenagarian Asam Kamba, Kecamatan Bayang, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. Populasi penelitian adalah masyarakat yang memiliki hak pilih dan terdaftar sebagai pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2024, dengan jumlah 1.758 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 95 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik random sampling. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen hasil pemilihan dan sumber literatur yang relevan.

Instrumen penelitian menggunakan pertanyaan terbuka atau esai. Jawaban responden dinilai dengan rubrik penskoran tiga kategori, yaitu skor 2 untuk jawaban benar dan relevan, skor 1 untuk jawaban sebagian benar atau kurang lengkap, serta skor 0 untuk jawaban salah, tidak relevan, atau tidak dijawab. Dengan demikian, penelitian ini tidak menggunakan pilihan jawaban skala Likert, melainkan penilaian berdasarkan ketepatan isi jawaban responden. Variabel X, yaitu pemahaman isu kampanye, diukur melalui pemahaman masyarakat terhadap lima Isu Kampanye. Sementara itu, variabel Y tetap menggunakan istilah kemenangan pasangan calon sebagaima na judul penelitian. Secara operasional, variabel tersebut diukur melalui dua subindikator, yaitu dukungan masyarakat dan rasionalisasi keputusan memilih.

Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat capaian masing-masing variabel. Selanjutnya, uji normalitas dan uji linearitas digunakan sebagai pengujian prasyarat analisis. Pengujian hubungan dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan besarnya koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui proporsi variasi variabel Y yang berkaitan dengan variabel X. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS. Penggunaan program tersebut bertujuan untuk mempermudah proses pengolahan data serta membantu memperoleh hasil analisis yang sistematis dan akurat (Ghozali, 2021). Namun, mengingat bahwa kemenangan merupakan sebuah fakta administratif pasca-pemilihan yang telah berketetapan, maka secara operasional dalam penelitian ini, variabel "Kemenangan" ditinjau dan diukur melalui indikator "Keputusan Memilih**"** (*Voting Decision*) masyarakat di dalam bilik suara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman isu kampanye

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran tingkat Pemahaman Isu Kampanye masyarakat di Kenagarian Asam Kamba terhadap program-program yang disampaikan oleh pasangan calon Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim.

Tabel 1. Indeks Pemahaman Isu Kampanye

No	**Indikator**	**Indeks**
1.	Peningkatan kualitas Pendidikan Masyarakat	67.45%
2.	Penguatan nilai – nilai keagamaan dalam kehidupar Masyarakat	66.80%
3.	Peningkatan Kesejahteraan Sosial dan Ekonom	68.20%

	Masyarakat	
4.	Pemenuhan Kebutuhan Dasar dan Penguatan Ketahanan Pangan Masyarakat	67.15%
5.	Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kesehatan Masyarakat	67.00%

Sumber: Olahan peneliti

Angka indeks rata-rata sebesar 67,45% ini mengindikasikan bahwa masyarakat Kenagarian Asam Kamba secara kognitif memiliki literasi politik yang memadai.

Mereka tidak sekadar menghafal nama program kandidat, melainkan benar-benar mampu memahami substansi, sasaran, dan manfaat dari setiap program yang diusung oleh pasangan Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim selama masa kampanye.

Kemenangan Pasangan Calon

Analisis deskriptif berikutnya dilakukan terhadap variabel Kemenangan Pasangan Calon (Y). Variabel ini diukur melalui indikator Dukungan Masyarakat, Dan Keputusan Memilih.

Tabel 2. Indeks Kemenangan Pasangan Calon

No	**Indikator**	**Indeks**
1.	Dukungan Masyarakat	65,79%
2.	Keputusan Memilih	66,18%

Sumber: Olahan peneliti

Apabila ditelisik lebih jauh ke dalam rincian sub-indikatornya:

1. Sub-indikator Dukungan Masyarakat mencatatkan indeks kelayakan sebesar 65,79%.
2. Sub-indikator Keputusan Memilih (Rasionalisasi Suara) mencatatkan indeks sebesar 66,18%.

Nilai indeks yang konsisten berada di kategori "Tinggi" pada variabel Y ini menjadi temuan empiris yang esensial. Data ini merefleksikan bahwa tingginya suara elektoral dan keputusan masyarakat Kenagarian Asam Kamba dalam memberikan dukungan kepada pasangan Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim ditopang oleh basis argumentasi rasional yang kokoh. Keputusan memilih tersebut bukanlah produk dari fanatisme buta, politik uang, maupun euforia sesaat, melainkan hasil dari pertimbangan logis dan penilaian matang terhadap program (isu kampanye) yang dinilai relevan dengan kebutuhan pemecahan masalah ekonomi dan sosial-kemasyarakatan di wilayah nagari mereka.

Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah seluruh syarat statistik terpenuhi dengan sangat baik, tahapan analisis memasuk fase puncak, yakni pengujian hipotesis untuk menjawab rumusan masalah. Pengujian ini diukur menggunakan instrumen uji Korelasi Product Moment Pearson untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan, serta uji Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengetahui persentase daya pengaruhnya.

Tabel 3. Hasil Pengujian Korelasi Person dan Koefisien Determinasi

Parameter Pengujian Statistik	Nilai Perolehan
Koefisien Korelasi Pearson (r)	0,848
Signifikansi (Sig. 2-tailed)	0
Koefisien Determinasi (R2)	0,719
Kontribusi Pengaruh (%)	71,9%

Sumber: Olahan peneliti

1. Analisis Korelasi Pearson

Berdasarkan *output* matriks pada Tabel 3 di atas, perolehan nilai koefisien korelasi (r) tercatat sebesar 0,848. Merujuk pada tabel interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2019), angka 0,848 menempati interval kategori "Sangat Kuat" (berada pada rentang 0,80 - 1,00).

Koefisien yang bernilai positif ini memberikan penegasan bahwa korelasi antarvariabel bergerak secara searah (*positive correlation*). Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman dan literasi kognitif masyarakat terhadap substansi isu kampanye kandidat, maka akan semakin tinggi dan rasional pula keputusan masyarakat dalam memilih pasangan Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim. Lebih lanjut, nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) memperlihatkan angka mutlak 0,000, yang berarti jauh berada di bawah taraf kritis 0,05 (0,000 < 0,05).

Berdasarkan pembuktian empiris tersebut, maka asas pengambilan keputusan statistiknya adalah: Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima secara meyakinkan. Dapat disimpulkan dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa terdapat hubungan yang positif, sangat kuat, dan signifikan secara statistik antara Pemahaman Isu Kampanye dengan Kemenangan Pasangan Calon Bupati Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim di Kenagarian Asam Kamba pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2024.

2. Koefisien Determinasi

Sementara itu, untuk mengukur seberapa masif peranan variabel Pemahaman Isu Kampanye dalam menentukan Kemenangan, dilakukan analisis pada tabel *Model Summary* di SPSS. Ditemukan nilai Koefisien Determinasi ($R - Square\ R^2$) sebesar 0,719.

Angka ini mengandung arti filosofis dan statistik bahwa variabel Pemahaman Isu Kampanye memberikan kontribusi sumbangsih yang luar biasa besar, yakni 71,9% dalam membentuk, mendikte, atau memengaruhi variasi Keputusan Memilih masyarakat.

Adapun sisa persentase sebesar 28,1% dipengaruhi oleh determinan atau variabel-variabel eksternal lain di luar jangkauan instrumen penelitian ini (misalnya:karisma ketokohan, rekam jejak kepemimpinan masa lalu, sentimen patronase kultural, maupun kekuatan mobilisasi mesin partai politik).

Pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada interpretasi teoretis dan sosiologis secara mendalam terhadap fenomena empiris yang ditemukan di lapangan. Temuan mengenai tingkat Pemahaman Isu Kampanye, Kemenangan dengan mengukur Keputusan Memilih, serta relasi kausalitas di antara keduanya akan dibedah menggunakan pisau analisis ilmu komunikasi politik dan sosiologi politik.

Kontruksi kognitif masyarakat terhadap isu kampanye pasangan Hendrajoni dan Ris naldi Ibrahim

Eksplorasi data di Kenagarian Asam Kamba berhasil mengukuhkan fakta empiris yang mematahkan stigma tradisional politik. Selama ini, terdapat asumsi bias yang menganggap bahwa pemilih di pedesaan atau tingkat nagari cenderung bersikap apatis, irasional, tidak memiliki literasi politik, atau hanya sekadar menjadi "objek" pengerahan massa saat Pilkada. Sebaliknya, hasil penelitian ini membuktikan bahwa masyarakat Kenagarian Asam Kamba memiliki indeks pemahaman kampanye yang sangat impresif, yakni sebesar 67,45% (Kategori Tinggi).

Tingginya indeks capaian kognitif ini menunjukkan bahwa masyarakat secara aktif menyerap, membedah, dan merasionalisasi esensi dari lima program krusial yang ditawarkan kandidat. Apabila dibedah melalui kacamata Teori Komunikasi Politik dan Pemrosesan Informasi (*Political Information Processing Theory*) yang digagas oleh Dan Nimmo (2000), sebuah kampanye yang efektif bukanlah kampanye yang memproduksi kebisingan visual atau verbal secara sembarangan, melainkan kampanye yang berhasil mengeksekusi "transfer makna" (*transfer of meaning*). Lebih jauh dari itu, kandidat berhasil menanamkan pemahaman ontologis di benak masyarakat; bahwa jaminan ketahanan pangan warga, sebagai solusi krisis pendidikan, untuk mencegah dekadensi moral generasi muda, untuk mempermudah akses fasilitas medis dasar, dan untuk kebangkitan ekonomi lokal mereka.

Fundamental keputusan memilih berbasis rasionalitas masyarakat dukungan masyarakat

Keputusan mayoritas masyarakat Kenagarian Asam Kamba untuk menjatuhkan pilihan elektoral kepada pasangan Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim juga tervalidasi oleh indeks variabel Keputusan Memilih sebesar 65,79% (Kategori Tinggi). Fakta empiris di lapangan membuktikan bahwa rentetan dukungan politik ini bukanlah manifestasi dari praktik politik transaksional (*money politics*), patronase buta, maupun euforia atau fanatisme sesaat yang irasional. Sebaliknya, keputusan memilih ini adalah kristalisasi dari pertimbangan rasional masyarakat yang berbasis pada evaluasi program.

Hal ini menjadi sangat masuk akal apabila dikorelasikan dengan profil demografis responden penelitian. Mayoritas responden di Kenagarian Asam Kamba merupakan masyarakat kelas pekerja fundamental, yang didominasi oleh profesi Petani/Pekebun (28,42%) dan Ibu Rumah Tangga (25,26%). Kelompok masyarakat dengan latar belakang agraris dan domestik ini merupakan kelompok yang paling rentan terhadap guncangan ekonomi dan paling membutuhkan kepastian pemenuhan hak-hak dasar.

Oleh karena itu, ketika mereka memberikan keputusan memilih (berdasarkan hasil evaluasi esai yang diisi responden), alasan terbesar yang melatarbelakanginya adalah karena isu kampanye yang ditawarkan menyentuh akar permasalahan harian mereka. Tingginya angka pada indikator Keputusan Memilih memperlihatkan adanya konversi sosiologis dari ranah afektif (simpati politik) menuju ranah konatif (tindakan nyata secara elektoral di dalam bilik suara). Masyarakat Asam Kamba memiliki proyeksi rasional bahwa keputusan memilih mereka akan membawa *multiplier effect* (dampak ganda) positif bagi pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan nagari di masa depan.

Hubungan Empiris :pemahaman isu kampanye sebagai determinasi utama keputusan memilih

Penemuan paling fenomenal dan esensial dalam riset ini bermuara pada hasil pembuktian hipotesis, yakni ditemukannya korelasi *Pearson* sebesar 0,848 (Sangat Kuat) dan daya kontribusi determinasi sebesar 71,9%. Tingginya koefisien hubungan ini menyuguhkan legitimasi empiris yang tidak terbantahkan bagi Teori Pilihan Rasional (*Rational Choice Theory*) yang dipelopori oleh Anthony Downs (1957). Dalam kerangka berpikir teori Downsian, setiap individu pemilih dianalogikan sebagai *homo economicus* (manusia ekonomi) yang senantiasa mengalkulasi keuntungan dan kerugian (*utility maximization*) dari setiap pilihan politik yang diambilnya. Angka sumbangan pengaruh sebesar 71,9% dari penelitian ini adalah wujud nyata dari kalkulasi rasional tersebut. Masyarakat Kenagarian Asam Kamba menjadikan pemahaman mereka atas isu kampanye

Dalam prosesnya, "isu kampanye" bertindak layaknya "komoditas publik" yang ditawarkan oleh kandidat. Ketika masyarakat pemilih mengkaji komoditas tersebut dan menyadari bahwa program tersebut akan memberikan *benefit* (manfaat) yang linier dengan tuntutan kesejahteraan mereka, maka pemahaman tersebut secara otomatis bermutasi menjadi *political trust* (kepercayaan politik). Kepercayaan politik inilah yang kemudian bermuara pada Keputusan Memilih.

Secara filosofis, konklusi dari penelitian ini memberikan penegasan baru terhadap kajian politik lokal. Di era demokrasi rasional saat ini, komoditas politik paling berharga yang dimiliki oleh seorang kandidat bukanlah sekadar pesona atau karisma ketokohan semata, melainkan kualitas isu kampanye dan sejauh mana kandidat tersebut mampu membuat masyarakat memahaminya. Meskipun secara metodologis temuan ini merepresentasikan korelasi statistik, namun implikasi logisnya menegaskan bahwa tanpa adanya transfer pemahaman substansi program yang masif ke dalam kognisi warga, sangat mustahil seorang kandidat dapat mendominasi keputusan pemilih rasional dengan angka persentase pengaruh yang mencapai lebih dari tujuh puluh persen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data terhadap 95 responden di Kenagarian Asam Kamba, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif, sangat kuat, dan signifikan antara Pemahaman Isu Kampanye (X) dengan Kemenangan Pasangan Calon (Y) pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2024. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji korelasi Product Moment Pearson sebesar 0,848 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,001$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman masyarakat terhadap isu kampanye, semakin tinggi pula kecenderungan dukungan dan rasionalisasi keputusan memilih pasangan Hendrajoni dan Risnaldi Ibrahim.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap isu kampanye memperoleh indeks sebesar 67,45% dengan kategori tinggi. Masyarakat Kenagarian Asam Kamba memiliki pemahaman terhadap lima program unggulan yang ditawarkan pasangan calon, yaitu Program Nagari Kanyang, Nagari Pandai, Nagari Mangaji, Nagari Sehat, dan Nagari Sejahtera. Sementara itu, variabel Kemenangan Pasangan Calon yang dioperasionalkan melalui dukungan masyarakat dan rasionalisasi keputusan memilih memperoleh indeks sebesar 65,99% dengan kategori tinggi.

Selanjutnya, hasil koefisien determinasi (R-Square) sebesar 0,719 menunjukkan bahwa Pemahaman Isu Kampanye memiliki kontribusi statistik sebesar 71,9% dalam menjelaskan variasi skor Kemenangan Pasangan Calon, sedangkan 28,1% sisanya berkaitan dengan faktor-faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemahaman terhadap isu kampanye memiliki keterkaitan yang kuat dengan dukungan dan keputusan memilih masyarakat. Dengan demikian, penyampaian program kampanye yang jelas, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat menjadi salah satu aspek penting dalam komunikasi politik pada pemilihan kepala daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 817–846). Sage Publications.

Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper & Brothers.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Joni, C. A., Suryanef, Hasrul, & Nurman, S. (2025). Komunikasi politik Mahyeldi sebagai gubernur Sumatera Barat melalui media sosial Instagram. *Journal of Education, Cultural and Politics, 5*(2), 276–284.

Nimmo, D. (2000). *Komunikasi politik: Komunikator, pesan, dan media*. Remaja Rosdakarya

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication campaigns. In C. R.

Tama, D. A., Hasrul, H., Rafni, A., & Dewi, S. F. (2024). Strategi pemenangan Partai Demokrat dan PKS di DPC Kota Padang dalam Pemilu 2024. *Journal of Education, Cultural and Politics*, *4*(3), 588-601

z00267-021-01432-1

JECO