
**STRATEGI KEMENANGAN POLITIK M.REZA IRSYADILLAH DAN M.IQBAL
DALAM KONTESTASI PEMILU LEGISLATIS DI KOTA
PANGKALPINANG TAHUN 2024**

¹Raysha Rebina

Universitas Bangka Belitung

Email: Raysharebina10@gmail.com

²Bahjatul Murtasidin

Universitas Bangka Belitung

Email: bahjatul@ubb.ac.id

³Tiara Elgi Fienda

Universitas Bangka Belitung

Email: ratiara2018@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang strategi kemenangan politik dua pendatang baru, M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal, dalam kontestasi Pemilu Legislatif DPRD Kota Pangkalpinang tahun 2024, di tengah fenomena 66,7% anggota DPRD terpilih merupakan pendatang baru yang menandai perubahan signifikan dalam peta politik lokal. Penelitian bertujuan menganalisis secara mendalam strategi pemasaran politik yang digunakan kedua tokoh tersebut, dengan menggunakan teori pemasaran politik 10P Denny JA sebagai kerangka analisis. Melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa keberhasilan Reza dan Iqbal ditopang penerapan strategi pemasaran politik seperti inovasi kampanye, pengelolaan opini publik, segmentasi dan profiling pemilih, serta penetapan positioning yang jelas di masyarakat. Keduanya menerapkan kombinasi strategi pull dan push marketing melalui pemanfaatan media sosial, canvassing, GOTV, dan penggunaan media visual, selain memperkuat komunikasi personal dengan pemilih. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan strategi kemenangan pendatang baru di politik lokal, sekaligus menjadi referensi praktis bagi calon legislatif dan partai politik dalam merancang strategi efektif memenangkan kursi DPRD ke depan.

Kata kunci: **Strategi kemenangan politik, pendatang baru, marketing politik, Pemilu Legislatif 2024.**

Abstract

This study discusses the political victory strategies of two newcomers, M. Reza Irsyadillah and M. Iqbal, in the 2024 Pangkalpinang City DPRD Legislative Election contest, amid the phenomenon of 66.7% of DPRD members being newcomers, which marks a significant change in the local political landscape. The study aims to conduct an in-depth analysis of the political marketing strategies employed by these two figures, using Denny JA's 10P Political Marketing Theory as the analytical framework. Through a qualitative approach involving interviews, observations, and documentation, it was found that the success of Reza and Iqbal was supported by the implementation of political marketing strategies such as campaign innovation, public opinion management, voter segmentation and profiling, and the establishment of a clear positioning in society. Both employed a combination of pull and push marketing strategies through the use of social media, canvassing, GOTV, and visual media, while also strengthening personal communication with voters. The findings of this study contribute theoretically to the development of winning strategies for newcomers in local politics, while also serving as a practical reference for legislative candidates and political parties in designing effective strategies to secure seats in the Regional People's Representative Council (DPRD) in the future.

Keywords: *political victory strategy, newcomers, political marketing, 2024 legislative elections.*

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan Pemilu Legislatif di Indonesia, khususnya di tingkat kota seperti Pangkalpinang tahun 2024, memperlihatkan dinamika sosial-politik yang semakin kompleks dan kompetitif. Fenomena munculnya sejumlah besar pendatang baru yang berhasil merebut 66,7% kursi DPRD (20 dari 30 kursi) menandai terjadinya pergeseran konstelasi kekuasaan di tingkat lokal. Berdasarkan rekapitulasi yang dilakukan KPU partai PDIP berhasil mengumpulkan total suara 21.931, diikuti Nasdem dengan 19.778 suara serta Gerindra sebanyak 17.360 suara (Wartabangka.id, 2024).

Hasil ini mematahkan dominasi para incumbent yang selama ini dinilai lebih memiliki akses dan pengaruh dalam dunia politik daerah. Kemenangan para pendatang baru tersebut tidaklah terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan hasil dari strategi politik yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman serta kebutuhan masyarakat yang terus berubah. Menurut Aisyah (2021) pendatang baru dalam pemilu didefinisikan sebagai calon legislatif yang tidak memiliki pengalaman sebelumnya dalam jabatan publik dan berusaha untuk mendapatkan dukungan dari pemilih dengan menawarkan visi dan misi yang berbeda dari calon yang sudah ada.

Dalam konteks tersebut, sosok M. Reza Irsyadillah dari Partai Nasdem dan M. Iqbal dari Partai Gerindra menonjol sebagai peraih suara terbanyak di antara para pendatang baru.

Keberhasilan dua tokoh muda ini melampaui berbagai kandidat mapan menjadi cerminan kuat bagaimana lanskap politik daerah semakin terbuka terhadap figur dan gagasan baru, sepanjang mereka mampu melakukan pendekatan yang relevan dengan tuntutan masyarakat dan perkembangan teknologi komunikasi politik modern.

Situasi politik di Pangkalpinang pada Pemilu 2024 menjadi objek menarik untuk dikaji lebih dalam karena memperlihatkan bahwa keberhasilan kaum pendatang baru dalam meraih kursi legislatif tidak lagi semata-mata bergantung pada modal ekonomi maupun relasi politik tradisional. Kemenangan M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal menunjukkan bahwa strategi personalisasi komunikasi politik, pemanfaatan media sosial, inovasi dalam metode kampanye, serta penguatan jejaring tim sukses berbasis komunitas dan organisasi sosial, menjadi faktor kunci kemenangan mereka. Temuan ini menjadi bukti bahwa strategi politik yang terintegrasi, inklusif, dan responsif terhadap aspirasi publik mampu memberikan peluang besar bagi pendatang baru untuk memenangkan kontestasi melawan calon incumbent.

Penelitian mengenai strategi kemenangan politik M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal sebagai pendatang baru dalam Pemilu Legislatif 2024 di Kota Pangkalpinang memiliki urgensi dan nilai signifikansi yang tinggi secara teoretis, praktis, pengambil kebijakan, dan masa depan politik lokal. Argumentasi berikut memperdalam dan merinci alasan mendasar mengapa penelitian ini penting untuk didokumentasikan dan dikaji secara akademis serta memberikan wawasan baru terkait pola dan strategi sukses caleg pendatang baru di panggung politik lokal, khususnya di era digitalisasi komunikasi politik, mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi pendatang baru

Dengan demikian, penelitian mengenai strategi kemenangan M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal dalam Pemilu Legislatif 2024 di Kota Pangkalpinang memiliki urgensi tinggi dalam memahami pergeseran pola kemenangan politik lokal Indonesia di era modern dan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi politik yang adaptif di masa mendatang.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada tiga ranah. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya khazanah ilmu politik khususnya dalam studi kemenangan calon legislatif pendatang baru serta aplikasi teori marketing politik di Indonesia. Secara praktis, temuan penelitian dapat menjadi referensi empiris bagi calon legislatif, partai politik, dan aktor politik daerah lain dalam merancang strategi kampanye

yang relevan dan efektif, khususnya di tengah transformasi komunikasi politik berbasis digital dan meningkatnya tuntutan akuntabilitas publik.

Dalam ranah definisi operasional, “strategi kemenangan politik” mengacu pada serangkaian taktik dan metode yang diterapkan oleh M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal selama masa kampanye hingga pascapemilu, yang terbukti efektif meraih suara terbanyak dan mengalahkan incumbent. Menurut Mahendra (2020), Struktur politik yang oligarkis sering kali menjadi penghalang bagi pendatang baru untuk memasuki arena politik sehingga mereka perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk dapat bersaing. Dengan adanya Variabel strategi ini meliputi pendekatan personalisasi (*door to door, GOTV*), segmentasi pemilih lintas generasi, pemanfaatan media digital dan konvensional (Instagram, TikTok, baliho, broadcast video), penguatan jaringan tim sukses berbasis komunitas atau wilayah, serta model komunikasi responsif dan terbuka dengan konstituen. Sementara “pendatang baru” merujuk pada kandidat legislatif yang baru pertama kali mencalonkan diri dan belum pernah menjabat di DPRD Kota Pangkalpinang pada periode sebelumnya. “Opini publik” diartikan sebagai persepsi, penilaian, serta harapan masyarakat terhadap kemampuan, kinerja, dan integritas para kandidat, yang terbangun dari interaksi langsung, testimoni dari lingkungan, serta hasil paparan kampanye di media. Data utama penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dengan para kandidat, tim sukses, dan pemilih, observasi langsung terhadap dinamika kampanye, serta analisis dokumen digital dan media sosial, yang seluruhnya dianalisis secara kualitatif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami secara mendalam strategi kemenangan politik M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal sebagai pendatang baru dalam Pemilu Legislatif Kota Pangkalpinang 2024. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menangkap dinamika, nuansa, dan konteks sosial-politik yang menjadi latar belakang kemenangan kedua tokoh. Penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara langsung dari lapangan, sehingga dapat memberikan gambaran utuh mengenai proses perancangan hingga implementasi strategi politik yang diterapkan.

Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian berpusat di dua daerah pemilihan (Dapil) tempat M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal mencalonkan diri, yakni Dapil 1 (Kecamatan Bukit Intan-Girimaya) dan Dapil 2 (Kecamatan Rangkui), yang merupakan bagian dari Kota Pangkalpinang, Provinsi Bangka Belitung. Kedua Dapil ini dipilih karena merupakan basis dukungan utama kedua tokoh, serta memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan demografi yang beragam dan representatif untuk menggambarkan kondisi pemilih Kota Pangkalpinang secara umum.

Target/Subjek Penelitian

Sasaran utama penelitian adalah mendeskripsikan dan menganalisis strategi kemenangan dua figur pendatang baru, yakni M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal, dalam kontestasi Pemilu Legislatif 2024 di Kota Pangkalpinang. Selain itu, penelitian ini juga menargetkan untuk memahami persepsi, motivasi, dan harapan masyarakat pemilih baik yang memilih maupun tidak memilih kedua tokoh tersebut terhadap kandidat pendatang baru secara umum, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam proses konsolidasi dukungan politik di tingkat lokal.

Prosedur

Prosedur penelitian dimulai dengan pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam dan terstruktur kepada kandidat, tim sukses, dan pemilih di kedua Dapil. Wawancara dilakukan secara tatap muka dan tercatat, memastikan data yang diperoleh valid dan kontekstual. Untuk memperkuat temuan, dilakukan pula analisis dokumen sekunder berupa materi kampanye, data rekapitulasi suara, penggunaan media sosial kandidat, serta pemberitaan media lokal terkait pemilu dan proses pengambilan kebijakan di Kota Pangkalpinang. Setiap tahapan penelitian dilakukan dengan memperhatikan etika penelitian, termasuk perlindungan identitas responden dan kebebasan dalam memberikan informasi.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data

Pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam dengan M. Reza Irsyadillah, M. Iqbal, tim sukses, serta pemilih di masing-masing Dapil Kota Pangkalpinang, yang dipilih secara purposif untuk memastikan kedalaman dan validitas informasi. Menurut Moleong (2018), Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan, yang bertujuan untuk

mendapatkan informasi yang mendalam dan komprehensif mengenai suatu fenomena. Selain wawancara, digunakan juga observasi langsung terhadap aktivitas kampanye, interaksi sosial di masyarakat, serta dinamika politik selama proses pemilu. Data sekunder meliputi dokumen kampanye berupa baliho, pamflet, dan unggahan media sosial (Instagram, TikTok, publikasi video), berita lokal, serta rekapitulasi suara resmi dari KPU Kota Pangkalpinang.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data untuk memecahkan masalah, menemukan solusi, dan teknik untuk membangun hubungan antar data dan metode dengan mengevaluasi hasil penelitian secara akurat (Kothari,2004). Pada teknik ini dilakukan dengan tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Teknik wawancara digunakan untuk menggali persepsi, motivasi, strategi, dan tantangan yang dihadapi oleh kandidat, tim sukses, serta masyarakat pemilih. Observasi dilakukan secara langsung dan partisipatif selama proses kampanye dan pascapemilu untuk menangkap interaksi sosial dan dinamika politik yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Adapun dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data digital dan konvensional, seperti materi kampanye, rekaman kegiatan, dan data publik dari media sosial. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan secara bertahap, berulang, dan sistematis untuk memastikan data yang diperoleh lengkap, valid, serta dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi tiga tahap utama: reduksi data , penyajian data , dan penarikan kesimpulan sebagaimana dijelaskan :

Reduksi data

Reduksi dilakukan dengan cara Menyering, memilih, memfokuskan, dan menghidupkan data mentah yang dikumpulkan dari hasil wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi materi kampanye dan media sosial. Dalam tahap ini, data yang relevan dengan rumusan masalah seperti pola kampanye, faktor penentu kemenangan, opini publik, serta tantangan pendaftar baru dikodekan (coding) berdasarkan tema-tema utama yang muncul, misalnya strategi pemasaran personal, media inovasi, segmentasi pemilih, dan komunikasi pascapemilu. Data yang kurang relevan atau berulang-ulang dieliminasi agar analisis lebih fokus dan efisien.

Display Data

Display data bertujuan mengorganisir data yang telah direduksi ke dalam bentuk yang mudah dipahami, misalnya melalui matriks, tabel perbandingan, atau narasi deskriptif. Contohnya, penyajian data dalam bentuk tabel perbandingan strategi kampanye antara kedua tokoh (pendekatan personal, media, segmentasi pemilih, jaringan tim sukses, komunikasi pascapemilu, inovasi), serta kutipan hasil wawancara dengan kandidat, tim sukses, dan pemilih dari berbagai latar belakang. Data yang ditampilkan juga mencakup penyusunan hasil observasi aktivitas kampanye, penggunaan media sosial, serta interaksi kandidat dengan masyarakat di lapangan.

Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan dilakukan secara induktif, dengan membandingkan dan memaparkan temuan lapangan dengan kerangka teori (politik pemasaran 10P Denny JA). Dalam tahap ini, peneliti menganalisis kesamaan dan perbedaan strategi kedua tokoh, faktor dominan yang mempengaruhi opini publik, serta tantangan spesifik yang dihadapi pendatang baru. Peneliti juga melakukan triangulasi sumber menggabungkan dan memeriksa konsistensi data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan. Setelah semua pengumpulan data, peneliti menarik kesimpulan yang merangkum pola dan strategi kemenangan, respon masyarakat, serta rekomendasi praktis bagi kandidat dan pelaku politik lokal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai strategi kemenangan M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal dalam Pemilu Legislatif Kota Pangkalpinang 2024 dipaparkan secara deskriptif, didukung tabel perolehan suara serta observasi kualitatif dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan rekapitulasi KPU, dari 30 kursi DPRD Kota Pangkalpinang, 20 kursi diisi oleh pendatang baru (66,7%), menandai pergeseran signifikan dari dominasi petahana tradisional (33,3%). M. Reza Irsyadillah (Dapil 1, Nasdem) dan M. Iqbal (Dapil 2, Gerindra) tercatat sebagai dua kandidat pendatang baru dengan perolehan suara tertinggi.

Berikut tabel 20 anggota pemilu berdasarkan urutan suara terbanyak kandidat pendatang baru:

No	Dapil	Nama	Partai Politik	Perolehan Suara
1.	1	M. Reza Irsyadillah	Nasdem	2.519

2.	2	M. Iqbal	Gerindra	2.007
3.	3	Asri	PKB	1.587
4.	3	Dessy Ayutrisna	PDIP	1.581
5.	1	Ediyansyah	PDIP	1.547
6.	2	Feri Sardani	Golkar	1.544
7.	5	Rosalina	Gerindra	1.381
8.	2	Siti Aisyah	Demokrat	1.315
9.	1	Rocky Husada	PPP	1.271
10.	4	Riska Amelia	Nasdem	1.257
11.	5	Achmad Faisal	Demokrat	1.245
12.	3	Sukardi	Gerindra	1.242
13.	5	Moh. Belia Murantika	Golkar	1.200
14.	4	H. Hasan Basry	Gerindra	1.148
15.	4	Dio Febrian	PDIP	1.129
16.	3	H. Arnadi	PKS	1.087
17.	3	Ady Irawan	Golkar	1.084
18.	5	Daryanto	PDIP	920
19.	3	Eko Suprasetyo	Nasdem	863
20.	1	Pemangi	Demokrat	816

Sumber : Olahan Data Peneliti

Tabel ini menunjukkan bagaimana pendatang baru tidak hanya “sekadar masuk”, tetapi juga mampu menduduki posisi penting dalam struktur legislatif Kota Pangkalpinang.

Pendekatan Personal dan Segmentasi Pemilih

M. Reza Irsyadillah menjalankan kampanye yang mengedepankan komunikasi emosional, *GOTV (Get Out The Vote)*, dan interaksi terbuka langsung dengan warga. Ia memanfaatkan media sosial Instagram, TikTok untuk berinteraksi lintas generasi, serta menghadiri acara komunitas untuk membangun kedekatan pribadi di setiap kelurahan. Reza memaksimalkan media visual seperti baliho, billboard, dan mobile branding, serta aktif di Instagram dan TikTok untuk memperluas jangkauan ke pemilih serta Reza membangun jaringan tim sukses di setiap kelurahan, dengan koordinator yang merekrut anggota dari masyarakat lokal yang sudah dikenal agar komunikasi lebih efektif. Komunikasi Pascapemilu dan inovasi Reza membuka akses komunikasi langsung tanpa perantara, siap membantu warga yang sakit atau membutuhkan, dan aktif merespons pengaduan masyarakat.

Sementara itu, M. Iqbal memilih strategi door to door untuk membangun kepercayaan, segmentasi fokus pada kalangan muda (Gen Z dan milenial), serta menggarap basis komunitas dan pelaku usaha LPG di wilayahnya. Media Kampanye dan Visual Branding dan iqbal mengandalkan baliho, video siaran, dan Instagram untuk meningkatkan visibilitas di ruang publik dan digital serta jaringan Tim Sukses dan Penguatan akar rumput lalu iqbal memanfaatkan jaringan tokoh masyarakat, organisasi, dan pelaku usaha, khususnya pengurus pangkalan LPG, untuk memperkuat dukungan akar rumput. Pada komunikasi pascapemilu dan inovasi Iqbal rutin mengadakan reses dan pertemuan langsung untuk menyerap aspirasi, serta menjaga komunikasi intensif dengan konstituen.

Tantangan Pendatang Baru dan Implikasi Sosial

Hasil penelitian menyoroti beberapa tantangan utama yang dihadapi pendatang baru, di antaranya keterbatasan jaringan, minim pengalaman legislatif, serta adanya keraguan dari publik mengenai kapabilitas mereka. Meskipun demikian, keberhasilan Reza dan Iqbal membuktikan bahwa inovasi, integritas, komunikasi terbuka, dan konsistensi pelayanan merupakan strategi efektif dalam meraih kepercayaan masyarakat. Respons masyarakat memberikan masukan penting bahwa pendatang baru sebaiknya tidak hanya aktif saat kampanye, tetapi juga membuktikan kinerja nyata dan menjaga komunikasi setelah menjabat.

Keberhasilan strategi yang diterapkan oleh kedua figur menunjukkan pentingnya penggunaan kombinasi antara strategi modern dan tradisional dalam pemasaran politik di tingkat lokal. Bagi pendatang baru yang ingin memenangkan kontestasi legislatif, penting untuk membangun pendekatan personal, memanfaatkan media digital secara kreatif, dan

tetap menjaga integritas serta kedekatan dengan basis massa setelah pemilu usai. Temuan ini memberikan referensi nyata bagi calon legislator di daerah lain, partai politik, serta pengambil kebijakan untuk mengadopsi strategi serupa guna mendorong regenerasi kepemimpinan dan demokratisasi politik lokal yang lebih berdaya saing dan inklusif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian tentang strategi kemenangan M. Reza Irsyadillah dan M. Iqbal dalam Pemilu Legislatif Kota Pangkalpinang 2024 menunjukkan bahwa keberhasilan pendatang baru sangat dipengaruhi oleh kombinasi strategi pemasaran politik yang adaptif, inovasi digital, komunikasi personal yang intensif, serta penguatan jaringan tim sukses berbasis komunitas. Kandidat kedua mampu membangun citra positif melalui pendekatan langsung (door to door, GOTV) dan pemanfaatan media sosial, serta menjaga komunikasi responsif pascapemilu dengan konstituen. Kedekatan emosional, reputasi keluarga, dan bukti nyata kontribusi menjadi faktor utama dukungan masyarakat. Namun, tantangan seperti pengenalan tokoh, keterbatasan jaringan, dan tuntutan masyarakat terhadap konsistensi kinerja tetap harus diatasi oleh calon pendatang baru.

Saran

Bagi kandidat legislatif pendatang baru, disarankan untuk lebih mengintensifkan interaksi langsung dengan masyarakat, mengembangkan strategi branding personal berbasis inovasi digital, serta membangun jejaring tim sukses yang kuat di tingkat akar rumput. Partai politik dan penyelenggara pemilu perlu memberikan pelatihan dan dukungan teknis terkait strategi kampanye lebaran modern agar potensi regenerasi kepemimpinan lokal semakin terbuka. Selain itu, penting bagi pengambil kebijakan untuk memfasilitasi transparansi akses informasi dan komunikasi publik guna mendorong partisipasi serta akuntabilitas politik di tingkat lokal.

TENTANG PENULIS

Raysha Rebina adalah mahasiswa program studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bangka Belitung. Lahir pada 1 Agustus 2003 di Kota Pangkalpinang, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dan menamatkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri

3 Pangkalpinang. Saat ini, penulis berdomisili di Jalan KH Mas'ud Nur, Kelurahan Masjid Jamik, Kecamatan Rangkui, Kota Pangkalpinang. Kontak penulis dapat dihubungi melalui surat elektronik ke raysharebina10@gmail.com.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2021). "Pendatang Baru dalam Politik: Peluang dan Tantangan." *Jurnal Ilmu Politik*, 12(1), 45-60.
- Kothari, C.R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Age Internasional
- Mahendra, P. (2020). *Strategi Pendatang Baru dalam Kontestasi Pemilu*. *Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 5(2), 123-140
- Wartabangka.id (2024). "Berikut Daftar Lengkap 30 Caleg Terpilih DPRD Kota Pangkalpinang 2024-2029"
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya