

Strategi Kemenangan Pasangan Calon di Pilkada Provinsi Maluku Utara 2024: Studi Kasus Pasangan Sherly Tjoanda-Sarbin Sehe

Najla Dara Ayunda*, Marsya Zusrieka, Muhamad Kahar Mudzakar Ramzy Sarman, Lia Wulandari

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Abstrak: Penelitian ini membahas tentang strategi kemenangan Sherly Tjoanda dan Sarbin Sehe dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Provinsi Maluku Utara pada tahun 2024. Pasangan ini menjadi sorotan setelah Sherly menggantikan almarhum suaminya, Benny Laos, sebagai calon gubernur. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kampanye yang diterapkan, serta faktor-faktor yang mendukung kemenangan mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka yang berfokus pada data-data dari media daring, literatur terdahulu, dan dokumen resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan ini menerapkan strategi yang menggabungkan pendekatan digital dan konvensional. Kampanye digital dilakukan melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk menjangkau pemilih muda, sementara pendekatan langsung dilakukan melalui kunjungan ke komunitas, kampanye dari rumah ke rumah, dan acara-acara budaya lokal. Strategi mereka mengacu pada model kampanye Ostergaard yang berfokus pada pembangunan kepercayaan publik. Hasil pemilu menunjukkan bahwa pasangan ini memperoleh 51,68% suara sah, yang membuktikan keefektifan strategi yang digunakan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan pasangan Sherly-Sarbin bukan semata-mata karena faktor emosional atau momentum politik, melainkan karena strategi kampanye yang terencana dengan baik, adaptif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat Maluku Utara.

Kata Kunci: Strategi Kampanye Politik, Sherly Tjoanda, Sarbin Sehe, Maluku Utara.

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jsd.v2i4.3940>

*Correspondence: Najla Dara Ayunda

Email: najladaraa004@gmail.com

Received: 25-02-2025

Accepted: 25-03-2025

Published: 25-04-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research discusses the winning strategy of Sherly Tjoanda and Sarbin Sehe in the North Maluku Provincial Head Election (Pilkada) in 2024. The pair came into the spotlight after Sherly replaced her late husband, Benny Laos, as a candidate for governor. The main objective of this research is to examine the campaign strategy applied, as well as the factors that supported their victory. This research uses a descriptive qualitative method with a desk study approach that focuses on data from online media, previous literature, and official documents. The results showed that the pair implemented a strategy that combined digital and conventional approaches. Digital campaigns were conducted through social media such as TikTok and Instagram to reach young voters, while direct approaches were conducted through community visits, door-to-door campaigns, and local cultural events. Their strategy refers to the Ostergaard campaign model that focuses on building public trust. The election results showed that the pair obtained 51.68% of the valid votes, proving the effectiveness of the strategies used. This research concludes that the success of the Sherly-Sarbin pair was not solely due to emotional factors or political momentum, but rather due to a campaign strategy that was well-planned, adaptive and responsive to the needs of the people of North Maluku.

Keywords: Political Campaign Strategy; Sherly Tjoanda; Sarbin Sehe; North Maluku

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang menganut demokrasi pancasila, yang dimana dalam negara demokrasi pastinya selalu ada kontestasi besar dalam negara yaitu Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilu merupakan suatu “pertandingan politik” yang biasanya calon pemimpin lebih dari satu, mereka berlomba-lomba untuk dapat bisa memenangkan suatu kontestasi besar dalam negara tersebut. UU No.3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum mendefinisikan Pemilu sebagai wadah pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang didasarkan oleh Pancasila dan UUD 1945 (Hindiawati, 2024). Masing-masing kandidat berupaya untuk bisa menarik perhatian pemilih dengan berbagai cara agar dapat merebut kursi kemenangan Pemilu, salah satunya dengan melakukan kampanye politik. Pada kampanye politik, biasanya menyampaikan suatu pesan, visi-misi dan program kerja dari para kandidat, masing-masing memberikan dan menawarkan janji-janji politik pada masyarakat. Meskipun tidak selalu bermakna begitu.

Kampanye politik adalah upaya yang dilakukan secara terstruktur untuk mempengaruhi arah pengambilan keputusan dalam suatu kelompok (Fatimah, S., 2018). Menurut UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah “kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu”. Kampanye bertujuan untuk mengarahkan, memperkuat, serta mengaktifkan pandangan pemilih terhadap isu-isu yang diangkat oleh partai politik (Hasan & Johri, 2017). Dengan berkembangannya zaman kampanye politik mulai banyak perkembangan juga seperti, kampanye tidak lagi menggunakan iklan media cetak atau pertemuan langsung, kini sudah mulai memanfaatkan media sosial dan platform daring lainnya (Zempi et al, 2023). Pada proses kampanye politik yang dilakukan masing-masing kandidat juga melambangkan sebagai suatu proses dari komunikasi politik dan itu merupakan salah satu komponen utama dari strategi kampanye politik (Nugroho et al, 2017).

Pemilihan gubernur Maluku Utara merupakan salah satu kontestasi politik yang sangat penting bagi jalannya demokrasi Indonesia. Pasangan nomor urut 4 yaitu Sherly Tjoanda dan Sarbin Sehe yang menjadi sorotan pada Pemilu Gubernur Maluku Utara 2024, lantaran Sherly Tjoanda maju pada Pilkada Malut 2024 menggantikan posisi mendiang suaminya yaitu Benny Laos. Benny Laos meninggal dunia setelah *speedboat* yang ditumpangnya terbakar di Pulau Taliabu pada Sabtu, 12 Oktober 2024 yang dimana, enam pekan sebelum Pilkada digelar (Tempo.co, 2024) dan paslon bernomor urut 4 tersebut resmi terpilih sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara periode 2025-2030 dengan perolehan suara 51,68% (Antaraneews, 2025), dari total suara sah. Penetapan Sherly Tjoanda sebagai calon gubernur Maluku Utara dilakukan dalam rapat pleno KPU Malut pada Rabu, 24 Oktober 2024. Pasangan calon Sherly Tjoanda dan Sarbin Sehe mendapat dukungan dari Partai NasDem, PPP, Partai Demokrat, PKB, PAN, Partai Gelora, Partai Buruh, serta PSI (Tempo.co, 2024).

Sherly Tjoanda dengan Sarbin Sehe menggunakan strategi kampanye yang mengedepankan dua aspek, yaitu pendekatan ke masyarakat langsung dan pemanfaatan teknologi. Mereka menggunakan berbagai komunikasi digital seperti media sosial, situs

web resmi, dan aplikasi platform digital lainnya untuk menarik perhatian para pemilih muda dan masyarakat perkotaan (Andriana, 2022). Sherly Tjoanda menggunakan media digital seperti pada akun TikTok maupun Instagramnya yang membagikan serangkaian kegiatan kampanye politik yang ia lakukan bersama Sarbin Sehe. Strategi mobilisasi massa juga dilakukan pasangan nomor urut 4 tersebut, mereka memanfaatkan pendekatan berbasis masyarakat untuk mengupayakan agar pesan kampanye yang mereka bawa tersampaikan ke semua kalangan masyarakat Malut (Wahyuningtyas et al, 2025). Demikian penelitian ini dilatarbelakangi dengan ketiga aspek tersebut yang bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi kemenangan Sherly Tjoanda dan Sarbin Sehe dalam Pilkada Malut 2024.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami dan menganalisis fenomena sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu strategi kampanye dan penerimaan publik terhadap paslon Sherly Tjoanda dan Sarbin Sehe pada Pilkada Maluku Utara 2024. Peneliti menggunakan metode Studi Kepustakaan (*library research*) dalam mengumpulkan data. Studi kepustakaan merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan membaca dan mengkaji berbagai sumber, yang memiliki hubungan dengan objek yang akan diteliti (Syafitri & Nuryono, 2020). Data dikumpulkan dari sumber informasi seperti artikel penelitian terdahulu, media berita daring dan situs website yang memaparkan tentang kampanye paslon Sherly Tjoanda-Sarbin Sehe pada Pilkada 2024.

Data yang digunakan pada penelitian ini diambil dari sumber data yang diterbitkan pada rentang waktu tahun 2024 hingga 2025. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan dianalisa dan diuraikan dengan terperinci (Alijoyo et al, 2020) yang merujuk pada model kampanye Ostergaard. Esensi dari model tersebut adalah untuk menciptakan kepercayaan pada publik sebagai strateginya dalam memperoleh dukungan dari pemilih (Wahyuningtyas et al, 2025). Penelitian ini menelaah lebih dalam strategi kampanye yang digunakan oleh pasangan calon Sherly Tjoanda dengan Sarbin Sehe dalam kemenangan pada Pilkada 2024, Provinsi Maluku Utara.

Hasil dan Pembahasan

Profil Sherly Tjoanda dan Sarbin Sehe

Pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe banyak digemari masyarakat, bukan hanya karena personalitas mereka, tetapi juga karena strategi naratif yang mereka terapkan sebelum masa kampanye. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningtyas (2025), keberhasilan mereka dalam membangun *personal branding* sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat merupakan suatu penerapan dari strategi kampanye politik. Menurut penelitian itu, kandidat membangun kepercayaan dengan menyebarkan citra yang konsisten secara masif, baik melalui media sosial maupun kontak langsung dengan masyarakat (Wahyuningtyas, Ramadhan, Suprihono & Putranto, 2025). Sherly memegang gelar dari universitas internasional terkemuka dan memiliki pengalaman luas di sektor pemerintahan, sosial, dan pembangunan daerah. Kontribusinya dalam

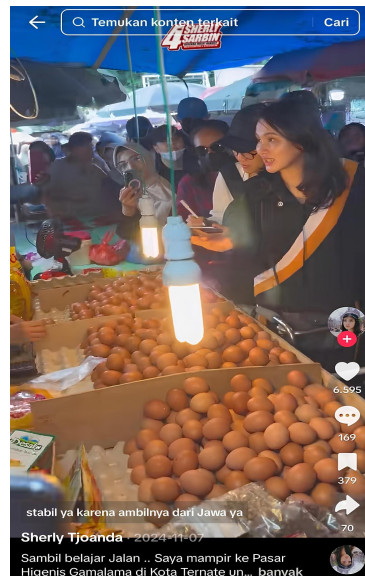
mempromosikan program-program pemberdayaan perempuan dan akses pendidikan di wilayah kepulauan telah membuat namanya dikenal baik di kalangan menengah kebawah.

Sherly dikenal karena kepemimpinannya yang inklusif, dan mampu mendengarkan semua lapisan masyarakat. Dia adalah pendukung kuat kebijakan berbasis gender, keterlibatan anak muda dalam pemerintahan, dan pemanfaatan teknologi ke dalam layanan publik (Dewi & Dzulfaroh, 2025). Sherly menikah dengan Benny Laos pada 28 Mei 2005, dan dikaruniai 2 anak laki-laki serta 1 anak perempuan. Pada tahun 2024, suaminya yakni Benny Laos, yang mencalonkan diri sebagai Gubernur Maluku Utara meninggal dalam kecelakaan *speedboat*. Saat inilah Sherly dicalonkan untuk menggantikan suaminya di Pilkada 2024 sebagai calon Gubernur Maluku Utara, berpasangan dengan Sarbin Sehe (Fatimah, St, 2025). Dalam visinya, Sherly menekankan pentingnya pemerataan pembangunan antar wilayah, khususnya pada daerah-daerah terpencil dan terisolasi di Maluku utara yang selama ini terabaikan dalam akses kesehatan dan pendidikan (Ansar, 2025). Sementara itu, Sarbin Sehe pemuda asal Halmahera Timur, dikenal sebagai sosok yang aktif dalam berorganisasi dan memiliki jaringan kuat di masyarakat setempat (Dewi & Dzulfaroh, 2025). Ia telah memimpin berbagai organisasi masyarakat dan pemuda yang berfokus pada pembangunan desa dan ketahanan sosial ekonomi. Penggabungan antara pengalaman yang dimiliki oleh Sherly dan Sarbin ini dapat menciptakan sinergi antara pemikiran yang strategis dan penerapan teknis di lapangan nantinya. Keduanya telah menunjukkan bagaimana kemampuan luar biasa mereka untuk menjembatani sosial budaya di Maluku Utara, dengan keberagaman etnis dan budayanya (Dewi & Dzulfaroh, 2025).

Strategi Kampanye Sherly-Sarbin

Pada konteks Pilkada Maluku Utara 2024, pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe menerapkan strategi kampanye yang disusun secara cermat, luwes, dan terstruktur sesuai dengan teori Strategi Kampanye Politik yang disampaikan oleh Ostergaard dalam penelitian yang berjudul “Efektivitas Strategi Kampanye Pasangan Sherly Laos-Sarbin Sehe di Pilgub Maluku Utara: Kajian Media, Taktik, dan Mobilisasi Massa” yang ditulis Wahyuningtyas, A (2025). Mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang dinamika sosial-politik lokal dan mampu merancang strategi kampanye yang menjangkau berbagai kelompok dalam masyarakat. Sherly membawa visinya yang berbasis kesatuan dan kesenjangan rakyat, serta pembangunan yang inklusif dari visi mendiang suaminya untuk melanjutkan perjuangan politik yang sudah dirintis (Belseran & Irwanti, 2025). Salah satu kekuatan mereka adalah strategi digital. Dengan menggunakan media sosial seperti TikTok dan Instagram, mereka bertujuan untuk menjangkau generasi muda melalui konten kreatif dan konten tentang tantangan digital yang berfokus pada pembangunan daerah (Wahyuningtyas, Ramadhan, Suprihono & Putranto, 2025). Namun, mereka juga tidak melupakan metode tradisional. Kampanye melalui radio, papan iklan, dan diskusi bersama masyarakat tetap dilaksanakan secara aktif, terutama di daerah-daerah yang akses internetnya sangat terbatas (Wahyuningtyas, Ramadhan, Suprihono & Putranto, 2025). *Door-to-door campaign* yang mereka lakukan juga

menjadi pembeda antara mereka dengan lawan politiknya. Dengan terjun langsung ke pasar, desa, dan rumah warga, mereka membangun kepercayaan publik sekaligus menunjukkan komitmen mereka dalam mendengarkan aspirasi masyarakat.



Gambar 1. Terjun langsung Sherly Tjoanda Laos di pasar untuk berinteraksi dengan masyarakat

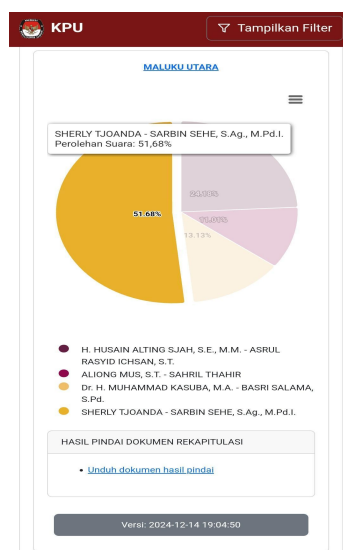
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSRpJsJyb/>

Tidak hanya itu Kampanye mereka juga dimeriahkan dengan acara budaya lokal yang melibatkan masyarakat adat, pemimpin agama, serta asosiasi pemuda. Pendekatan budaya ini tidak hanya memperkuat dampak kampanye, tetapi juga membangun hubungan emosional yang kuat antara calon pemimpin dan masyarakat (Wahyuningtyas, Ramadhan, Suprihono & Putranto, 2025). Mereka juga berpartisipasi dalam penyelenggaraan “Dialog Rakyat” di berbagai wilayah, suatu tempat terbuka untuk menyampaikan secara langsung kritik, saran, dan usulan terkait program pembangunan. Menghadapi komentar buruk terhadap kampanye mereka, tim Sherly-Sarbin merespon dengan cara yang elegan seperti menyampaikan data, memberikan penjelasan yang transparan, dan menyebarluaskan prestasi serta proyek kerja mereka melalui media sosial. Hal ini membangun citra pasangan calon yang dewasa, siap memimpin, dan tahan terhadap tekanan politik (Wahyuningtyas, Ramadhan, Suprihono & Putranto, 2025). Strategi ini terbukti efektif dalam meraih dukungan pemilih di semua lapisan masyarakat.

Hasil Pemilihan Pilkada Maluku Utara

Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin sehe meraih kemenangan besar dalam Pilkada Maluku Utara 2024 dengan perolehan suara terbanyak, yang mengungguli pasangan lain hampir di seluruh Kabupaten/Kota versi *quick count* (Rabiah, 2024). Hasil resmi penghitungan suara yang disampaikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Maluku Utara pada awal Februari 2025 lalu, menunjukkan bahwa pasangan Sherly-Sarbin memperoleh lebih dari 51,68% suara sah (Info Publik Pilkada, 2024). Suatu pencapaian yang menunjukkan dukungan masyarakat dari hasil penerapan teori strategi kampanye

politik oleh Ostergaard yang ada dalam penelitian berjudul “Efektivitas Strategi Kampanye Pasangan Sherly Laos-Sarbin Sehe di Pilgub Maluku Utara: Kajian Media, Taktik, dan Mobilisasi Massa” (2025) yang mereka jalankan. Keberhasilan Sherly-Sarbin dalam memenangkan Pilkada di Maluku utara ini berkat visi serta program kerja mereka yang banyak menarik pemilih, namun juga tidak luput dari peran Sherly sebagai penerus perjuangan suaminya, yakni Benny Laos (Belseran & Irwanti, 2025). Mahkamah Konstitusi mengesahkan kemenangan tersebut dengan menolak seluruh gugatan yang diajukan dari pihak lawan (Jurnalone, 2025). Keputusan ini juga membuktikan legalitas dan transparansi proses pemilu yang dilaksanakan secara demokratis (Jurnalone, 2025).



Gambar 2. Hasil Pilkada Maluku Utara 2024

Sumber: <https://pilkada2024.kpu.go.id/>

Dalam pidato kemenangannya, Sherly mengatakan bahwa kemenangannya ini bukan hanya milik mereka sebagai pasangan calon, tetapi milik seluruh masyarakat Maluku Utara yang menginginkan perubahan nyata dan masa depan yang lebih baik. Kemenangan Sherly-Sarbin ini merupakan simbol keberhasilan strategi kampanye politik yang terbuka terhadap aspirasi masyarakat (Wahyuningtyas, Ramadhan, Suprihono & Putranto, 2025). Pemerintah pusat juga segera menjadwalkan pelantikan resmi yang menandai dimulainya babak baru sejarah kepemimpinan Maluku Utara. Setelah pelantikan, fokus awal pasangan ini adalah mempercepat reformasi pelayanan publik, peningkatan konektivitas antar wilayah, serta pengembangan infrastruktur dasar sumber daya manusia, seperti rencana pemberlakuan sekolah gratis untuk SMA, SMK, dan SLB negeri, sampai pemeriksaan kesehatan gratis (Qal, 2025).

Simpulan

Dari hasil analisis penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa latar belakang dari setiap paslon dan strategi kampanye yang dilakukan, sukses dalam menarik kepercayaan masyarakat Maluku Utara pada Pilkada 2024. Sherly Tjoanda dengan latar belakang pendidikan bergelar internasional dan memiliki beberapa pengalaman pada pemerintahan, sosial, serta pembangunan daerah dan ditambah dengan membawa visi-misi juga melanjutkan perjuangan mendiang Benny Laos. Di sisilain, Sarbin Sehe merupakan sosok yang berpengalaman dalam berorganisasi yang berfokus pada pembangunan desa. keduanya dapat mewujudkan sinergi kepemimpinan yang visioner serta mampu menciptakan pembangunan yang inklusif di Maluku Utara.

Dalam Strateginya, meliputi kampanye digital, interaksi langsung dengan masyarakat yang bertujuan untuk mendengarkan aspirasi di beberapa tempat, serta dimeriahkan dengan dibuatnya acara budaya yang menghadirkan tokoh masyarakat lokal. Strategi kampanye ini menunjukkan bahwa paslon tersebut memiliki komitmen dan keseriusan dalam menyelesaikan segala permasalahan serta memenuhi kebutuhan di masyarakat. Strategi kampanye tersebut dinilai sukses karena paslon tersebut berhasil memperoleh suara sebanyak 51.68%. Perolehan suara tersebut tidak dipengaruhi oleh faktor emosional karena ada rasa belas kasihan dari masyarakat, namun dihasilkan oleh kematangan strategi kampanye yang berbasis pada kefahaman terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat Maluku Utara.

Daftar Pustaka

- Alijoyo, A., Wijaya, Q. B., Jacob, I., Islam, J. P. D. P., & Andari, E. Abdul, A. (2020). Teknik Analisis Data Analisis Data. Teknik Analisis Data Analisis Data, 1–15. Adhimah, S.(2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). Jurnal Pendidikan Anak, 9 (1), 57–62. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>. Jurnal Pendidikan, 10(1), 23-29.
- Andriana, N. (2022). Pandangan partai politik terhadap media sosial sebagai salah satu alat komunikasi politik untuk mendekati pemilih muda (Gen Y dan Z): Studi kasus PDI-P dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51-66.
- Ansar (Ed.). (2025, February 21). Profil Sherly Tjoanda Gubernur Terkaya di Indonesia, usia 42 Tahun - tribun-timur.com. Tribun. <https://makassar.tribunnews.com/2025/02/21/profil-sherly-tjoanda-gubernur-terkaya-di-indonesia-usia-42-tahun?page=4>
- Antaraneews.com. KPU Malut Tetapkan Pasangan Sherly Tjoanda/Sarbin Gubernur/Wagub Terpilih. Diakses pada 21 April 2025. <https://sultra.antaranews.com/berita/494729/kpu-malut-tetapkan-pasangan-sherly-tjoandasarbin-gubernurwagub-terpilih>

- Belseran, C. J., & Irwanti, M. (2025). Narasi Politik Nilai Dalam Fenomena Kemenangan Sherly Tjoanda Sebagai Gubernur Perempuan Pertama Di Maluku Utara: Analisis Dengan Model Komunikasi Lasswell. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 2(1), 292-300.
- Dewi, R. K., & Dzulfaroh, A. N. (2025, February 20). Profil Sherly Tjoanda-Sarbin Sehe, gubernur-Wakil Gubernur Maluku Utara 2025-2030. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2025/02/20/111000665/profil-sherly-tjoanda-sarbin-sehe-gubernur-wakil-gubernur-maluku-utara-2025>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16.
- Hasan, K., & Johri, S. M. (2017). Political Campaign In The Era Of Internet: Politics Of Like, Comment And Share In Bihar Election 2015. *International Journal of Innovative Research and Advanced Studies*, 170-175.
- Hindiawati, W. (2024). Pengaturan Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah Yang Efektif Pasca Perubahan UUD 1945 sebagai Wujud Negara Hukum Yang Demokratis. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 4(1), 190-198.
- Info publik pilkada 2024. Info Publik Pilkada 2024. (n.d.). <https://pilkada2024.kpu.go.id/>
- Jurnalone. (2025, February 6). Sah! KPU Tetapkan Sherly Tjoanda Dan Sarbin Sehe sebagai Gubernur Terpilih Maluku Utara. <https://www.jurnalone.id/sah-kpu-tetapkan-sherly-tjoanda-dan-sarbin-sehe-sebagai-gubernur-terpilih-maluku-utara/>
- Nugroho, W. B., & Santoso, B. (2017). Kampanye Politik dan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Kasus Strategi Kampanye Politik Calon Bupati dan Wakil Bupati Drs. Seno Samodro–M. Said Hidayat SH. dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Boyolali Tahun 2015) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Qal. (2025, March 6). Pidato Perdana Gubernur Sherly, Komitmen Mewujudkan Pemerintahan Bersih Dan Kemajuan Sosial-Ekonomi. HalmaheraPost.com: Cerdas Menginspirasi. <https://halmaherapost.com/2025/03/06/pidato-perdana-gubernur-sherly-komitmen-mewujudkan-pemerintahan-bersih-dan-kemajuan-sosial-ekonomi/>
- Rabiah, D. (2024, November 28). Strategi Sherly Laos Ungguli pilgub Maluku Utara. <https://www.metrotvnews.com>. <https://www.metrotvnews.com/play/ba4CmEye-strategi-sherly-laos-ungguli-pilgub-maluku-utara>
- Syafitri, E. R., & Nuryono, W. I. R. Y. O. (2020). Studi kepustakaan teori konseling dialectical behavior therapy. *Jurnal BK Universitas Negeri Surabaya*, 11(1), 53-59.
- Tempo.co. KPU Tetapkan Sherly Tjoanda-Sarbin Sehe Raih Suara Terbanyak di Pilkada Maluku Utara. Diakses pada 20 April 2025. <https://www.tempo.co/politik/kpu-tetapkan-sherly-tjoanda-sarbin-sehe-raih-suara-terbanyak-di-pilkada-maluku-utara>.
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1999 Tentang Pemilu 1999.
- UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

-
- Wahyuningtyas, A., Ramadhan, M. W., Suprihono, M. B., & Putranto, A. (2025). Efektivitas Strategi Kampanye Pasangan Sherly Laos-Sarbin Sehe di Pilgub Maluku Utara: Kajian Media, Taktik, dan Mobilisasi Massa. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 6(1), 610-621.
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116-123.