

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN



DPD PSI KOTA SEMARANG

Kompleks Pertokoan Jurnatan B5
Jalan Kyai Haji Agus Salim
Semarang 50137
www.psi.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor: 001/DPD-PSI/SKT/III/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melly Pangestu, SE
Jabatan : Ketua DPD PSI Kota Semarang
Partai : Solidaritas Indonesia
Alamat : Kompleks Pertokoan Jurnatan B5, Jl. KH. Agus Salim, Semarang

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Ken Bimo Sultoni
NIM : 14010115140077
Perguruan Tinggi : Universitas Diponegoro
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Judul Penelitian : Media dan Politik: Strategi Kampanye Partai Perindo dan
PSI dalam Mempengaruhi Suara Pemilih di Kota Semarang

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul tersebut di atas pada tanggal 20 Januari 2020 bertempat di kantor DPRD Kota Semarang, Jl. Pemuda No. 146, Sekayu, Semarang.

Semarang, 14 Maret 2020


Melly Pangestu, SE
Ketua DPD PSI Kota Semarang


PANDUAN WAWANCARA (*INTERVIEW GUIDE*)

PARTAI

1. Bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh partai
2. Bagaimana cara partai meningkatkan popularitas dan lektabilitas calon
3. Media apa saja yang paling dominan digunakan untuk strategi kampanye
4. Apakah juga memfokuskan pada penggunaan media internet dan media sosial sebagai bagian dari strategi kampanye
5. Isu apa yang diangkat atau digunakan dalam kampanye di media sosial
6. Konten seperti apa yang dimuat dalam kampanye di media sosial
7. Selain penggunaan media program apa saja yang dilakukan untuk mensukseskan strategi kampanye politik
8. Seberapa sering dilakukannya pembaharuan konten yang ada pada media sosial
9. Indikator keberhasilan strategi penggunaan media dalam kampanye
10. Apakah dalam pemilu yang lalu, partai telah mencapai indikator keberhasilan yang sudah ditetapkan oleh internal partai
11. Apa yang menyebabkan partai mencapai/tidak mencapai target yang sudah ditetapkan internal partai

PENGAMAT POLITIK

1. Bagaimana menurut anda terkait fenomena penggunaan media khususnya media sosial dalam kampanye politik.
2. Apa yang menyebabkan media dapat menjadi alat atau malah aktor politik penting dalam kampanye
3. Menurut anda apakah penggunaan media khususnya media sosial dapat meningkatkan tingkat keterpilihan calon
4. Menurut anda, diantara kedua partai, partai manakah yang paling intens dan berhasil menggunakan media sebagai alat kampanye politik
5. Bagaimana tanggapan anda terkait strategi kampanye yang telah dilakukan oleh kedua partai pada pemilu yang lalu
6. Menurut anda mengapa dalam hal ini PSI dapat berhasil dan perindo gagal membuat calonnya terpilih sebagai anggota legislatif di kota semarang.

MASYARAKAT

1. Apakah anda mengetahui tentang partai perindo dan PSI
2. Partai manakah dari kedua partai tersebut yang paling anda kenal
3. Apakah saudara mengenal calon legislatif dari kedua partai
4. Darimana media apa anda mengetahuinya
5. Dari kedua partai tersebut, partai mana yang menurut anda paling sering muncul di media baik media biasa atau media internet.
6. Media jenis pa yang sering saudara gunakan untuk mengakses informasi
7. Media jenis apa yang sering memuat iklan kampanye kedua partai tersebut
8. Apakah saudara sering melihat kampanye partai tersebut di media sosial atau internet
9. Bagaimana tanggapan saudara terkait isi dan konten dari kampanye politik partai tersebut pada media

TRANSKRIP WAWANCARA

PENGAMAT POLITIK

Dr. Teguh Yuwono S, M.Pol.Admin

Dosen FISIP UNDIP

Umur :

Kota Semarang

1. Bagaimana menurut anda terkait fenomena penggunaan media khususnya media sosial dalam kampanye politik.

Media ada dua satu media tradisional 2 media modern dua duanya target nya sama modern via wa, facebook atau media sosial lainnya media tradisional adalah silaturahmi baliho dua duanya hasil akhirnya sama memperoleh dukungan jadi final goalnya adalah elected voted mendapat pilihan. Baru setelahnya terdapat dua hasil menang atau kalah, contohnya pdip jelas menang mainnya ditradisional 80% psi menang di edia modern. Jadi persoalannya adalah berapa banyak orang memakai medsos tertarik politik mungkin saja naik tapi kemungkinan lebih 5% hanya beberapa, kita akan lihat apa angka ini naik maka kita lihat menggunakan partai yang menggunakan medsos dan perindo termasuk media tradisional dan tv termasuk media tradisional.

2. Apa yang menyebabkan media dapat menjadi alat atau malah aktor politik penting dalam kampanye

Media untuk memperkenalkan knowing dulu understanding terakhir baru simpati, jadi tahapan untuk pemilih. Jadi media tradisional maupun modern ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan pemahaman dan simpati masyarakat terhadap partai itu dalam rangka mendapat elected voted.

3. Menurut anda apakah penggunaan media khususnya media sosial dapat meningkatkan tingkat keterpilihan calon

Media dalam politik berpengaruh kurang lebih hanya 5% sehingga aku yakin psi tidak akan lebih 5%, dan 5% dibagi banyak partai sehingga tidak tembus PT user medsos hanya 5% sementara sisanya real life nya di media tradisional disini media politik nah partai ada disini dan ini mempengaruhi orang. Survei membuktikan bahawa peran media dalam pemenangan politik itu more or less only 5%.

4. Menurut anda, diantara kedua partai, partai manakah yang paling intens dan berhasil menggunakan media sebagai alat kampanye politik

Tergantung dimana positioning partai itu psi hanya leading di lingkungan perkotaan dia hanya survive di perkotaan karena dia hanya main di urban 1 urban dan kedua middle class keatas baik dari knowledge atau ekonomi tidak mungkin buruh atau tukang becak milih psi mereka pasti milih pdip. Psi atau perindo tidak mungkin mendapat suara besar dibanding pdip.

5. Bagaimana tanggapan anda terkait strategi kampanye yang telah dilakukan oleh kedua partai pada pemilu yang lalu

Medsos ini netral konten itu apa isi di medsos yang membuat memilih psi apakah isi pesan konten seperti itu mencukupi untuk memilih, mereka hanya mengangkat idealisme. Untuk silaturahmi butuh uang. Mereka ga pake money politik mereka hanya pakai medsos, mereka tidak bertemu langsung. Segmentasi hanya khusus hanya orang-orang tertentu. Mereka tidak unya loyalis. Tidak ada yang menjamin psi mendapat suara seperti itu tahun depan. Karena mereka hanya berkembang di urban city. Ini kan modern media sosial ini hanya hidup dikalangan modern, dikalangan tradisional mereka

tidak sesuai. Jadi pertanyaanya apakah psi dpat menembus 4% maka tidak mampu

6. Menurut anda mengapa dalam hal ini PSI dapat berhasil dan perindo gagal membuat calonnya terpilih sebagai anggota legislatif di kota semarang.

Lebih berhasil psi dibanding perindo psi lebih dari sekedar media dia juga ada kedekatan dengan jokowi, diupload untuk framing. Psi partai kecil yang dilirik presiden partainya orang media. Perindo masuknya media tradisional. Isi pesan konten perindo tidak mengena perindo tidak memiliki news yang melekat ke masyarakat sehingga tidak bisa dijual perido tidak bisa dijual karena ada unsur sara nya didalam. Psi juga menggunakan pendekatan tradisional dia meskipun pakai medsos juga memakai media tradisional, jadi partai2 tradisional akan mati jika tidak bisa bersaing dengan partai segmen khusus.

MASYARAKAT

Jihan Marsya Azzahra

Sarjana ilmu politik FISIP UNDIP

Umur 23 thn

Kota semarang

1. Apakah anda mengetahui tentang partai perindo dan PSI ?
Tahu keduanya
2. Partai manakah dari kedua partai tersebut yang paling anda kenal ?
Secara tidak langsung saya lebih mengenal PSI dibanding perindo
3. Apakah saudara mengenal calon legislatif dari kedua partai ?
Gatau sama sekali malah justru saya tidak mengenal sama sekali calonnya.

4. Darimana media apa anda mengetahuinya ?

Dua partai tau dari media televisi dari berita lebih utama sih instgram juga dari sosial media, kalo perindo tau dari tv dari mars perindo yang sring muncul kadang harry tanoe sering muncul juga di tv tv di channelnya dia, kalo yang psi lebih taunya dari ketum dppnya yang masih muda itu si tsamara amany itu, saya suka nonton ilc kebetulan salah satu segmen dia ngundang tsamara amany dan dia bikin semacam kehebohan gitu ya dia masih muda politisi masuk partai dan cantik pula terus jadi bahan perbincangan juga sempat semasa kuliah.

5. Dari kedua partai tersebut, partai mana yang menurut anda paling sering muncul di media baik media biasa atau media internet.

Kalo bener bener sih engga, saya tidak terlalu mengikuti keduanya tapi kalo dibandingkan mungkin lebih banyak mengikuti psi secara tidak langsung karena banyak mereka menghadiri forum forum seminar dan aktif di media sosial juga, jadi lebih mengenal psi karena klo perindo sebatas mengetahui partainya, ketum partainya dan juga marsnya. Kalo psi diwakili oleh kadernya yang menggemborkan aps visi misinya, mereka akan selalu bilang PSI muncul untuk memecahkan masalah yang ada, dan untuk anak anak kampus khususnya anak anak politik yang seumuran dengan saya cenderung lebih dikenal dan orang orang yang mereka gaet orang orang muda atau orang orang milenial. Lebih menarik untuk orang2 mahasiswa atau pelajar.

6. Media jenis pa yang sering saudara gunakan untuk mengakses informasi

1. Internet entah youtube, search engine google dari web
2. Sosial media instagram twitter yang meneurt saya lebih uptodet
3. Aplikasi berita seperti detik.com republika atau yang lain
4. Televisi
5. Radio
6. Koran atau media cetak dengan frekuensi yang lebih sedikit

7. Media jenis apa yang sering memuat iklan kampanye kedua partai tersebut
Sering saya bisa melihat iklan perindo di tv hampir berulang kali lewat selingan mars perindo, mereka juga seringkali membagikan gerobak sebagai bagian dari kampanyeya dan itu cukup massif akan tetapi khusus untuk kota semarang memang belum terlalu terlihat akan tetapi jika di dekat kota semarang seperti kendal cukup sering. Sementara PSI kampanye secara fisik kurang terlihat akan tetapi saya lebih sering melihat kader mereka aktif di media sosial atau forum forum tertentu bagi kader mereka yang berani berpendapat didepan publik.

8. Apakah saudara sering melihat kampanye partai tersebut di media sosial atau internet
Untuk di Media Sosial saya lebih sering melihat PSI dibandingkan perindo hal ini dikarenakan mungkin karena banyak kader PSI yang berusia muda cukup intens menggunakan media sosial sebagai bagian media komunikasi mereka dengan para pemilih maupun masyarakat umum. Sementara untuk perindo menurut saya lebih intens kampanye secara langsung kepada masyarakat.

9. Bagaimana tanggapan saudara terkait isi dan konten dari kampanye politik partai tersebut pada media ? kalo menurut saya konten dan isi kampanye partai terlalu membosankan seperti contohnya perindo memutar marsnya di publik yang menurut saya agak kurang karena mereka tidak menjelaskan secara spesifik apa yang ingin mereka sampaikan dan terkesan menyampaikan pesan tersirat, sementara untuk PSI saya menilai cara yang dilakukan oleh mereka agak kontroversial dengan cara menggunakan hal hal yang cukup tidak lazim seperti membuat iklan yang tidak ada korelasinya dengan visi misi dan tujuan partai dan menurut saya dengaa menunjukkan cara seperti itu juga terkesan tidak mendidik dan kurang bermutu.

MASYARAKAT

Yonas arief rahman

Mahasiswa Hukum UNDIP

Umur 22 thn

Kota semarang

1. Apakah anda mengetahui tentang partai perindo dan PSI
Iya tapi saya lebih familiar dengan PSI. perindo saya sedikit asing saya hanya tahu bahwa perindo milik Harry tanoe
2. Partai manakah dari kedua partai tersebut yang paling anda kenal
Dulunya si tsamara amany itu lumayan vokal sehingga saya mencari tahu lebih dalam, salah satu kader nya william di jakarta yang mengkritisi tentang kebijakan gubernur jakarta. Dari situ mulai sangat terdengar bahwa psi mengkader para pemuda dengan baik dan berani mengkritisi para politisi senior.
3. Apakah saudara mengenal calon legislatif dari kedua partai
Sedikit yang saya kenal tapi bukan dari psi atau perindo tapi dari partai lain.
4. Darimana media apa anda mengetahuinya ?
Dulu pertama kali saya tau PSI itu dari tv disaat ramai kasus tsamara amany mengkritik fahri hamzah, untuk perindo pertama lihat dari baliho.
5. Dari kedua partai tersebut, partai mana yang menurut anda paling sering muncul di media baik media biasa atau media internet.
Menurut saya lebih sering PSI karena kadernya milenial semua entah mengkritisi atau show up di akun media sosialnya semua, kalo perindo saya jarang melihatnya.

6. Media jenis apa yang sering saudara gunakan untuk mengakses informasi ?
Paling sering lewat internet lewat hape karena aksesnya sangat cepat kalo koran kalo lagi beli di jalan.

7. Media jenis apa yang sering memuat iklan kampanye kedua partai tersebut ?
Klo itu saya kurang bisa membandingkan, karena saya juga tidak punya tolak ukur yang jelas, akan tetapi klo ngeliat dari segi keaktifan saya lebih sering menggunakan media elektronik seperti internet maupun medsos. Kadang saya mendapatkan informasi seperti PSI yang menjaring calon kadernya, karena mereka juga massif membranding dirinya.

8. Apakah saudara sering melihat kampanye partai tersebut di media sosial atau internet ?
Secara khusus tidak saya melihat disaat ada kasus atau isu hangat seperti kasus tsamara amany atau william yang tadi sebagai kader psi jadi sekedar insidental saja disaat ada isu hangat yang memblow up partai terkait.

9. Bagaimana tanggapan saudara terkait isi dan konten dari kampanye politik partai tersebut pada media ?
Menurut saya lebih menarik PSI, ibaratnya seperti pentolannya yaitu grace natalie melakukan pendekatan yang me=ilenial dan gencara terhadap para kadernya.

PARTAI PSI

Melly Pangestu

Ketua DPD PSI Kota Semarang

TTL : Surabaya, 18 Maret 1979

Umur : 41 tahun.

Kota Semarang

1. Bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh partai ?

Itu dilakukan pada waktu kampanye kemarin, kalo dari psi sendiri media yang digunakan karena kita milenial jadi yang kita gunakan sistem sosmed seperti facebook, instagram, twitter, pendekatan ke komunitas anak-anak muda kita memang fokus ke partai anak muda, karena tetep ada dari 100% kandidat caleg kemarin 85% adalah anak muda dibawah usia 45 tahun dan sisanya 15% itu 50 sampai 70 tahun tapi sisanya ada yang baru lulus sma dan lulus kuliah jadi ditempat kita yang berumur 23 ada beberapa orang, segmen kita anak-anak muda tapi tidak menutup kemungkinan yang berjiwa muda. Sarana yang kita pakai cuman itu aja karena Kita Cuma waktu satu setengah tahun dari pendaftaran sampai hari hnya efektif nya hanya satu tahun.

2. Bagaimana cara partai meningkatkan popularitas dan elektabilitas partai ?

Sama seperti partai2 lain tapi kita mengkhususkan kepada dna visi misi, kalo yang jelas dna nya sementara ini cuman ada 2 partai yaitu PSI dan PKS. Disaat kita bertemu masyarakat kita memparkan secara jelas visi misi yang ingin kita gapai dan kenapa kita harus dipilih.

3. Media apa saja yang paling dominan digunakan untuk strategi kampanye ?

Kalo saya pribadi saya pakai sosmed saya pakai brosur saya juga pakai spanduk

4. Apakah juga memfokuskan pada penggunaan media internet dan media sosial sebagai bagian dari strategi kampanye ?

Iya saya cukup massif menggunakan media sosial karena tadi saya menggunakan sistem sosmed

5. Isu apa yang diangkat atau digunakan dalam kampanye di media sosial

Isu yang diangkat setingkat nasional dan satu komando seperti anti poligami, anti intoleransi dan perda syariah, semua isu yang ada mengikuti isu setingkat nasional. Masalah pada dasarnya sama semua cuman implementasinya dengan corak yang cukup beragam untuk mengatasinya.

6. Konten seperti apa yang dimuat dalam kampanye di media sosial

Konten yang kita gunakan cukup kita ambil dari setingkat dpp pusat seperti video atau gambar juga dokumentasi yang saya lakukan selama kampanye dengan masyarakat.

7. Selain penggunaan media program apa saja yang dilakukan untuk mensukseskan strategi kampanye politik ?

Oh iya pasti saya tadi bilang saya lebih memilih perorangan dan komunitas.. kadang saya mengadakan meet up untuk sekedar diskusi terkait isu politik yang sedang berkembang. Dan dana yang dikeluarkan pun merupakan dana pribadi.

8. Seberapa sering dilakukannya pembaharuan konten yang ada pada media sosial ?

Hampir setiap 2 jam sekali mungki, apabila ada berita dari pusat langsung kita share. Setiap hari setiap waktu sekiranya bisa

9. Indikator keberhasilan strategi penggunaan media dalam kampanye ?

Standarisasi dari pusat tidak jadi bebeas karena belum banyak yang tahu bahwa disaat mendaftar caleg di psi tidak emmbayar sepeserpun jadi semua serba online hingga hari H kita tidak bayar apapun ke partai sehingga partai

tidak bisa menuntut apapun kepada. Jadi lebih keindividual silahkan berkesperimen dan berekspresi jangan sampai memberatkan diri sendiri.

10. Apakah dalam pemilu yang lalu, partai telah mencapai indikator keberhasilan yang sudah ditetapkan oleh internal partai ?

Seperti yang saya sebutkan tadi tak ada indikator yang mengikat karena dari awal para caleg tidak dibebankan dan sepeserpun untuk menjadi caleg dari partai psi.

11. Apa yang menyebabkan partai mencapai/tidak mencapai target yang sudah ditetapkan internal partai.

Kami lebih ingin mengevaluasi dan merapikan kekurangan yang masih kita miliki seperti struktur yang akan kami kembangkan hingga seluruh pelosok indonesia hingga tahun 2024 untuk mempersiapkan pemilu kedepan.

PARTAI PERINDO

Beny Setiyono

Ketua DPD Perindo Kota Semarang

TTL : Semarang, 27 Juli 1978

Umur : 42 tahun.

Kota Semarang

1. Bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh partai

Ya jadi setelah partai perindo lolos verifikasi P4, itu memang peranan dari sebuah media baik media cetak, elektronik ataupun media sosial sangatlah penting. Kebetulan partai perindo salah satu partai yang memiliki beberapa media diantaranya RCTI, Inews Tv, MNC group. Peranan dari media itu full untuk mensosialisasikan partai perindo. Selain media, perindo juga bergerak dibidang sosial seperti ambulance gratis, gerobak gratis bazar

murh adalah contoh pengabdian nyata. Medi sangat membantu kami untuk menggapai kalangan masyarakat yang jauh jaraknya.

2. Bagaimana cara partai meningkatkan popularitas dan elektabilitas calon
Ketika mars partai perindo di sosialisasikan hampir satu hari kalo gasalah sekitar 10-12 tayang dalam satu hari di beberapa stasiun tv sampai anak kecil pun mengenal. Peranan media untuk mengangkat partai perindo sangat luar biasa. Namanya partai politik mungkin ada beberapa partai politik yang tidak berkenan maka diganjala dengan beberapa aturan sehingga dibatasi untuk mensosialisasikan lewat media elektronik.
3. Media apa saja yang paling dominan digunakan untuk strategi kampanye
Kebetulan perindo mempunyai jaringan di beberapa media, baik media cetak telektronik maupun media online. Di media berita online contohnya seperti okezone dan sindonews. Media sosial costnya lebih murah dibanding media cetak untuk mensosialisasikan partai maupun caleg.
4. Apakah juga memfokuskan pada penggunaan media internet dan media sosial sebagai bagian dari strategi kampanye
Peranan media sungguh luar biasa terutama menjelang pemilu. Khusus untuk media elektronik sudah diatur dalam uu oleh KPU terkait tgl dan waktunya. Akan tetapi media sosial juga sangat penting terlebih setiap orang memegang hp sebagai sarananya.
5. Isu apa yang diangkat atau digunakan dalam kampanye di media sosial
Isu yang diangkat adalah kesejahteraan terutama lewat perekonomian, kita mencoba mengangkat dari golongan bawah dengan memberi bantuan usaha dibandingkan bantuan material, contohnya pembagian gerobak tadi kita mencoba mengangkat nilai agar mereka dapat lebih maju dengan indikatornya adalah ramainya pembeli dan gerobak yang bersih. Kami memberika barang tersebut dengan memperhatikan kualitas terbaik. Didaerah mataram dan mojopahit pembagian gerobak masih sangat baik

lewat beberapa agenda saya memantau. Dari situlah isu-isu kami coba menarik suara berkaitan dengan isu-isu yang kita angkat.

6. Konten seperti apa yang dimuat dalam kampanye di media sosial
Terkait konten-konten sebenarnya telah diatur oleh pihak MNC group, kami mengajukan untuk melakukan pendampingan dalam bentuk dokumentasi kegiatan yang ada. Jadi sebelum melakukan kampanye sudah ada pembekalan untuk pengelolaan konten media dan lain-lain.
7. Selain penggunaan media program apa saja yang dilakukan untuk mensukseskan strategi kampanye politik
Seperti yang disebutkan diawal kami melakukan kegiatan-kegiatan yang sekiranya dapat menggaet suara masyarakat dengan cara turun langsung mendekati diri dengan masyarakat seperti pembagian gerobak gratis, melakukan fogging, pembinaan umkm dan kooperasi meskipun yang ini belum terlalu efektif.
8. Seberapa sering dilakukannya pembaharuan konten yang ada pada media sosial
Untuk konten seluruhnya pada dasarnya diatur oleh pihak MNC Group untuk framing agenda kegiatan yang ada, dan kami cukup mengajukan saja apa-apa yang perlu dilakukan.
9. Indikator keberhasilan strategi penggunaan media dalam kampanye
Khusus untuk indikator keberhasilan penggunaan media pada dasarnya telah diatur lewat pusat melalui pihak MNC group sebagai pendamping kami disaat melakuakn kegiatan-kegiatan kepartaian.
10. Apakah dalam pemilu yang lalu, partai telah mencapai indikator keberhasilan yang sudah ditetapkan oleh internal partai

Jadi kita tahu sendiri masyarakat sekarang, tidak ada uang maka tidak dilakukan, sebenarnya kita mencoba melakukan seperti itu akan tetapi realitas dialapangan tidak mungkin bisa seperti itu. Banyak faktor seperti yang mempengaruhi sehingga kita gagal untuk tahun.

11. Apa yang menyebabkan partai mencapai/tidak mencapai target yang sudah ditetapkan internal partai

Money politic sesuatu yang sifatnya mustahil untuk tidak dilakukan , meskipun program kami masuk dan juga survey yang dilakukan juga bagus. Akan tetapi disaat pemilihan kami tiak bisa. Isu-isu yang dikembangkan oleh lawan politik juga sangat keras terutama terakait isu politik identitas. Hal seperti ini yang seringkali menyulitkan kami. Masyarakat yang pola pikirnya pendek maka akan mudah menerima informasi ini mentah-mentah. Regulasi yang kurang tepat juga menjadi kendala tersendiri bagi partai partai kecil. tipu muslihat dalam aktifitas juga sering dilakukan oleh lawan politik.

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara bersama Pengamat Politik Jawa Tengah sekaligus Dosen Fisip UNDIP Dr. Teguh Yuwono S, M.Pol.Admin



Wawancara bersama salah satu narasumber mahasiswa di Kota Semarang, Yonas Arief Rachman.



Wawancara bersama Ketua DPD Perindo Kota Semarang Beny Setiyono S.H



Wawancara bersama salah satu narasumber Mahasiswi di Kota Semarang, Jihan Marsya Azzahra



Wawancara bersama Ketua DPD PSI Kota Semarang Melly Pangestu



Peneliti berada didepan kantor DPD Perindo Kota Semarang



Peneliti Bersama Pengurus dan Staf PSI di kantor PSI Kota Semarang