

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Pemilihan legislatif di Kota Tangerang Selatan pada tahun 2019 dilaksanakan dengan sistem proporsional dengan daftar terbuka yakni memilih memilih langsung nama calon legislatif yang ada pada daftar nama surat suara. Sistem ini akan memberikan keuntungan bagi masyarakat dan juga persaingan yang ketat bagi caleg. Oleh karena itu, para caleg harus memiliki beberapa strategi yaitu strategi dengan menggunakan modal politik, sosial, dan ekonomi. Dari ketiga strategi tersebut, modal sosial menjadi strategi yang sangat mempengaruhi kemenangan caleg dalam ajang pemilihan.

Berdasarkan hasil perhitungan suara yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Tangerang Selatan, Moch Ramlie dengan nomor urut 1 berhasil meraih suara terbanyak di Dapil II Pamulang dengan perolehan 8.742 suara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Moch Ramlie dalam Pemilu Legislatif Kota Tangerang Selatan 2019 berhasil membuahkan kemenangan. Untuk meraih kemenangan, Moch Ramlie bersama tim pemenangannya mempersiapkan strategi kampanye politik yang optimal. Strategi kemenangan kampanye politik Moch Ramlie dalam penelitian ini dianalisis menggunakan konsep marketing politik dan strategi kampanye politik.

Kampanye politik Moch Ramlie berjalan cukup efektif dan selama masa kampanye, tim pemenangan tidak menemukan adanya hambatan yang signifikan. Strategi tersebut dilakukan untuk menggalang dukungan dengan menggunakan jaringan sosial dari daerah yang sama dengan tempat tinggalnya dan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap ketokohan Moch Ramlie di Tangerang Selatan.

Moch Ramlie beserta tim pemenangannya menggunakan marketing politik yaitu *Push Marketing* seperti melakukan *door to door* ke lingkungan masyarakat secara langsung selain itu juga membuat pertemuan-pertemuan besar untuk mempengaruhi masyarakat agar nantinya memberikan hak suaranya pada saat

pemilihan berlangsung. Selain marketing politik, Moch Ramlie bersama tim pemenangannya juga menggunakan strategi kampanye politik. Strategi kampanye politik yang digunakan dalam menjalankan kampanye yaitu *positioning*, *branding*, dan *segmenting*.

Positioning yang dilakukan Moch Ramlie dan tim pemenangannya adalah dengan menempatkan dirinya untuk mendengarkan keluh kesah dari masyarakat. Kemudian ia memberikan solusi jika ia terpilih nanti akan membenahi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat khususnya di Kecamatan Pamulang. Hal ini menjadi salah satu produk yang dikuatkan untuk menarik simpati dari masyarakat.

Branding yang dilakukan oleh Moch Ramlie dan tim pemenangannya adalah memperkenalkan citra kandidat berupa kinerjanya yang berhasil ia realisasikan pada periode sebelumnya. *Branding* yang dikuatkan dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat ini dilakukan dengan meyakinkan masyarakat bahwa di periode berikutnya, Moch Ramlie akan berusaha melanjutkan program-program yang belum direalisasikan sebelumnya. Hal tersebut menjadi salah satu penguat untuk masyarakat semakin yakin dan percaya kepada kepemimpinan Moch Ramlie.

Segmenting yang dilakukan adalah dengan melalui klasifikasi pembentukan tim pemenangan dengan membuka seluas-luasnya kepada seluruh lapisan masyarakat dari tingkat bawah RT, RW, Kelurahan hingga Kecamatan untuk bergabung menjadi tim pemenangan. Pada akhirnya tim pemenangan terbentuk dari masyarakat yang ada di delapan kecamatan di Pamulang.

Pendekatan tiga modal yakni modal politik, modal sosial, dan modal ekonomi yang digunakan Moch Ramlie dalam berkompetisi di Pileg Kota Tangerang Selatan 2019 terhitung berhasil. Selain faktor kekuatan partai politik, popularitas dan ketokohan menjadi faktor utama dalam meraih suara pemilih. Faktor popularitas calon anggota legislatif menjadi penentu utama kemenangan di daerah pemilihan dalam kontestasi pemilihan legislatif pada tahun 2019. Jika calon sudah memiliki popularitas, maka pemilih biasanya akan lebih fokus memperhatikan program dan janji para calon anggota legislatif. Di dalam faktor

popularitas tersebut peneliti mengidentifikasi adanya politik identitas etnis Betawi yang juga membantu Moch Ramlie dalam kemenangan Pileg Kota Tangerang Selatan 2019. Namun, penting untuk dicatat bahwa politik identitas etnis Betawi harus dilakukan dengan semangat inklusif dan tidak diskriminatif terhadap kelompok lain. Tujuannya bukan untuk menghadirkan konflik etnis, tetapi untuk mempromosikan keadilan, keberagaman, dan keharmonisan di dalam masyarakat yang majemuk.

V. 2 Saran

V.2.1 Saran Praktis

Moch Ramlie disinyalir akan kembali mencalonkan diri kembali dalam laga Pileg 2024. Untuk kampanye 2024 penulis menyarankan agar Moch Ramlie dan Tim Sukses membangun *personal branding* dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Media sosial dapat memicu caleg untuk lebih berinisiatif mengeluarkan ide-ide terbaiknya dengan mengunggah konten foto atau video dan memiliki kreativitas untuk mempromosikan diri. Dengan memanfaatkan media sosial dalam kampanye politik dapat menjadi strategi yang efektif untuk mencapai khalayak yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan pemilih

V.2.2 Saran Teoritis

1. Disarankan bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam terhadap strategi kemenangan kampanye politik calon anggota legislatif.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan menggunakan teori dan konsep yang lebih efektif dalam menganalisis strategi kemenangan kampanye politik calon anggota legislatif.