

# **STRATEGI KAMPANYE KEMENANGAN WALIKOTA BEKASI RAHMAT EFFENDI DALAM PILKADA BEKASI**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi kampanye politik yang dilakukan oleh Walikota Bekasi Rahmat Effendi pada saat beliau mencalonkan diri untuk maju dalam Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) di Kota Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara serta studi pustaka. Wawancara mendalam merupakan teknik yang dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) sebagai yang mengajukan pertanyaan dan narasumber/informan yang memberikan jawaban atas pertanyaan dalam penelitian (Moleong, 2006: 186).

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa Rahmat Effendi sebagai petahana yang banyak menarik perhatian pemilih, program dan kemampuan kerja dari seorang aktor sangat berpengaruh dalam membangun image personal seorang calon pemimpin daerah. Performa dan kinerja yang bagus oleh tim kampanye juga berpengaruh terhadap kemenangan Rahmat Effendi. Bermodalkan kepribadian calon, tentu saja tim kampanye berusaha menghindari keberpihakan demi meraih dukungan rakyat dan yang terpenting mencari simpati bagi warga yang bukan pendukung, dalam upaya mengembangkan dukungan dari masyarakat. Kampanye Politik dan Komunikasi Politik yang dilakukan oleh Rahmat Effendi dapat dikatakan berhasil menarik suara dari masyarakat kota Bekasi dengan perolehan 336.900 ribu suara pada pilkada Kota Bekasi 2013 dan pada pilkada Kota Bekasi 2018 memperoleh 697.630 ribu suara.

**Kata Kunci:** Rahmat Effendi, Strategi Kampanye, Pilkada Bekasi

## **WINNING CAMPAIGN STRATEGY OF BEKASI MAYOR RAHMAT EFFENDI IN BEKASI ELECTIONS**

### **ABSTRACT**

*This study aims to explain how the political campaign strategy carried out by Bekasi Mayor Rahmat Effendi when he ran for the Regional Head Election (PILKADA) in Bekasi City. The method used in this research is descriptive qualitative using primary and secondary data sources. In this study the authors used data collection techniques through interviews and literature study. In-depth interviews are a technique carried out by both parties, namely the interviewer who asks the questions and the resource person/informant who provides answers to the questions in the research (Moleong, 2006: 186).*

*The final results of this study show that Rahmat Effendi as an incumbent who attracts a lot of voters' attention, the program and work ability of an actor are very influential in building the personal image of a regional leader candidate. Good performance and performance by the campaign team also influenced Rahmat Effendi's victory. Capitalizing on the candidate's personality, of course the campaign team tries to avoid taking sides in order to gain the people's support and most importantly seek sympathy for non-supporters, in an effort to develop support from the public. The Political Campaign and Political Communications carried out by Rahmat Effendi can be said to have succeeded in attracting votes from the people of Bekasi city by obtaining 336,900 thousand votes in the 2013 Bekasi City election and in the 2018 Bekasi City election obtaining 697,630 thousand votes.*

**Keywords:** *Rahmat Effendi, Campaign Strategy, Regional Head Elections Bekasi*