

BAB V PENUTUP

Kesimpulan

Strategi kampanye politik Walikota Rahmat Effendi dalam Pilkada Bekasi cukup kompleks dan terbagi dari beberapa segmen sarana dan media kampanye. Pemenangan Walikota Rahmat Effendi tidak terlepas dari peran-peran tim sukses. Tim sukses pemenangan Rahmat Effendi ini dibentuk dengan sukarela dan untuk siapapun yang rela dan memiliki keinginan untuk berpartisipasi dalam memenangkan Rahmat Effendi pada Pilkada Kota Bekasi. Pembentukan tim pemenangan ini tidak adanya dorongan atau paksaan. Strategi kampanye juga dipengaruhi oleh perencanaan yang matang dari tim pemenangan partai Golkar. Partai Golkar mengerahkan tugas kepada tim bidang media, bidang olahraga dan kepemudaan, serta menerapkan pola dari Rahmat Effendi.

Sarana kampanye politik Walikota Rahmat Effendi meliputi: 1) Menetapkan strategi komunikasi. 2) Melakukan rapat pleno dengan tim Partai Golkar dalam menetapkan keputusan dan kebijakan, 3) Menetapkan langkah-langkah aksi dan strategi, 4) Mendistribusikan *jobdesc* kepada tim sukses untuk mengambil langkah yang efektif dan efisien, 5) Rahmat Effendi membuka diskusi publik ke semua lini, seperti lintas partai, wartawan, media, masyarakat, mahasiswa, hingga pedagang, 6) Turun lapangan untuk menjumpai masyarakat secara langsung untuk memberitahukan visi misi, 7) Melakukan *media campaign*.

Strategi kampanye juga masih memanfaatkan cara-cara lama dengan menggunakan media lama seperti pemasangan baliho, pamflet, spanduk dan dibarengi dengan kampanye menggunakan media sosial, selain menggunakan media tersebut, tim pemenangan juga menggunakan ikatan emosional masyarakat dan turun langsung ke masyarakat agar tujuan, visi dan misinya lebih tersampaikan langsung. Selain itu produk kampanye juga menjadi elemen penting yang berpengaruh dalam menarik ketertarikan masyarakat. Program unggulan tersebut dari paslon Rahmat Effendi dan tim pemenangnya yaitu: 1) Wujudkan pendidikan gratis 12 tahun, 2) Menjalin kemitraan dengan DKI Jakarta, 3) Menjadikan Kota Bekasi skala prioritas, 4) Mempercantik semua infrastruktur di

Kota Bekasi, 5) Gratis biaya rumah sakit baik swasta atau pemerintah di Kota Bekasi menggunakan KS (Kartu Sehat).

Tim sukses Rahmat Effendi sudah sangat yakin dengan langkah – langkah yang dibuat sehingga program – program tersebut bisa berjalan dengan lancar dan sangat berpengaruh ke rekapitulasi hasil suara paslon Rahmat Effendi dan Tri Adhianto pada Pilkada Bekasi 2018. Komunikasi politik yang dilakukan tim kampanye Rahmat Effendi mampu memberikan pengaruh untuk mempertahankan, menjaga, serta meraih kemengangan dukungan dari masyarakat, eksistensinya sebagai petahana, membuktikan karakter citra seorang calon pemimpin daerah dimata masyarakat memiliki kualitas dan kapasitas yang baik dalam memimpin. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi politik Dahlan, yang menyatakan bahwa komunikasi politik adalah segala jenis komunikasi yang mempengaruhi atau berdampak pada perilaku politik.

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.

Saran

1. Penulis menyarankan agar strategi kampanye yang efektif pada era ini adalah perlunya mengoptimalkan kemajuan media dan informasi berkat adanya teknologi. Beberapa studi menemukan bahwa kegiatan kampanye dengan media baru seperti *Virtual Campaign* merupakan strategi efektif bagi pasangan calon untuk menjangkau pemilih. Selain itu hal penting yang tidak bisa dilewatkan dalam masa kampanye adalah dengan menjangkau aspirasi masyarakat itu sendiri.
2. Media kampanye untuk menyampaikan komunikasi politik yang digunakan perlu untuk memikirkan *range* usia pemilih, dari mulai pemilih pemula hingga yang lanjut usia. Hal tersebut perlu menetapkan

pendekatan kampanye yang tepat digunakan sesuai dengan usia tertentu.

3. Kajian ini diharapkan agar memberikan wawasan bagi masyarakat dan kelompok kampanye lainnya yang ingin mencalonkan calonnya agar memahami, menerapkan dan mengembangkan temuan penelitian. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk kampanye politik selanjutnya, dan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mendorong perkembangan keilmuan dalam konteks politik.