

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye yang dijalankan oleh pasangan Pramono Anung dan Rano Karno pada Pilkada DKI Jakarta 2024 mampu menjawab dinamika politik yang berkembang, terutama dalam upaya menjangkau pemilih Generasi Z sebagai segmen elektoral yang semakin menentukan. Melalui kerangka strategi ofensif Schroder, pasangan ini tidak hanya melakukan pembaruan identitas politik, tetapi juga mampu menyesuaikan diri dengan preferensi komunikasi, nilai, serta perilaku politik Gen Z yang cenderung cair, kritis, riang gembira dan mengutamakan keterbukaan.

Pemanfaatan saluran komunikasi baru, seperti TikTok, Instagram, YouTube, serta website resmi menjadi instrumen inti dalam menjangkau pemilih muda. Platform-platform ini digunakan bukan semata sebagai media distribusi informasi, tetapi sebagai ruang interaksi yang menghadirkan kandidat secara lebih personal, ringan, dan relevan. Kehadiran konten organik, penggunaan bahasa visual yang dekat dengan estetika Gen Z, dan penyampaian pesan politik yang tidak menimbulkan konflik mampu membentuk citra kandidat yang lebih inklusif. Strategi ini kemudian diperkuat oleh munculnya relawan-relawan muda yang secara organik menciptakan ruang kreatif, membuat akun kampanye mandiri, menghadirkan diskusi berbasis komunitas, serta mengadakan berbagai aktivitas yang semakin memperluas jangkauan kampanye.

Temuan penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa konsistensi identitas politik Pramono–Rano sebagai satu kesatuan baik dari aspek partai maupun karakter figur mempermudah proses konsolidasi pesan dan memperkuat penerimaan di kalangan pemilih. Pendekatan yang adaptif terhadap pola komunikasi digital dan gaya hidup pemilih muda pada akhirnya memberikan gambaran bahwa kampanye politik masa kini tidak cukup hanya bertumpu pada struktur formal, tetapi membutuhkan strategi kolaboratif antara kandidat, tim kampanye, teknologi digital, serta kekuatan relawan organik. Dengan demikian, strategi yang diterapkan pasangan Pramono–Rano berhasil memperlihatkan

bagaimana komunikasi politik dapat bertransformasi secara efektif dalam konteks pemilih muda di Jakarta.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis akan memberikan saran yang terbagi menjadi saran praktis dan teoritis:

### 5.2.1 Saran Praktis

Strategi kampanye pasangan Pramono–Rano menunjukkan bahwa pendekatan digital memiliki efektivitas yang tinggi dalam menjangkau pemilih muda. Oleh karena itu, kandidat maupun tim kampanye pada kontestasi politik berikutnya disarankan untuk memperkuat kapasitas pengelolaan media sosial secara profesional, bukan hanya dalam hal produksi konten tetapi juga analisis algoritma, manajemen *engagement*, dan pemetaan tren budaya digital. Kandungan pesan perlu dibuat lebih adaptif, menghibur, relevan, dan sensitif terhadap dinamika nilai-nilai Gen Z yang mengutamakan keterbukaan, keberagaman, serta gaya komunikasi yang tidak konflik. Sangat penting juga bagi kandidat untuk menjaga konsistensi personal branding digital sehingga publik dapat menangkap narasi yang stabil, autentik, dan tidak dibuat-buat.

Selain itu, praktik menunjukkan bahwa kerja-kerja relawan muda memiliki kontribusi signifikan dalam memperluas jangkauan kampanye secara organik. Kemudian, tim kampanye sebaiknya tidak hanya mengkoordinasikan relawan, tetapi juga membangun ekosistem partisipasi yang memberikan ruang kreatif bagi mereka. Pendekatan bottom-up perlu dipertahankan dengan memberi keleluasaan bagi komunitas untuk menciptakan program atau konten sendiri, karena hal tersebut terbukti meningkatkan kepercayaan dan kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih muda. Interaksi langsung melalui forum diskusi, ruang kreatif, atau kegiatan berbasis hobi juga perlu dioptimalkan sebagai jembatan komunikasi yang bersifat informal namun berdampak besar pada pembentukan penilaian politik Gen Z.

### 5.2.2. Saran Teoritis

Penelitian ini menunjukkan bahwa teori strategi ofensif Schroder dapat diterapkan secara efektif dalam konteks kampanye elektoral yang melibatkan pemilih muda di era digital. Namun, teori ini masih dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel baru yang relevan dengan ekologi politik saat ini, seperti peran algoritma media sosial, budaya digital, dan dinamika komunitas online. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperkaya model analisis dengan memasukkan pendekatan komunikasi politik digital atau teori budaya populer sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku pemilih Gen Z.

Selain itu, penelitian masa depan dapat mengkaji lebih dalam hubungan antara identitas digital kandidat, praktik relawan organik, serta persepsi publik dalam proses pembentukan dukungan politik. Integrasi antara teori segmentasi pemilih, teori komunikasi digital, dan teori partisipasi politik generasi muda dapat menjadi landasan pengembangan kerangka teoritis yang lebih mutakhir. Dengan demikian, penelitian selanjutnya tidak hanya memperkuat fondasi teori yang digunakan, tetapi juga memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi politik yang lebih sesuai dengan realitas kontemporer.