

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berangkat dari fenomena politik lokal yang menarik yakni keberhasilan Adelia Sidik sebagai anggota legislatif perempuan muda yang meraih suara tertinggi di Daerah Pemilihan 3 Kota Bekasi pada Pemilihan Legislatif DPRD Kota Bekasi tahun 2024 lalu. Fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji karena Adelia Sidik sendiri merupakan calon legislatif perempuan muda dan pendatang baru di kontestasi politik local. Selain itu, kehadiran Adelia Sidik di Dapil 3 juga menambah persaingan semakin kompetitif, terlebih Adelia Sidik berkompetisi di wilayah yang luas dan penduduk yang padat. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Adelia Sidik dalam kampanye untuk meraih suara pada pemilihan legislative DPRD Kota Bekasi tahun 2024. Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, serta studi pustaka. Metode ini digunakan dengan tujuan agar peneliti dapat memahami proses perumusan dan implementasi strategi komunikasi politik Adelia Sidik, baik dalam kampanye konvensional maupun kampanye digital.

Berdasarkan analisis terhadap strategi komunikasi politik Adelia Sidik di Dapil 3, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Adelia Sidik tidak terjadi secara instan, melainkan hasil dari perencanaan strategi komunikasi politik yang matang, terstruktur, massif, dan berkelanjutan. Strategi komunikasi politik yang diimplementasikan Adelia merupakan kombinasi antara strategi komunikasi konvensional dan strategi komunikasi digital. Sehingga pesan politik yang disampaikan dapat menjangkau berbagai segmen pemilih sesuai dengan karakteristik social dan demografis Dapil 3. Hasil analisa dengan menggunakan konsep strategi komunikasi politik Hafied Cangara menunjukkan beberapa temuan, yang pertama penetapan komunikator. Adelia Sidik merupakan komunikator utama yang memiliki citra perempuan muda dan memiliki kepedulian terhadap isu

perempuan dan anak. Citra politik Adelia Sidik diperkuat oleh latar belakang keluarga yang aktif dalam kegiatan social sehingga terdapat kepercayaan dari masyarakat sekitar.

Kedua, Adelia Sidik dan tim melakukan pemetaan pemilih berdasarkan kelompok usia, kebutuhan sosioekonomi, dan karakteristik regional yang bertujuan untuk mengidentifikasi target pemilih di Daerah Pemilihan 3. Fokus utama kampanye Adelia yakni meliputi perempuan, ibu rumah tangga, pemilih muda, dan komunitas miskin. Pemetaan ini sejalan dengan gagasan Kotler dalam Cangara (2009) tentang pentingnya memahami kondisi sosial, budaya, dan demografis wilayah konstituen saat akan mengembangkan strategi komunikasi politik. Ketiga, menyusun pesan kampanye. Pesan kampanye yang dirumuskan oleh Adelia Sidik dan tim tidak bersifat abstrak namun berupa program nyata yang dibutuhkan masyarakat, seperti program kesehatan gratis, seminar tentang *baby blues*, sembako murah, PMT Posyandu, dan acara olahraga yakni Turnamen Adelia Cup. Pesan kampanye Adelia yang diwujudkan lewat program kampanye menunjukkan akan kesesuaiannya gagasan yang disampaikan oleh Cangara yakni *overlapping of interest* atau kondisi dimana kepentingan kandidat bertemu dengan kebutuhan nyata pemilih. Terakhir, pemilihan media. Dalam kampanye pemilihan legislatif DPRD Kota Bekasi, Adelia membagi saluran kampanye nya ke dalam media konvensional dan juga media digital yakni *Instagram*. Pemanfaatan media digital oleh Adelia sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Indrawan dan Efriza (2018) bahwa media digital dapat membantu aktor politik untuk membangun komunikasi dua arah dan citra politik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesuksesan Adelia Sidik berawal dari adanya modal awal berupa reputasi keluarga dan juga kekuatan partai, namun keberhasilan ini Adelia tetap ditentukan oleh bagaimana Adelia mampu membuat program dan mendistribusikan pesannya melalui strategi komunikasi politik yang baik, mempertahankan hubungan sosial, dan menyusun agenda kampanye yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi politik Adelia Sidik berhasil karena mampu memanfaatkan modal awal yang dimilikinya menjadi sebuah bahan politik yang baik untuk diolah

kepada masyarakat, memanfaatkan komunikasi politik konvensional dan digital, serta membangun hubungan yang lebih erat antara Adelia dengan pemilih. Keberhasilan Adelia Sidik juga menunjukkan bahwa calon legislatif perempuan muda dan pendatang baru mampu bersaing dan membuat strategi komunikasi politik yang tepat, konsisten, dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Adelia Sidik Dalam Meraih Suara Pada Kampanye Pemilihan Legislatif DPRD Kota Bekasi tahun 2024”, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dianjurkan untuk mengembangkan studi ini dengan memanfaatkan metodologis berbeda, seperti metodologi kuantitatif atau campuran. Hal ini bertujuan agar dampak strategi komunikasi politik dapat diukur terhadap perilaku dan preferensi pemilih. Selain itu, peneliti di masa depan dapat memperluas variabel dan perspektif teoretis dengan meneliti aspek modal sosial, modal politik keluarga, dan pengaruh tokoh masyarakat dalam kesuksesan kampanye calon legislatif, serta fenomena-fenomena ini dapat dianalisis melalui lensa teori gender dan teori *personal branding* politik. Di samping itu, karena penelitian ini hanya fokus pada satu studi kasus di Daerah Pemilihan 3 Kota Bekasi, maka disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut seperti membandingkan daerah pemilihan atau calon legislatif perempuan di daerah perkotaan dan pedesaan agar dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai pola strategi komunikasi politik lokal. Selain itu, sangat penting untuk meneliti peran media sosial dalam politik lokal, terutama saat menganalisis bagaimana hal tersebut memengaruhi perkembangan kepercayaan masyarakat terhadap calonnya, persepsi politik, dan ikatan yang berkelanjutan antara pejabat terpilih dan konstituen mereka.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti menyarankan agar calon legislative perempuan muda dan pendatang baru serta tim kampanye dapat

mengembangkan strategi komunikasi politik terintegrasi yang menggabungkan komunikasi tradisional dan digital melalui acara tatap muka dan pemanfaatan media sosial yang optimal untuk memperluas jangkauan pesan dan membangun ikatan emosional dengan pemilih. Terlebih lagi apabila dukungan partai terhadap calon kandidat perempuan muda dan pendaatang baru lebih maksimal dalam hal pelatihan politik dan kampanye digital. Maka calon non-petahana ini tentu akan memiliki potensi lebih besar untuk memenagkan pemilihan dan meningkatkan suara partai. Selain itu, peneliti menyarankan agar tim media social kampanye politik mampu menciptakan komunikasi dua arah yang interaktif setiap harinya. Hal ini bertujuan agar calon kandidat dapat membangun citra transparansi dan memperkuat branding politiknya. Selain itu, hal ini juga bertujuan agar calon kandidat dapat memiliki karir politik yang lebih baik apabila semakin banyak dikenal masyarakat luas. Terakhir, peneliti menyarankan kepada pemerintah daerah dan pemangku kepentingan agar memperbanyak peningkatan literasi politik masyarakat. Upaya ini dilakukan agar mengurangi angka golput dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan legislatif.