

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Atalia Praratya dalam memenangkan Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Daerah Pemilihan Jawa Barat I merupakan hasil dari penerapan strategi kampanye politik yang terencana, sistematis, dan terintegrasi. Strategi-strategi tersebut dijalankan secara berurutan dan saling melengkapi, dengan tingkat efektivitas yang berbeda-beda.

Pertama, strategi kampanye tatap muka dan keterlibatan langsung dengan masyarakat merupakan strategi yang paling efektif dan berpengaruh signifikan terhadap perolehan suara. Kehadiran Atalia Praratya secara langsung dalam berbagai kegiatan sosial, kunjungan komunitas, serta dialog dengan masyarakat di Kota Bandung dan Kota Cimahi mampu membangun kedekatan emosional, kepercayaan, dan legitimasi politik. Interaksi langsung ini memperkuat persepsi publik bahwa Atalia Praratya adalah figur yang peduli, responsif, dan memahami kebutuhan masyarakat, khususnya pemilih dewasa dan kelompok yang memiliki keterbatasan akses digital.

Kedua, strategi kampanye digital melalui pemanfaatan media sosial menempati posisi penting sebagai strategi pendukung utama yang sangat efektif, terutama dalam menjangkau pemilih generasi milenial dan generasi Z. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi politik untuk menyampaikan pesan kampanye, membangun citra personal, serta memperluas jangkauan pemilih secara cepat dan luas. Konten yang bersifat personal, informatif, dan visual mampu menciptakan interaksi dua arah serta meningkatkan keterlibatan pemilih muda, sehingga memperkuat elektabilitas Atalia Praratya di wilayah perkotaan.

Ketiga, strategi pembentukan dan pemeliharaan citra politik berperan sebagai fondasi yang menopang keseluruhan strategi kampanye. Citra Atalia Praratya sebagai figur perempuan yang humanis, progresif, aktif dalam kegiatan sosial, serta memiliki rekam jejak panjang dalam pemberdayaan masyarakat menjadi modal simbolik yang kuat. Strategi defensif digunakan untuk menjaga citra positif yang telah terbentuk sejak masa sebelumnya, sementara strategi ofensif diterapkan untuk memperluas persepsi publik bahwa Atalia Praratya memiliki kapasitas dan kompetensi politik secara mandiri.

Keempat, strategi komunikasi yang adaptif terhadap karakteristik pemilih perkotaan menjadi faktor pendukung yang memperkuat efektivitas strategi utama. Penyesuaian pesan kampanye dengan segmentasi pemilih berdasarkan usia, latar belakang sosial, dan tingkat literasi digital memungkinkan pesan politik diterima secara lebih efektif. Pendekatan komunikasi yang sederhana, persuasif, dan non-konfrontatif membantu menjaga stabilitas dukungan serta memperluas basis pemilih lintas generasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi antara strategi kampanye tatap muka sebagai strategi utama dan kampanye digital sebagai strategi penguat, yang didukung oleh pembentukan citra politik dan komunikasi yang adaptif, menjadi kunci utama keberhasilan Atalia Praratya dalam meraih suara tertinggi di Daerah Pemilihan Jawa Barat I pada Pemilu Legislatif 2024.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan strategi kampanye politik di masa mendatang. Pertama, Atalia Praratya maupun kandidat lain disarankan untuk terus mempertahankan keautentikan citra politik, terutama dalam konteks digital yang rentan terhadap manipulasi pesan. Konsistensi citra yang dibangun melalui aktivitas sosial nyata harus tetap menjadi landasan, sehingga kampanye tidak hanya bersifat promosi, melainkan representasi jangka panjang dari karakter dan rekam jejak kandidat. Selain itu, kampanye

Emilia Kalika A.S, 2026

STRATEGI KAMPANYE POLITIK ATALIA PRARATYA PARTAI GOLONGAN KARYA DALAM MEMPEROLEH SUARA DI DAERAH PEMILIHAN I JAWA BARAT PADA PEMILIHAN LEGISLATIF 2024

UPN VETERAN JAKARTA, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Politik
www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id

tatap muka tetap penting dilakukan sebagai bentuk akuntabilitas publik dan sarana menangkap aspirasi masyarakat secara langsung sebuah unsur yang terbukti memperkuat kedekatan emosional pemilih dengan kandidat.

Saran kedua ditujukan kepada peneliti berikutnya agar melakukan kajian lanjutan mengenai pengaruh kuantitatif media sosial terhadap perolehan suara atau membandingkan strategi kampanye antara kandidat baru dan kandidat petahana. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pola campaign effectiveness di era digital. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas konteks kajian, misalnya dengan menganalisis dinamika gender dalam kampanye kandidat perempuan atau peran budaya lokal dalam membentuk strategi komunikasi politik. Dengan penelitian lanjutan tersebut, diharapkan pengembangan ilmu kampanye politik dan komunikasi publik dapat semakin kaya dan relevan dengan kebutuhan demokrasi kontemporer.