

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berangkat dari upaya untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi kampanye politik Misbahudin dijalankan dalam Pemilu Legislatif Kota Bekasi Tahun 2024, khususnya di Daerah Pemilihan Kota Bekasi 4. Berdasarkan keseluruhan temuan lapangan, hasil wawancara dengan para narasumber, serta analisis yang telah dipaparkan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye yang diterapkan tidak muncul secara kebetulan, melainkan merupakan hasil dari proses perencanaan, pembacaan konteks sosial, serta adaptasi terhadap dinamika politik lokal yang berlangsung selama tahapan pemilu. Strategi kampanye Misbahudin menunjukkan bahwa pemilu legislatif di tingkat kota memiliki karakteristik yang sangat berbeda dengan pemilu di tingkat nasional. Dalam konteks Kota Bekasi, kedekatan sosial, intensitas interaksi langsung, serta kemampuan kandidat dalam memahami persoalan konkret masyarakat menjadi faktor yang sangat menentukan. Kampanye tidak hanya dipahami sebagai aktivitas penyampaian visi dan misi, tetapi juga sebagai proses membangun relasi sosial dan kepercayaan politik yang berlangsung secara bertahap. Hal ini terlihat dari pola kampanye yang lebih menekankan pada kehadiran fisik kandidat di tengah masyarakat, baik melalui kegiatan sosial, pertemuan warga, maupun interaksi informal yang bersifat personal.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa perencanaan kampanye dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi objektif wilayah dan karakter pemilih. Pemetaan wilayah tidak hanya difokuskan pada aspek administratif, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap struktur sosial masyarakat, pola hubungan antarwarga, serta isu-isu yang berkembang di tingkat lokal. Dengan memahami kondisi tersebut, strategi kampanye yang dijalankan menjadi lebih kontekstual dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini memperkuat posisi kandidat sebagai figur yang dianggap memahami realitas kehidupan pemilih, bukan sekadar aktor politik yang hadir pada masa kampanye semata. Dalam pelaksanaannya, strategi

kampanye Misbahudin juga menunjukkan pentingnya segmentasi pemilih sebagai bagian dari upaya komunikasi politik. Penentuan kelompok sasaran dilakukan dengan mempertimbangkan pengaruh sosial dan peran strategis kelompok tertentu dalam struktur masyarakat. Pendekatan komunikasi yang digunakan pun disesuaikan dengan karakteristik masing-masing segmen, sehingga pesan kampanye dapat diterima secara lebih efektif. Pola ini menunjukkan bahwa strategi kampanye tidak bersifat seragam, melainkan fleksibel dan adaptif terhadap kondisi sosial pemilih.

Pesan kampanye yang disampaikan selama proses pemilu cenderung menitikberatkan pada isu-isu yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial. Pemilihan isu tersebut mencerminkan upaya kandidat untuk membangun komunikasi politik yang realistis dan mudah dipahami oleh pemilih. Pesan kampanye tidak disampaikan dalam bentuk janji politik yang abstrak, melainkan dikaitkan langsung dengan pengalaman dan kebutuhan masyarakat. Pendekatan ini berkontribusi pada terbentuknya kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih, yang pada akhirnya memengaruhi preferensi politik masyarakat. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemanfaatan figur politik nasional memiliki peran penting dalam memperkuat daya tarik elektoral kandidat di tingkat lokal. Kehadiran figur nasional dari Partai Gerindra berfungsi sebagai sumber legitimasi politik sekaligus sebagai sarana pengenalan bagi kandidat yang relatif baru dikenal oleh masyarakat luas. Fenomena ini dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika politik elektoral kontemporer, di mana keterkaitan antara politik nasional dan lokal semakin menguat, terutama dalam pelaksanaan pemilu serentak. Namun demikian, temuan penelitian menegaskan bahwa pengaruh figur nasional tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan harus didukung oleh kerja-kerja kampanye di tingkat akar rumput agar dapat memberikan dampak elektoral yang signifikan.

Dalam hal media kampanye, penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan media konvensional dan media digital dilakukan secara bersamaan, namun dengan fungsi yang berbeda. Media konvensional dan kampanye tatap muka tetap menjadi instrumen utama dalam membangun kepercayaan dan kedekatan

dengan pemilih. Sementara itu, media digital berperan sebagai sarana pendukung untuk memperluas jangkauan informasi dan memperkuat citra politik kandidat. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks pemilu legislatif tingkat kota, teknologi digital belum sepenuhnya menggantikan peran interaksi langsung, melainkan berfungsi sebagai pelengkap dalam strategi kampanye. Keberadaan tim kampanye dan struktur organisasi yang terbangun secara berjenjang turut berkontribusi terhadap efektivitas pelaksanaan kampanye. Koordinasi antara kandidat, tim inti, dan relawan memungkinkan proses mobilisasi politik berjalan secara lebih terarah. Dinamika internal yang terjadi selama masa kampanye menunjukkan bahwa soliditas tim tidak terbentuk secara instan, tetapi melalui proses seleksi, pembagian peran, dan komitmen bersama terhadap tujuan politik yang ingin dicapai. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan kampanye tidak hanya ditentukan oleh figur kandidat, tetapi juga oleh kemampuan tim dalam mengelola sumber daya politik yang tersedia. Hasil akhir pemilu menunjukkan bahwa strategi kampanye yang dijalankan mampu menghasilkan kemenangan elektoral bagi Misbahudin sebagai kandidat pendatang baru. Keberhasilan ini tidak semata-mata diukur dari perolehan suara, tetapi juga dari kemampuan kandidat dalam membangun basis dukungan politik yang relatif kuat di daerah pemilihannya. Dengan demikian, kemenangan tersebut dapat dipahami sebagai keberhasilan kontekstual yang mencerminkan kesesuaian antara strategi kampanye dan karakteristik politik lokal Kota Bekasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi kampanye politik pada pemilu legislatif tingkat daerah menuntut pemahaman yang mendalam terhadap konteks sosial masyarakat, kemampuan komunikasi politik yang adaptif, serta pengelolaan sumber daya kampanye yang efektif. Temuan penelitian ini memperkaya pemahaman mengenai praktik strategi kampanye politik di tingkat lokal dan menunjukkan bahwa kemenangan politik tidak hanya ditentukan oleh faktor struktural, tetapi juga oleh kualitas interaksi sosial antara kandidat dan pemilih.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi kampanye politik Misbahudin pada Pemilu Legislatif Kota Bekasi Tahun 2024, terdapat beberapa saran praktis yang dapat dijadikan rujukan bagi kandidat legislatif, tim kampanye, maupun partai politik dalam merancang dan melaksanakan strategi kampanye di tingkat lokal.

Pertama, kandidat legislatif, khususnya pendatang baru, disarankan untuk melakukan perencanaan kampanye secara lebih sistematis dan berbasis pemetaan sosial masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap karakter wilayah, kebutuhan masyarakat, serta pola sosial pemilih menjadi fondasi utama keberhasilan kampanye. Oleh karena itu, perencanaan kampanye sebaiknya dilakukan jauh sebelum masa kampanye resmi, sehingga kandidat memiliki waktu yang cukup untuk membangun relasi sosial dan kepercayaan politik di tengah masyarakat.

Kedua, strategi segmentasi pemilih perlu terus dikembangkan secara lebih mendalam dan berkelanjutan. Segmentasi tidak hanya berhenti pada penentuan kelompok sasaran, tetapi juga harus diikuti dengan perumusan pesan dan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masing-masing segmen. Kandidat disarankan untuk menyusun pesan kampanye yang bersifat kontekstual, realistis, dan menyentuh kebutuhan nyata masyarakat, sehingga pesan tersebut tidak sekadar menjadi alat persuasi politik, tetapi juga sarana membangun legitimasi dan kepercayaan pemilih.

Ketiga, pemanfaatan figur politik nasional sebaiknya dilakukan secara proporsional dan strategis. Penelitian ini menunjukkan bahwa figur nasional dapat berfungsi sebagai penguat popularitas dan legitimasi, terutama bagi kandidat yang belum memiliki basis massa kuat. Namun demikian, figur tersebut tidak dapat menggantikan kerja politik di tingkat akar rumput. Oleh karena itu, kandidat tetap perlu mengedepankan kehadiran langsung di tengah masyarakat sebagai bentuk komitmen dan konsistensi politik.

Keempat, pengelolaan tim kampanye perlu mendapat perhatian serius. Struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas yang terukur, serta mekanisme koordinasi yang efektif terbukti berkontribusi terhadap keberhasilan kampanye. Selain itu, kandidat dan tim kampanye disarankan untuk membangun soliditas dan loyalitas tim sejak awal, serta menyiapkan strategi menghadapi dinamika internal agar konflik dan penyusutan tim tidak mengganggu efektivitas kampanye.

Kelima, penggunaan media kampanye, baik konvensional maupun digital, perlu disesuaikan dengan karakter pemilih lokal. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengenalan dan penguatan citra, namun tidak menggantikan peran kampanye tatap muka. Oleh karena itu, kombinasi antara media digital dan kontak langsung perlu dirancang secara seimbang agar strategi kampanye dapat menjangkau pemilih secara lebih luas dan efektif.

5.2.2 Saran Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pengembangan kajian strategi kampanye politik dan komunikasi politik, khususnya dalam konteks Pemilu legislatif tingkat lokal.

Pertama, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji strategi kampanye politik dengan pendekatan yang lebih kontekstual dan berbasis wilayah. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika sosial, budaya, dan politik lokal sangat memengaruhi efektivitas strategi kampanye. Oleh karena itu, kajian strategi kampanye perlu memperhatikan variasi konteks daerah agar teori yang digunakan tidak bersifat generalisasi berlebihan.

Kedua, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai hubungan antara strategi kampanye dan dinamika organisasi tim kampanye. Penelitian ini menunjukkan bahwa soliditas tim, loyalitas aktor kampanye, serta proses seleksi alami selama kampanye merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan strategi. Aspek ini masih relatif jarang dibahas secara mendalam dalam literatur komunikasi politik dan layak dijadikan fokus penelitian lanjutan.

Ketiga, kajian mengenai pemanfaatan figur politik nasional dalam kampanye lokal perlu diperluas dengan pendekatan yang lebih kritis. Penelitian ini menunjukkan bahwa efek figur nasional bersifat kontekstual dan tidak bekerja secara otomatis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji sejauh mana efek ekor jas (coattail effect) berinteraksi dengan faktor-faktor lain, seperti kehadiran kandidat, pesan kampanye, dan jaringan sosial lokal.

Keempat, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam, seperti metode campuran (mixed methods), guna mengombinasikan analisis kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi kampanye, baik dari sisi proses maupun hasil elektoral.

Dengan adanya saran praktis dan teoretis ini, diharapkan penelitian mengenai strategi kampanye politik tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi praktik politik yang lebih rasional, partisipatif, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat.