

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai strategi kampanye politik Ima Mahdiah dalam mempertahankan kemenangannya pada Pemilihan Legislatif DPRD DKI Jakarta tahun 2024, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi utama Ima Mahdiah dalam mempertahankan konsistensi elektoral adalah melakukan transformasi *branding* politik yang bersifat evolusioner. Pada fase awal kariernya (Pemilu 2019), identitas politik Ima sangat bergantung pada modal simbolik dan *endorsement* langsung dari Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) sebagai mentor politiknya. Namun, pada Pemilu 2024, strategi ini bergeser secara signifikan di mana Ima berhasil membangun kemandirian *brand equity* yang berbasis pada rekam jejak dan kinerja nyata sebagai petahana.

Asosiasi dengan Ahok tidak lagi diposisikan sebagai penentu utama, melainkan sebagai landasan nilai (*brand association*) yang diinternalisasi dalam bentuk karakter berani, tegas, dan jujur. Temuan penelitian menunjukkan adanya proses "pewarisan gaya politik" yang divalidasi oleh publik, di mana Ima dipersepsikan sebagai representasi otentik dari nilai-nilai integritas yang diajarkan Ahok. Kebaruan dalam temuan ini adalah bahwa dukungan Ahok pada periode kedua bertransformasi menjadi bentuk validasi digital melalui video reaksi kinerja, yang berfungsi sebagai instrumen transparansi sekaligus penguat legitimasi moral di mata pemilih loyal.

Jawaban atas rumusan masalah mengenai strategi kampanye Ima Mahdiah pada Pemilu 2024 terletak pada penerapan konsep kampanye permanen. Ima tidak melakukan kampanye sebagai aktivitas musiman, melainkan sebagai proses komunikasi dan pelayanan berkelanjutan sejak hari pertama menjabat pada tahun 2019. Strategi ini dijalankan dengan mengonversi tugas-tugas kedewanan menjadi instrumen pemeliharaan

dukungan konstituen melalui mekanisme *incumbency advantage*. Terdapat tiga pilar utama dalam pemanfaatan sumber daya institusional ini: *Advertising*, Ima memanfaatkan kegiatan reses dan sosialisasi peraturan daerah (sosper) untuk menjaga visibilitas politik secara rutin tanpa biaya iklan yang tinggi. *Credit Claiming*, Ima secara aktif menghubungkan keberhasilan penyelesaian aspirasi warga seperti pembangunan infrastruktur lokal dan bantuan sosial dengan peran politiknya, sehingga menciptakan persepsi bahwa ia adalah wakil rakyat yang berdaya guna. *Position Taking*, melalui sikap kritis terhadap anggaran daerah yang tidak populer dan kebijakan eksekutif, Ima membangun diferensiasi politik sebagai legislator vokal yang berpihak pada rakyat, yang kemudian dikapitalisasi menjadi eksposur media secara luas.

Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan media digital (Instagram, TikTok) dan situs pribadi imamahdiah.com merupakan elemen krusial dalam mendukung proses transparansi dan komunikasi interaktif. Kebaruan yang menonjol adalah praktik publikasi laporan keuangan pribadi, rincian gaji, serta tunjangan operasional secara berkala di website pribadinya sebuah langkah yang masih sangat jarang dilakukan oleh anggota DPRD lainnya. Hal ini berhasil membentuk citra petahana muda yang akuntabel dan bersih dari praktik koruptif.

Selain itu, strategi komunikasi dua arah diwujudkan melalui program "Siap Bantu Warga", di mana Ima secara berani menyebarkan nomor WhatsApp pribadi tanpa perantara staf untuk menerima pengaduan langsung dari konstituen. Respons yang cepat dan personal dalam menangani kebutuhan warga seperti pengadaan kursi roda atau alat bantu dengar telah menciptakan ikatan emosional dan loyalitas pemilih yang bersifat *personal vote*. Integrasi antara pelayanan lapangan dan dokumentasi media sosial memastikan bahwa setiap "kerja nyata" dapat disaksikan oleh audiens yang lebih luas, sehingga memperkuat *brand personality* sebagai sosok yang responsif dan dekat dengan publik.

Strategi pemenangan Ima Mahdiah juga bertumpu pada manajemen organisasi lapangan yang terstruktur dan berbasis nilai. Tim pemenangan

membangun hierarki koordinasi yang solid mulai dari tingkat kecamatan (Korcam), kelurahan (PIC), hingga tingkat RW (Korwe) dan RT (Korte). Strategi ini menggabungkan mesin partai PDI Perjuangan dengan jaringan relawan organik.

Unsur kebaruan dalam manajemen massa ini adalah penerapan skema insentif berbasis program sosial, seperti program subsidi "Nasi Murah", yang dikelola secara kolektif oleh relawan untuk menciptakan "ikatan batin" dan kemandirian tim tanpa ketergantungan pada sistem upah bulanan tetap. Hal ini membuktikan bahwa loyalitas jaringan dapat dibangun melalui keterlibatan emosional dalam program-program kemanusiaan, yang sekaligus berfungsi sebagai alat kampanye akar rumput yang efektif.

Meskipun strategi kampanye petahana telah dioptimalkan, penelitian ini mencatat adanya penurunan suara absolut bagi Ima Mahdiah pada Pemilu 2024 dibandingkan 2019, yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dan struktural. Tantangan utama yang dihadapi meliputi, Munculnya praktik *money politics* yang masif, yang menghambat konversi dukungan simpatik menjadi suara elektoral di bilik suara. Kemudian, terjadinya "kanibalisme suara" antarcaleg dalam internal partai PDI Perjuangan akibat penyusutan jumlah kursi yang diperebutkan di Dapil 10. Serta menyusutnya basis suara loyalis Ahok seiring berjalannya waktu, yang memaksa tim kemenangan untuk memperluas basis massa baru melalui pendekatan kinerja mandiri.

Secara keseluruhan, keberhasilan Ima Mahdiah dalam mempertahankan kursinya dan meraih suara tertinggi di internal partainya di Dapil 10 membuktikan bahwa kombinasi antara keunggulan petahana (*incumbency advantage*), transparansi digital, dan pelayanan publik yang konsisten mampu menjaga resiliensi politik di tengah lanskap pemilihan yang semakin kompetitif dan transaksional. Temuan ini mengonfirmasi asumsi peneliti bahwa penggunaan media digital dan situs pribadi bukan sekadar alat publikasi, melainkan instrumen strategis untuk membangun

akuntabilitas dan kedekatan emosional yang menjadi kunci kemenangan petana dalam politik modern.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran praktis agar strategi kampanye politik yang berfokus pada transparansi kinerja, komunikasi langsung dengan masyarakat, dan pemanfaatan media digital tetap dipertahankan serta dikembangkan secara lebih adaptif. Meskipun strategi tersebut terbukti membantu Ima Mahdiah mempertahankan kursi DPRD DKI Jakarta pada Pemilu Legislatif 2024, penelitian ini menemukan bahwa masih terdapat kelompok pemilih yang belum mengenal secara utuh figur maupun program politik yang ditawarkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan perluasan jangkauan komunikasi politik melalui kombinasi pendekatan digital dan tatap muka yang lebih merata di seluruh wilayah daerah pemilihan, khususnya pada wilayah yang memiliki tingkat keterpaparan informasi politik yang lebih rendah. Selain itu, evaluasi kampanye yang lebih sistematis melalui survei pascapemilu atau mekanisme pemetaan perilaku pemilih perlu dilakukan untuk mengidentifikasi efektivitas setiap saluran komunikasi yang digunakan dalam kampanye politik.

Penulis juga menyarankan agar aktor politik petahana tidak hanya mengandalkan keunggulan yang berasal dari status incumbency, tetapi terus memperkuat hubungan representatif dengan masyarakat melalui pelayanan aspirasi yang berkelanjutan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pemilih bersifat dinamis dan dapat berubah akibat meningkatnya kompetisi politik, perpindahan preferensi pemilih, maupun praktik politik transaksional yang masih ditemukan dalam kontestasi elektoral. Oleh karena itu, upaya menjaga kedekatan dengan masyarakat perlu dilakukan secara konsisten melalui peningkatan kualitas pelayanan publik, penguatan jaringan konstituen,

serta pengembangan program-program yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara langsung dan berkelanjutan.

5.2.2. Saran Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye politik petahana tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu pendekatan teoritis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian yang mengintegrasikan konsep strategi kampanye politik, incumbency advantage, dan branding politik secara lebih komprehensif dalam menjelaskan keberhasilan maupun tantangan yang dihadapi petahana dalam mempertahankan kemenangan elektoral. Integrasi tersebut penting karena penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan seorang petahana dipengaruhi oleh sumber daya institusional yang melekat pada jabatan, kemampuan membangun identitas politik yang kuat, mengelola hubungan dengan konstituen, serta beradaptasi terhadap dinamika politik yang berkembang selama proses pemilu.

Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian dengan membandingkan strategi kampanye petahana dan nonpetahana pada tingkat legislatif maupun eksekutif di daerah yang berbeda. Perbandingan tersebut diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas strategi kampanye politik dalam berbagai konteks sosial dan politik. Penelitian berikutnya juga dapat mengkaji secara lebih spesifik pengaruh media digital, transparansi politik, serta praktik komunikasi langsung terhadap pembentukan loyalitas pemilih dan keberhasilan kandidat dalam mempertahankan dukungan elektoral. Dengan demikian, pengembangan penelitian pada tema ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai kampanye politik, perilaku pemilih, dan politik elektoral di Indonesia.