

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi pemenangan efektif Tommy Kurniawan	
Pemilu legislatif 2019	Pemilu legislatif 2024
Optimalisasi modal sosial popularitas dan persona ketampanan	Peninjauan dan optimalisasi kembali modal sosial popularitas dan personal ketampanan
Dukungan jaringan lembaga pesantren	Pengalaman politik periode satu (2019-2024)
	Optimalisasi publikasi dan interaksi media sosial @tommykurniawandprri

Table 4 Perbandingan strategi pemenangan efektif 2019 dan 2024

Sumber : Dok.pribadi peneliti

Berdasarkan temuan lapangan dan wawancara dengan narasumber terkait yang kemudian dianalisa dengan kerangka teori Strategi Kampanye Lees & Marshment (2020) dalam tulisannya berjudul *Political Management : The Dance of Government and Politics*, teori Comparative Politics Chilcote (2018) dalam tulisannya berjudul *Theories of Comparative Politics : The Search for Paradigm Reconsidered* yang kemudian dilengkapi dengan pisau analisis konsep Political Branding Lees & Marshment (2009) dalam tulisannya berjudul *Political Marketing : Principles and Applications* penelitian ini berhasil memetakan secara kumulatif bahwa strategi pemenangan Tommy Kurniawan dalam konteks pemilu legislatif 2019 dan 2024 merupakan perjalanan transformatif dan adaptif ; tidak hanya semata - mata sebagai pengulangan strategi dalam dua konteks periode yang berbeda saja. Dalam upaya pemenangan di kontestasi pertamanya, pada pemilu legislatif 2019 Tommy Kurniawan berupaya untuk mengoptimalisasi modal sosial popularitas yang dimiliki sebagai seorang figur publik yang sebelumnya telah dikenal luas oleh masyarakat di industri hiburan Tanah air ; hal

ini pada akhirnya berimplikasi pada kesadaran (awareness) para pemilih potensial di daerah pemilihan Jawa Barat V Kabupaten Bogor.

Lebih lanjut, berkaitan dengan strategi pemenangan yang dijalankan pada aktivitas kampanye pada pemilu legislatif 2019 dikategorikan sebagai *product oriented strategy* ; dimana berdasarkan analisa peneliti yang mengacu pada kerangka teori Strategi Kampanye Lees & Marshment (2020) pendekatan pada kontestasi pertamanya ini difokuskan pada identitas dan daya tarik personal Tommy Kurniawan sebagai kandidat legislatif yang kemudian dilaksanakan melalui aktivitas kampanye dengan format *door to door* dengan menargetkan tiga basis utama, diantaranya : (1) lembaga pesantren ; (2) pemilih muda (termasuk perempuan dan dalam kaitannya dengan Garda Bangsa) dan (3) kelompok UMKM yang kemudian berhasil membawa Tommy Kurniawan memperoleh 33.988 suara pada pemilu legislatif 2019. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa modal sosial popularitas yang kemudian didukung dengan modal persona ketampanan Tommy Kurniawan dan dukungan lembaga pesantren sebagai strategi paling efektif, yang kemudian didukung dengan strategi kampanye yang tepat dan adaptif menjadi strategi yang efektif dalam mendukung kemenangan di kontestasi pertamanya.

Kemudian dalam konteks strategi pemenangan pada kampanye pemilu legislatif 2024 Tommy Kurniawan menunjukkan perubahan bentuk strategi yang cukup signifikan menjadi *market oriented strategy* dimana agenda kampanye yang dijalankan berbasis pada aspirasi dan kebutuhan masyarakat di dapil Jawa Barat V. Perubahan format strategi ini juga dilatarbelakangi oleh modal politik pengalaman pada periode pertamanya sebagai anggota Komisi VI DPR RI sebagai penunjang modal sosial popularitas dan persona ketampanan yang sudah dimiliki sejak kontestasi pertamanya. Lebih lanjut, keterlibatannya sebagai fungsionaris Ketua Umum Garda Bangsa sejak tahun 2020 hingga saat ini nyatanya efektif dalam mendukung kemenangan pada kontestasi keduanya.

Penelitian ini juga berhasil mengungkap bahwa pada kedua kontestasi Tommy Kurniawan berupaya mengoptimalkan branding politik melalui 3 segmentasi yang sama yakni (1) Pendekatan dengan lembaga pesantren (sejalan dengan ideologi PKB sebagai partai pengusung yang berideologi nasionalisme

religius dan mayoritas masyarakat beragama Islam di Kabupaten Bogor) ; (2) Konsistensi terhadap isu UMKM (sejalan dengan branding ekonomi kerakyatan dan mata pencaharian masyarakat lokal) dan (3) Isu pemuda (berkaitan dengan perannya sebagai Ketua Umum Garda Bangsa dan angka pemilih muda di dapil Jawa Barat V).

Berkaitan dengan perspektif *Comparative Politics* Chilcote (2018) yang berfokus pada struktur politik, aktor dan relasi kekuasaan, proses politik dan ideologi yang bergantung pada konteks sosial politik di daerah pemilihan ; penelitian ini berhasil memetakan perubahan serta kontinuitas strategi pemenangan yang dijalankan pada aktivitas kampanye Tommy Kurniawan pada pemilu legislatif 2019 dan 2024 dimana dalam kedua kontestasi ini terjadi penguatan dari keseluruhan aspek perbandingan politik yang ditunjukkan dengan pada 2019 Tommy Kurniawan hanya berfokus untuk mengoptimalkan modal sosial (popularitasnya sebagai figur publik ; persona ketampanan ; kedekatan emosional terutama dengan penggemar) serta dukungan lembaga pesantren saja sedangkan pada 2024 menunjukkan penguatan struktur yang dapat dilihat dari keterlibatannya pada Garda Bangsa serta adanya tim pemenangan yang terpusat) dan atau pengalaman politik di kemenangannya yang pertama.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah dielaborasikan pada bagian sebelumnya, terdapat beberapa saran baik yang bersifat akademis maupun praktis diantaranya sebagai berikut :

5.2.1 Saran Akademis

Dari sisi akademis penelitian ini merekomendasikan agar penelitian penelitian berikutnya apabila memungkinkan untuk memperluas cakupan analisis strategi pemenangan kandidat legislatif yang juga berlatar belakang figur publik dengan mengkomparasikan perolehan suara dari lingkup terkecil daerah pemilihan yakni tingkat kecamatan dengan harapan dapat memperkuat analisa dan melihat sejauh mana efektivitas agenda kampanye yang dijalankan dalam rangka pemenangan kandidat. Kemudian menurut peneliti, penelitian berikutnya juga dapat mengkaji isu - isu

relevan yang sedang berkembang pada konteks sosial politik Indonesia seperti dimensi gender dan interseksionalitas yang kerap kali menjadi fokus kandidat politik pada kontestasinya. Kemudian dari segi teoritis, penelitian sejenis ke depannya juga dapat mengaitkan dengan teori celebrity politics yang mengacu pada tradisi Anglo - Amerika.

5.2.2 Saran Praktis

Dari sisi praktis, setelah menganalisa lebih lanjut temuan penelitian dengan kerangka teoritis pendukung peneliti menemukan beberapa point penting yang diharapkan relevan bagi para kandidat legislatif dengan latar belakang figur publik seperti Tommy Kurniawan yang dihadapkan dengan kondisi serupa dengan subjek penelitian ini ; diantaranya sebagai berikut : (1) Disamping konsisten strategi dan branding yang difokuskan oleh kandidat dalam rangka pemenangan kontestasi diperlukan pula inovasi inovasi pendukung dalam rangka meminimalisir terjadinya kejenuhan elektoral dari sisi pemilih potensial ; (2) Perlunya menjaga interaksi antara kandidat dengan audiens apabila melakukan optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi politik penunjang pendekatan konvensional door to door agar dan (3) Penguatan kapasitas jaringan relawan dan pendukung (berkaitan dengan hal ini sebagaimana yang perlu dioptimalisasi dalam konteks Garda Bangsa dalam mendukung agenda kampanye Tommy Kurniawan).

Secara keseluruhan, diharapkan penelitian dengan studi kasus yang mengacu pada strategi pemenangan Tommy Kurniawan pada pemilu legislatif 2019 dan 2024 dapat berkontribusi bagi penelitian berikutnya dan memberikan pemahaman yang mendalam terkait dengan dinamika Pemilu Legislatif di Indonesia juga menjadi refleksi representasi politik di Indonesia setidaknya pada dua kontestasi terakhir.