

## Strategi Anggota DPRD Provinsi NTT Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2024 (Kemenangan Simprosa Rianasari Gandut di Dapil 4 Kabupaten Manggarai)

Charlyn M. I. D. Ndoen<sup>1\*</sup>, Rex Tiran<sup>2</sup>, Diana S. A. N. Tabun<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Korespondensi penulis : [charlynndoen06@gmail.com](mailto:charlynndoen06@gmail.com)

**Abstract.** *This study analyzes the winning strategy of Simprosa Rianasari Gandut in the 2024-2029 Legislative Election in Manggarai Regency Dapil 4. Although Simprosa Rianasari Gandut is a newcomer to political contestation, she managed to get the most votes and beat the incumbent from the same party. The study employs a qualitative approach with descriptive analysis, emphasizing interviews, literature review, and direct observation of Simprosa Rianasari Gandut's political activities. This research uses a qualitative method with a descriptive approach to explore the strategies applied, including push marketing (direct and face-to-face campaigns with the public), pull marketing (utilization of print and social media to build a political image), and pass marketing (involving traditional leaders and social networks to strengthen support). In addition, this research also identifies the supporting and inhibiting factors for its success, such as the support of family, success teams, political parties, as well as the challenges of patriarchal culture. The results show that a direct communication-based approach, active involvement in the community, and an effective political marketing strategy were key to Simprosa Rianasari Gandut's victory. These findings provide insights into the dynamics of electoral politics, especially for female legislative candidates who want to compete in a political system that is still dominated by men.*

**Keywords:** *Member of Parliament, Legislative Election, Strategy*

**Abstrak.** Penelitian ini menganalisis strategi politik yang digunakan oleh Simprosa Rianasari Gandut dalam memenangkan Pemilu Legislatif 2024–2029 di Kabupaten Manggarai, Dapil IV Provinsi NTT. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye Simprosa mencakup tiga model pemasaran politik: push marketing (interaksi langsung), pull marketing (penggunaan media visual seperti baliho), dan pass marketing (keterlibatan tokoh adat dan jaringan keluarga). Strategi ini dijalankan secara sistematis dalam tiga tahap utama: perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Kemenangan Simprosa sebagai calon baru yang mengalahkan petahana menunjukkan efektivitas strategi berbasis data, pendekatan emosional, dan dukungan jaringan lokal. Temuan ini memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pemasaran politik dan memberikan panduan strategis bagi calon legislatif, khususnya perempuan di wilayah yang masih kental budaya patriarki.

**Kata kunci:** Anggota DPR, Pemilihan Legislatif, Strategi

### 1. LATAR BELAKANG

Pemilihan umum legislatif merupakan salah satu pilar utama dalam sistem demokrasi yang memungkinkan masyarakat untuk memilih wakil-wakil mereka di lembaga legislatif. Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang pemilihan umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah membuka ruang kepada seluruh warga Negara untuk berpartisipasi secara aktif dalam setiap urusan politik serta mempunyai adil yang besar dalam setiap proses pengambilan keputusan politik.

Di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), pemilu legislatif menjadi momen penting bagi para calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) untuk menunjukkan kemampuan dan strategi politik mereka dalam meraih dukungan masyarakat. Pada Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Daerah Pemilihan (Dapil) NTT 4, yang meliputi Kabupaten Manggarai, Manggarai Barat, dan Manggarai Timur, terjadi persaingan yang sangat ketat. Sebanyak 15 partai politik dan lebih dari 200 calon legislatif (caleg) bersaing memperebutkan 10 kursi yang tersedia di DPRD Provinsi NTT untuk dapil tersebut. Persaingan ini semakin menarik dengan munculnya sejumlah pendatang baru yang menantang petahana dalam memperebutkan kursi legislatif.

Simprosa Rianasari Gandut atau biasa disapa Osi Gandut merupakan seorang Perempuan yang berasal dari Kabupaten Manggarai, ia dikenal sebagai seorang Perempuan yang aktif dalam kegiatan kerohanian dan memiliki peran penting sebagai wakil ketua WKRI (Wanita Katolik Republik Indonesia) Kabupaten Manggarai. Ia menjadi calon Anggota Legislatif melalui Partai Golongan Karya. Pada tanggal 14 Februari 2024 diadakan Pemilihan Umum Legislatif calon DPRD Provinsi NTT di Kabupaten Manggarai, pemilihan ini diikuti oleh Osi Gandut yaitu sebagai pendatang baru menjadi calon anggota DPRD Provinsi NTT dari Dapil 4 NTT yaitu Kabupaten Manggarai, Kabupaten Manggarai Timur, dan Kabupaten Manggarai Barat. Dalam pemilihan ini Osi Gandut berhasil memperoleh sebanyak 12.686 suara. Dari total suara sebanyak 12.686 suara, Osi Gandut memperoleh suara terbanyak di Kabupaten Manggarai sebanyak 7.931 suara, kemudian di Manggarai Timur sebanyak 3.345 suara, dan di Manggarai Barat sebanyak 1.410 suara. Perolehan suara tertinggi di Kabupaten Manggarai menunjukkan bahwa strategi politik yang diterapkan di wilayah ini menjadi faktor utama dalam keberhasilannya memenangkan pemilu. Keberhasilannya menjadi anggota DPRD Provinsi NTT sangat menarik karena meskipun Osi Gandut merupakan pendatang baru dimana baru pertama kali mencalonkan diri sebagai anggota DPRD NTT namun Osi Gandut langsung memperoleh kursi di DPRD Provinsi NTT dan berhasil mengalahkan petahana di Dapil 4 dari partai GOLKAR yaitu Maximilianus Adipati.

**Tabel 1. Perolehan suara calon anggota legislative partai Golkar**

NO. URUT	PARTAI POLITIK/NAMA CALON	SUARA SAH	PERINGKAT SUARA SAH CALON
Partai Golongan Karya			
1.	FRANSISKUS SARONG, S.Sos	8.476	3
2.	MAXIMILIANUS ADIPATI PARI, S.H	8.548	2
3.	SIMPROSA RIANASARI GANDUT, S.AP	12.686	1
4.	YOHANES YOSEF NEMBO, A.Md	4.560	4
5.	REGINA IRENA NGAMBUT, S. Psi	1.030	7
6.	ATANASIVS HARPEN TULIS	1.915	5
7.	NAHAS YOHANES, S.T.	1.510	6
8.	DIONISIUS AGAT, S.Kep	617	8
9.	AGNES DEBI ROSTIN ANGKASA, S. Sos.	371	9
10.	FRANSISKUS GINANJAR AMBAN, S.H.	279	10

*sumber: Komisi Pemilihan Umum (KPU) 2024*

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa Osi Gandut memperoleh suara sah tertinggi yaitu 12.686 diantara calon-calon dari partai GOLKAR Dapil NTT 4, sedangkan Maximilianus Adipati Pari yang merupakan petahana dapil NTT 4 dari Partai Golkar memperoleh suara 8.548 yang berada di peringkat kedua setelah Osi Gandut. Meskipun baru pertama kali mencalonkan diri, beliau berhasil meraih suara terbanyak dan memenangkan pemilu di Dapil NTT 4. Dengan perolehan suara tertinggi Osi Gandut meraih peringkat pertama di antara calon-calon dari Partai GOLKAR di Dapil NTT 4, kemenangan ini menunjukkan bahwa Osi Gandut berhasil mengalahkan petahana dapil ntt 4 partai GOLKAR. Mengalahkan petahana dalam pemilu legislatif bukanlah hal yang mudah, terutama bagi calon yang baru pertama kali mencalonkan diri. Namun, Osi Gandut berhasil melakukannya dengan perolehan suara yang signifikan lebih tinggi daripada petahana. Mengalahkan petahana yang berasal dari partai yang sama, ini merupakan pencapaian yang signifikan mengingat ia baru pertama kali mencalonkan diri di tingkat provinsi.

Keberhasilan Osi Gandut dalam pemilu legislatif DPRD Provinsi NTT 2024 tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapinya. Salah satu tantangan utama adalah persaingan yang ketat dengan para petahana dan kandidat lainnya. Sebagai pendatang baru di tingkat provinsi, Osi Gandut harus bersaing dengan calon yang sudah memiliki pengalaman dan jaringan politik yang kuat, termasuk para petahana yang telah lebih dulu dikenal oleh masyarakat di Dapil NTT 4. Osi Gandut harus mampu merancang strategi yang efektif untuk menjangkau pemilih di tiga Kabupaten sekaligus, yaitu Manggarai,

Manggarai Timur, dan Manggarai Barat. Disisi lain, tantangan yang harus dihadapi Osi Gandut yaitu adanya budaya patriarki, Salah satu faktor utama yang menghambat perempuan dalam dunia politik adalah budaya patriarki yang kuat, terutama di wilayah seperti NTT, termasuk Kabupaten Manggarai. Dalam masyarakat patriarkal, laki-laki sering kali dianggap sebagai pemimpin yang lebih dominan, sementara perempuan cenderung diposisikan dalam peran domestik. Akibatnya, perempuan yang mencalonkan diri dalam pemilu kerap menghadapi berbagai bentuk diskriminasi, mulai dari stereotip negatif hingga minimnya dukungan sosial. Meskipun menghadapi berbagai tantangan tersebut, Osi Gandut berhasil mengatasinya dan memperoleh suara terbanyak di Kabupaten Manggarai, yakni sebanyak 7.931 suara, yang merupakan kontribusi terbesar bagi kemenangannya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan, baik dalam membangun jaringan politik maupun dalam pendekatan kepada pemilih, telah berjalan dengan efektif dan mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinannya.

Keberhasilan Osi Gandut dalam Pemilu Legislatif 2024 juga tidak terlepas dari peran mesin partai yaitu partai partai Golkar dan tim pemenangan yang bekerja secara strategis untuk memenangkan suara. Partai Golkar berperan penting dalam memberikan dukungan struktural dan logistik. Dengan jaringan partai yang kuat Golkar mampu menggerakkan kader dan simpatisannya untuk membantu kampanye Osi Gandut. Sementara itu, tim pemenangan berperan lebih fleksibel dalam mendekati masyarakat secara langsung. Salah satu strategi utama yang dilakukan adalah kampanye tatap muka secara langsung.

Pentingnya peran perempuan dalam politik tidak bisa diabaikan keterlibatan perempuan dalam politik membawa perspektif yang berbeda dan seringkali lebih inklusif dalam pengambilan keputusan. Perempuan seperti Osi Gandut dapat menjadi inspirasi bagi perempuan lain untuk terlibat aktif dalam politik dan memperjuangkan hak-hak serta kepentingan mereka. Dengan semakin banyaknya perempuan yang terlibat dalam politik, diharapkan dapat tercipta kebijakan yang lebih adil dan merata bagi seluruh lapisan masyarakat. Kemenangan Osi Gandut bukan hanya sebuah pencapaian pribadi, tetapi juga simbol perubahan dalam politik lokal, yang menunjukkan bahwa perempuan dapat bersaing secara kompetitif di arena politik, bahkan di wilayah yang masih kental dengan budaya patriarki. Hal ini juga memberikan harapan bagi keterwakilan perempuan yang lebih luas di masa depan, sekaligus menjadi inspirasi bagi kandidat perempuan lainnya untuk terus berjuang dalam politik elektoral. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh Simporsa Rianasari Gandut dalam memenangkan pemilu legislatif di Dapil 4 Kabupaten Manggarai pada periode 2024-2029. Melalui studi kasus ini, diharapkan dapat diperoleh

pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan dalam pemilu legislatif, serta bagaimana strategi dapat diterapkan secara efektif dalam konteks lokal.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Penelitian ini didasarkan pada teori strategi politik dan teori pemasaran politik, khususnya model push, pull, dan pass marketing (Nursal, 2004). Strategi politik dipahami sebagai rangkaian langkah sistematis yang ditujukan untuk mencapai tujuan politik (Schroder, 2009). Dalam konteks ini, pendekatan pemasaran politik tidak hanya berfungsi untuk menarik dukungan, tetapi juga membangun kepercayaan dan legitimasi kandidat, terutama di wilayah dengan tradisi politik lokal yang kuat.

Penelitian yang dilakukan oleh Kartuji dengan judul “Politik Uang sebagai Modal Ekonomi Caleg di Pileg 2024 di Kota Surabaya”. Penelitian ini fokus pada fenomena politik uang dalam Pemilihan Legislatif (Pileg) 2024 di Kota Surabaya, khususnya bagaimana calon legislatif (caleg) menggunakan uang sebagai modal utama untuk meraih kemenangan. Fokus utamanya adalah pada strategi caleg pendatang baru yang berhasil mengalahkan petahana dengan mengandalkan kekuatan finansial, serta dampaknya terhadap dinamika politik lokal dan kualitas demokrasi. Penelitian ini menggunakan teori modal ekonomi dan pendekatan patronase-klientelisme untuk menganalisis praktik politik uang. Teori modal ekonomi menjelaskan bagaimana sumber daya finansial digunakan sebagai alat untuk memperoleh kekuasaan politik, sementara pendekatan patronase-klientelisme melihat hubungan timbal balik antara caleg dan pemilih yang didasarkan pada pertukaran materi atau jasa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa dalam konteks pemilu legislatif di Surabaya, banyak calon legislatif pendatang baru berhasil memenangkan kursi dengan mengandalkan kekuatan finansial untuk mengalahkan petahana. Mereka menggunakan uang sebagai modal utama kampanye dalam bentuk pembagian sembako, uang tunai, hiburan publik, dan promosi visual masif. Produk politik yang ditawarkan oleh para caleg tersebut bersifat materialistis dan transaksional. Fokus mereka bukan pada penyampaian gagasan atau program kerja, melainkan pada pemberian langsung yang bersifat konsumtif. Relasi antara pemilih dan caleg dibentuk melalui pendekatan pragmatis: suara pemilih dibeli melalui bantuan materi. Persamaan anatara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan datang terletak pada objek studi, yaitu caleg pendatang baru yang berhasil memenangkan pemilu dan bahkan mampu mengalahkan petahana baik di Surabaya maupun di Kabupaten Manggarai, Hal ini menunjukkan bahwa kedua penelitian menyoroti

fenomena kemenangan politisi baru dalam medan politik yang kompetitif, yang biasanya dikuasai oleh tokoh-tokoh berpengalaman atau petahana. Selain itu, kedua penelitian memanfaatkan pendekatan kualitatif sebagai metode utama. Penelusuran melalui wawancara mendalam terhadap caleg, tim sukses, hingga masyarakat digunakan untuk menggambarkan dinamika dan strategi yang dijalankan selama masa kampanye. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif memberikan ruang untuk menggali lebih dalam narasi-narasi politik yang tidak selalu terlihat dalam data kuantitatif. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan datang adalah penelitian terdahulu tidak secara eksplisit membahas caleg perempuan atau perspektif gender, melainkan menyoroti semua caleg (baik laki-laki maupun perempuan) yang menggunakan uang sebagai strategi. Sedangkan penelitian yang akan datang secara khusus mengangkat peran caleg perempuan dalam dunia politik, dengan menekankan bagaimana perempuan membangun sebuah strategi dalam pemilihan legislatif.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam terhadap Simprosa Rianasari Gandut, tim sukses, tokoh adat, serta pemilih, observasi langsung kegiatan kampanye, dan dokumentasi. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber. Analisis dilakukan secara tematik berdasarkan tahapan strategi kampanye: perencanaan, implementasi (push, pull, pass marketing), dan evaluasi. Lokasi penelitian adalah Kabupaten Manggarai.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Strategi adalah serangkaian tahapan yang harus ditempuh guna menuju target yang telah ditetapkan. Strategi yang baik tentunya dapat memberikan gambaran secara komprehensif terkait langkah utama maupun pola keputusan yang harus diambil dalam rangka mewujudkan tujuan. Strategi adalah serangkaian tahapan yang harus ditempuh guna menuju target yang telah ditetapkan.

Strategi Simprosa Rianasari Gandut Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024:

#### **1. Perencanaan**

Perencanaan merupakan fondasi utama dalam strategi politik yang dijalankan oleh Simprosa Rianasari Gandut dan tim suksesnya dalam Pemilu Legislatif 2024. Perencanaan dilakukan secara sistematis, mulai dari penetapan tujuan politik yaitu untuk melayani masyarakat untuk memperjuangkan aspirasinya, pemahaman terhadap kondisi sosial dengan mengenali dan mengkaji kehidupan sehari-hari, nilai-nilai, norma, kebiasaan, serta pola relasi

dalam masyarakat. analisis kekuatan dan kelemahan lawan politik, hingga evaluasi internal tim dimana mereka mempersiapkan setiap tim sukses dengan tugasnya masing, kesiapan sumber daya kampanye, serta pendekatan yang digunakan dalam kampanye. Pendekatan ini memungkinkan calon dan timnya menyusun langkah-langkah strategis yang relevan dengan kebutuhan konstituen dan dinamika politik daerah.

Proses perencanaan ini tidak hanya difokuskan pada pencapaian kemenangan elektoral, tetapi juga diarahkan untuk memastikan bahwa kehadiran calon legislatif di parlemen benar-benar berorientasi pada pelayanan publik. Dengan memahami kondisi riil masyarakat, strategi yang dirumuskan menjadi lebih kontekstual, efektif, dan sesuai harapan pemilih.

Hal ini menunjukkan bahwa kemenangan politik yang diraih tidak semata-mata karena popularitas atau kekuatan partai, melainkan karena adanya kesiapan, kejelasan arah, dan komitmen kuat untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat secara nyata. Maka, perencanaan yang matang menjadi faktor kunci dalam mewujudkan keberhasilan kampanye dan pencapaian tujuan politik yang bermakna.

## 2. Implementasi

### a. Push Marketing

Strategi *push marketing* yang diterapkan oleh Simprosa Rianasari Gandut dan tim suksesnya dalam Pemilu Legislatif 2024-2029 menunjukkan efektivitas pendekatan langsung dalam membangun hubungan antara calon legislatif dan masyarakat. Melalui kampanye tatap muka, strategi ini mampu menciptakan kedekatan emosional, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperkuat citra serta komitmen politik calon di mata pemilih. Pendekatan ini tidak hanya dilihat sebagai sarana promosi politik, tetapi lebih dari itu, menjadi bentuk nyata dari politik partisipatif yang menghargai masyarakat sebagai mitra dialog. Kehadiran langsung caleg memungkinkan masyarakat untuk mengenal karakter, integritas, dan keseriusan kandidat dalam memperjuangkan aspirasi mereka. Pernyataan dari masyarakat seperti Susana Jenau dan Maria Yasinta memperkuat fakta bahwa keterlibatan personal dan komunikasi terbuka dari caleg dinilai sebagai bentuk penghargaan terhadap hak politik warga dan sebagai indikator kuat atas niat dan komitmen calon yang sebenarnya.

### b. Pull Marketing

Strategi *pull marketing* yang diterapkan oleh Simprosa Rianasari Gandut menunjukkan pendekatan yang adaptif dan kontekstual terhadap karakteristik masyarakat pemilih di daerah pemilihannya. Meskipun menyadari peran penting teknologi informasi dan media sosial dalam era digital, Simprosa Rianasari Gandut lebih menekankan penggunaan media konvensional seperti baliho dan stiker karena dinilai lebih efektif menjangkau pemilih secara langsung.

Analisis dari berbagai pernyataan menunjukkan bahwa media visual seperti baliho dan stiker berfungsi tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat edukatif yang membantu masyarakat mengenali calon legislatif melalui identitas visual, nama, partai, dan nomorurut. Strategi ini terbukti mampu membangun kesadaran politik dan memberikan informasi praktis yang sangat dibutuhkan pemilih, terutama dalam konteks wilayah dengan keterbatasan akses digital. Dengan demikian, strategi komunikasi politik Simprosa Rianasari Gandut mencerminkan pemahaman mendalam terhadap kondisi sosial, budaya, dan geografis masyarakat lokal. Pemilihan media kampanye yang tepat dan pengorganisasian tim sukses yang efektif menjadi kunci keberhasilan dalam membangun koneksi dengan pemilih dan meningkatkan elektabilitas.

c. *Pass Marketing*

*Pass marketing* dalam kampanye Simprosa Rianasari Gandut di Kabupaten Manggarai Dapil IV berjalan secara efektif melalui keterlibatan tokoh adat dan tim sukses yang memiliki pengaruh kuat di tengah masyarakat. Dukungan dari tokoh adat seperti Bernadus Nanduk tidak hanya memperlihatkan kedekatan personal, tetapi juga mencerminkan pengakuan terhadap kapasitas, integritas, serta kontribusi nyata Simprosa dalam kehidupan sosial dan budaya lokal. Hal ini memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik terhadap beliau. Sementara itu, tim sukses berperan penting sebagai ujung tombak kampanye yang menjalankan strategi komunikasi politik secara terstruktur, terorganisir, dan berbasis kedekatan dengan konstituen. Pembagian tugas di berbagai tingkat wilayah memperlihatkan adanya pendekatan yang sistematis dalam menjangkau masyarakat secara lebih luas dan merata. Secara keseluruhan, strategi *pass marketing* yang diterapkan bukan hanya berhasil memperluas jangkauan kampanye, tetapi juga menciptakan relasi politik yang humanis, partisipatif, dan berakar pada kearifan lokal. Pendekatan ini menjadikan komunikasi politik bukan sekadar penyampaian pesan satu arah, tetapi sebagai proses dialog yang membangun kepercayaan dan kesadaran kolektif masyarakat terhadap calon legislatif yang mereka pilih.

d. *Evaluasi*

Evaluasi merupakan elemen krusial dalam strategi politik yang dijalankan oleh Simprosa Rianasari Gandut dan tim suksesnya. Baik dari pernyataan Simprosa maupun timnya, terlihat bahwa evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menilai keberhasilan, tetapi juga sebagai sarana untuk memahami efektivitas strategi, mengidentifikasi kelemahan, dan melakukan penyesuaian agar kampanye tetap relevan dan tepat sasaran. Evaluasi dilakukan secara rutin dan sistematis, dengan mempertimbangkan hasil nyata di lapangan, seperti respon masyarakat dan perolehan suara di TPS. Pendekatan langsung yang digunakan dalam strategi

push marketing terbukti efektif karena Masyarakat bisa mengenal langsung sosok calon legislative. Seperti yang dikatakan oleh para pemilih dalam wawancara, mereka merasa dihargai saat calon datang langsung ke tengah masyarakat Ini membangun kepercayaan dan kedekatan emosional, yang sangat penting dalam menentukan pilihan politik apalagi dalam masyarakat. sedangkan pullmarketingyaitu melaluimedia sosial kurang menjangkau secara merata. Simprosa Rianasari sendiri menyatakan bahwa penggunaan media sosial belum terlalu efektif. Hal ini karena akses internet belum merata, tidak semua masyarakat aktif di media sosial, dan tingkat literasi digital masih rendah, terutama di desa-desa. Media cetak atau baliho bersifat satu arah dan pasif. Baliho dan stiker hanya menyampaikan informasi visual. Tidak ada interaksi langsung. Masyarakat bisa saja melihat, tetapi belum tentu merasa dekat atau tergerak untuk memilih. Pengaruh tokoh adat memang penting sebagai bagian dari budaya, namun tidak menjadi satu-satunya atau faktor utama dalam menentukan pilihan politik masyarakat. Dengan demikian, evaluasi menjadi fondasi penting bagi tim kampanye dalam menjaga konsistensi, meningkatkan efisiensi, dan merespons dinamika politik secara adaptif serta profesional.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kemenangan Simprosa Rianasari Gandut ditentukan oleh strategi politik yang terencana, partisipatif, dan adaptif terhadap budaya lokal. Perencanaan berbasis data, kampanye langsung dan relasional, serta keterlibatan tokoh kunci di masyarakat menjadi factor utama keberhasilan.

### **Saran**

Pertama untuk Simprosa Rianasari Gandut disarankan untuk mempertahankan kedekatan emosional dengan masyarakat dan memperluas pelibatan perempuan dalam kepemimpinan politik. Kedua untuk tim kampanye perlu merawat relasi lokal sebagai modal politik jangka panjang. Ketiga untuk masyarakat diharapkan terus membangun kesadaran politik kritis dalam menentukan pilihan berdasarkan rekam jejak dan visi kandidat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Hamidi. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Moleong, L. J. (2001). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nursal, A. (2004). *Political marketing: Strategi memenangkan pemilu*. Jakarta: Gramedia.
- Putra, F. S. D., Abdurohim, D., Susila, Y. T., Hartati, A., Amane, A. P. O., Hanika, I. M., Yusanto, Y., & Nugroho, H. (2022). *Marketing politik (teori dan konsep)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Schroder, P. (2009). *Strategi politik*. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, Indonesia.
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Budiardjo, M. (2010). *Dasar-dasar ilmu politik*. Jakarta: Gramedia Utama.

### Artikel Jurnal

- Kartuji. (2024). Politik uang sebagai modal ekonomi caleg di Pileg 2024 di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Politik*, 16(1), 45–59.
- Rusnani, & Hermanto, B. (2015). Strategi caleg dalam upaya memenangkan pemilu legislatif di Dapil II Kabupaten Sumenep. *Performance Bisnis & Akuntansi*, 5(2), 103–112.
- Sahea, R., Niode, B., & Tulung, T. (2018). Analisis strategi politik Sri Wahyumi Maria Manalip–Petrus Simon Tuange dalam pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Kepulauan Talaud tahun 2013. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 1(1), Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi.
- Sanjaya, R. (2017). Pemasaran politik caleg pendatang baru dalam pemilu (Studi kasus Wardi Ningsih caleg PAN Dapil 1 Kabupaten Lamandau). *Jurnal Politika*, 8(1), 103–112.

### Peraturan Perundang-Undangan Nasional

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum.
- Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.

### **Skripsi**

Arsenius, A. A. (2022). *Strategi kemenangan calon anggota legislatif perempuan pada pemilu legislatif di Kabupaten Manggarai Timur tahun 2019* (Skripsi, Universitas [nama tidak disebut]).

Kurniawan, R. (2024). *Strategi kemenangan Fitriana Mugie pada pemilu legislatif tahun 2024 di Aceh Tengah* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).

### **Sumber Internet**

Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (2024). *Hasil rekapitulasi Pemilu Legislatif 2024*. [https://pemilu2024.kpu.go.id/pilegdprd\\_prov/rekapitulasi/53/530004/5319](https://pemilu2024.kpu.go.id/pilegdprd_prov/rekapitulasi/53/530004/5319)

detik.com. (2024). *Marketing politik di media sosial*. <https://news.detik.com/kolom/d-6937162/marketing-politik-di-media-sosial>