

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Pada bab ini peneliti akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang peneliti temukan di lapangan dan telah peneliti bahas pada bab sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan Rahmat Saleh dalam pemilihan umum legislatif tahun 2024 disebabkan oleh adanya komunikasi politik yang efektif dan efisien. Gaya komunikasi Rahmat Saleh yang santai, santun, serta mampu menyesuaikan diri dengan komunikannya menjadi keunggulan komunikasi politik Rahmat Saleh. Hal lain yang menjadi faktor keberhasilan Rahmat Saleh adalah mampu memanfaatkan momen saat ditunjuk menjadi Kapten Kemenangan pasangan Anies-Imin di Sumatera Barat. Selanjutnya adalah media sosial yang digunakan dalam komunikasi politik ini juga berpengaruh terhadap popularitas Rahmat Saleh.

Komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Saleh sudah dilakukan dilakukan sebelum masa pencalonan. Hal ini dapat dilihat dari terpilihnya ia sebagai anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat selama dua periode yaitu tahun 2014-2019 dan tahun 2019-2024. Jabatan yang dimiliki oleh Rahmat Saleh menjadi keuntungan untuk melakukan pemetaan terhadap wilayah yang ada di Sumatera Barat, serta dengan jabatan ini menjadi modal dalam melakukan komunikasi kepada elit-elit lokal dan tokoh-tokoh masyarakat di wilayah tersebut.

Harold D. Laswell membagi lima unsur yang ada dalam komunikasi politik. *Pertama* yaitu *who says*, ini bermakna siapa yang menyampaikan pesan-pesan politik.

Di dalam penelitian ini, peneliti berfokus kepada Rahmat Saleh yang menjadi komunikator dalam komunikasi politik. *Kedua* yaitu *says what*, dalam komunikasi politik apa yang pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi politik. Komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Saleh di daerah pemilihan Sumatera Barat (Dapil I) berisi tentang pesan-pesan politik. Pesan-pesan yang disampaikan sederhana dan santun memudahkan masyarakat menangkap pesan-pesan tersebut. Pesan-pesan yang disampaikan tidak terlepas dari kesadaran politik, visi-misi, serta memberikan penyuluhan mengenai sumpah cerdas. *Ketiga* yaitu *in which chanel*, maksudnya media yang digunakan dalam proses komunikasi politik. Rahmat Saleh cukup aktif menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan yaitu *instagram*, *tiktok*, dan *facebook*. Penggunaan media sosial tersebut berdasarkan segmentasi dari target pemilih. Selain media sosial, Rahmat Saleh juga menggunakan media baliho sebagai media untuk membangun citra. Pemilihan visual gambar dan tulisan juga turut diperhatikan Rahmat Saleh untuk membangun *image*.

Keempat yaitu *to whom*, maksudnya siapa yang menjadi target dari penerima pesan-pesan politik. Dalam komunikasi politik Rahmat Saleh yang menjadi target nya adalah masyarakat. Rahmat Saleh menargetkan segmentasi generasi milenial dan pemilih pemula dalam komunikasi politik ini. *Kelima* yaitu *effect*, maksudnya apa yang dirasakan setelah melakukan komunikasi politik. Hasil dari komunikasi politik yang dijalankan Rahmat Saleh tentunya dukungan masyarakat dengan dibuktikan terpilihnya Rahmat Saleh sebagai anggota DPR-RI periode 2024-2029 dengan memperoleh suara sebanyak 67.522. Ia juga menduduki urutan pertama perolehan

suara terbanyak di PKS pada Dapil I. Sementara bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh Rahmat Saleh yaitu kampanye politik yaitu kegiatan politik yang dilakukan Rahmat Saleh untuk mendapatkan dukungan suara dengan melakukan kunjungan-kunjungan di beberapa titik pertemuan. Retorika politik, gaya atau seni bicara yang digunakan Rahmat Saleh yang persuasif. *Public relations*, adanya hubungan baik yang terjalin antara Rahmat Saleh, tokoh-tokoh adat, dan masyarakat. Serta penggunaan media massa yaitu media yang digunakan Rahmat Saleh dalam komunikasi politik ini adalah media sosial dan baliho.

Berdasarkan penjelasan peneliti di atas, peneliti menyimpulkan bahwa unsur-unsur komunikasi yang dijelaskan oleh Laswell, mampu menjawab proses komunikasi politik yang dilakukan oleh Rahmat Saleh dan juga bentuk-bentuk komunikasi politik yang menjelaskan bentuk atau pola komunikasi yang dilakukan pada saat proses komunikasi politik sehingga memperoleh suara yang banyak di PKS pada Dapil I.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti jabarkan serta merujuk pada penelitian mengenai komunikasi politik Rahmat Saleh dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024, maka peneliti mempunyai saran secara akademis dan praktis:

1. Secara Akademis

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada penelitian ini, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya lebih mengkaji strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh kandidat politik lain. Agar melihat perspektif

strategi komunikasi dari pada masing-masing kandidat. Dan juga peneliti merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan retorika politik atau gaya komunikasi seorang kandidat sebagai komunikasi politik secara mendalam. Melihat bahwa media massa sangat berpengaruh dalam keberhasilan kandidat memperoleh suara.

2. Secara Praktis

a. Kepada kandidat dalam pelaksanaan pemilu

Kandidat politik harus memahami bahwa dalam melakukan komunikasi politik para elit-elit politik harus mendesain, menyusun pesan-pesan politik dengan baik sehingga pesan-pesan politik itu realistis dan dapat diukur.

b. Masyarakat

Masyarakat harus lebih sadar dalam menentukan pilihan politiknya, sehingga masyarakat tidak terlibat untuk kepentingan semata. Kesadaran politik yang harus dimiliki dapat menciptakan budaya politik yang bagus dan berkualitas. Masyarakat harus sadar dalam memilih wakil rakyat yang akan memperjuangkan aspirasi masyarakat untuk lima tahun ke depan, sehingga masyarakat tidak hanya diimingi oleh janji-janji politik selama masa kampanye.