

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois dalam pencalonannya sebagai anggota legislatif dari PSI di Daerah Pemilihan III Kota Tangerang pada Pemilu 2024. Berdasarkan temuan dan analisis yang dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi pendukung, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Christian Lois dalam memperoleh suara signifikan tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang disusun dengan terencana, adaptif, dan dekat dengan masyarakat.

Christian Lois bukan berasal dari latar belakang politik, tetapi dorongan dari lingkungan terdekat seperti keluarga, kerabat, komunitas keagamaan Buddhis, serta kepercayaan yang diberikan oleh orang-orang di sekitarnya, menjadi landasan kuat dalam keputusannya untuk mencalonkan diri sebagai wakil rakyat. Ia memulai langkahnya dari nol, bukan sebagai figur publik atau tokoh politik, namun justru dari situlah kekuatannya berasal. Ketulusan dan kedekatan personal yang ia tampilkan dalam setiap kampanye justru menciptakan kedekatan emosional dengan masyarakat.

Strategi komunikasi yang diterapkan dirancang secara matang bersama tim sukses, dengan Efi Musaefi sebagai koordinator utama. Tim ini tidak hanya menyusun konten kampanye secara visual, tetapi juga menyiapkan narasi yang relevan dengan isu-isu lokal. Kampanye yang dijalankan memadukan pendekatan digital dan tatap muka. Instagram menjadi media utama dalam menyampaikan pesan politik melalui reels, story, dan konten visual yang ringan namun menyentuh. Di sisi lain, WhatsApp digunakan untuk menjangkau komunitas warga melalui grup-grup lokal, sementara baliho dan poster disebar sebagai alat kampanye visual di titik-titik strategis.

Penggunaan media baru menjadi strategi unggulan yang sangat efektif dalam menjangkau pemilih muda dan pemula. Christian tidak hanya fokus pada generasi

milennial dan Gen Z, tetapi juga tidak membatasi diri untuk menjangkau kelompok usia lainnya. Kampanye digital yang ia lakukan bersifat interaktif, memungkinkan konstituen merespons secara langsung dan memberikan masukan. Namun, ia juga tetap menekankan pentingnya kampanye tatap muka melalui blusukan ke RT/RW, diskusi warga, hingga pertemuan komunitas berbasis agama maupun kepemudaan.

Dalam menyampaikan pesannya, Christian menggunakan gaya komunikasi yang sederhana, jujur, dan tidak kaku. Isu yang diangkat sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat, seperti transparansi pemerintahan, pendidikan, dan representasi generasi muda. Pendekatan ini membuat masyarakat merasa lebih dekat dan terwakili, terutama mereka yang selama ini merasa tidak punya ruang dalam politik. Di sinilah terlihat penerapan teori spiral of silence, di mana Christian memberi keberanian bagi kelompok yang sebelumnya diam untuk bersuara, terutama melalui platform media sosial dan interaksi langsung.

Secara teoritis, strategi yang diterapkan Christian selaras dengan tiga pendekatan utama dalam komunikasi politik. Pertama, teori komunikasi politik menjadi dasar dalam menyusun pesan dan menentukan media yang tepat untuk menjangkau audiens. Kedua, teori media baru digunakan sebagai kerangka dalam memanfaatkan media digital sebagai saluran komunikasi yang dinamis dan responsif. Ketiga, teori spiral of silence muncul dalam cara Christian mengakomodasi suara minoritas dan menjadikannya kekuatan dalam kampanye yang inklusif dan merangkul.

Evaluasi terhadap strategi kampanye menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Interaksi di media sosial meningkat secara organik, kehadiran masyarakat dalam kegiatan kampanye langsung cukup tinggi, dan yang paling konkret adalah perolehan suara sebesar 2.655 di Dapil III, yang merupakan angka tinggi untuk seorang caleg dari partai baru yang tidak memiliki latar belakang politik. Capaian ini menjadi indikator bahwa strategi komunikasi politik yang dirancang dan diterapkan telah berjalan efektif dan berhasil membangun citra positif di mata publik.

Secara umum, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan seorang caleg dari partai baru seperti Christian Lois sangat mungkin tercapai melalui strategi komunikasi politik yang tidak hanya cerdas secara teknis, tetapi juga menyentuh secara emosional dan sosial. Keterbukaan, kehadiran yang nyata di tengah masyarakat, serta penggunaan media secara tepat menjadi kunci dalam membangun kepercayaan politik. Kasus ini juga menunjukkan bahwa politik tidak harus dijalankan oleh orang yang berasal dari sistem, tetapi bisa diperjuangkan oleh siapa saja yang memiliki tekad, niat baik, dan strategi komunikasi yang kuat dan relevan dengan zaman.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois dalam kampanye pencalonannya sebagai anggota legislatif dari PSI di Dapil III Kota Tangerang (Cipondoh dan Pinang), maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, baik untuk pihak terkait maupun untuk penelitian selanjutnya.

Pertama, bagi para calon legislatif muda khususnya yang berasal dari partai baru atau belum memiliki pengalaman politik diharapkan dapat mengambil pelajaran dari strategi yang dijalankan oleh Christian Lois. Pendekatan yang humanis, inklusif, dan komunikatif terbukti menjadi nilai tambah dalam membangun kedekatan dengan masyarakat. Menggabungkan kekuatan media digital dan komunikasi tatap muka memberikan hasil yang efektif dalam membangun citra, menyebarluaskan pesan, serta menumbuhkan kepercayaan publik.

Kedua, bagi partai politik seperti PSI yang ingin meraih basis dukungan baru, penting untuk memberikan ruang kepada kader-kader muda yang memiliki semangat perubahan dan kemampuan komunikasi yang baik. Tidak hanya sekadar memberikan tiket pencalonan, tetapi juga mendampingi mereka dalam perencanaan strategi komunikasi yang relevan dengan karakteristik daerah pemilihan dan target pemilih. Pendekatan yang lebih segar, kreatif, dan partisipatif perlu terus dikembangkan agar partai mampu bersaing secara sehat di tengah dominasi partai-partai besar.

Ketiga, untuk tim sukses atau pengelola kampanye caleg, kehadiran strategi digital tidak bisa diabaikan. Perubahan perilaku pemilih, terutama dari kalangan muda, menunjukkan bahwa media sosial menjadi kanal utama dalam menyerap informasi politik. Namun, kampanye digital harus tetap disandingkan dengan interaksi langsung sebagai bentuk validasi kehadiran di lapangan. Oleh karena itu, keseimbangan antara kerja kreatif digital dan kerja akar rumput perlu diperhatikan secara serius.

Keempat bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, disarankan untuk memperluas wilayah kajian dan melakukan perbandingan antara caleg dari partai baru dengan caleg dari partai lama di daerah yang sama. Penelitian lanjutan juga dapat menggali lebih dalam tentang peran algoritma media sosial dalam membentuk preferensi pemilih, atau mengamati lebih rinci pengaruh komunikasi personal terhadap loyalitas pemilih di tingkat lokal.

Dengan menyampaikan saran ini, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi, tidak hanya bagi pengembangan ilmu komunikasi politik, tetapi juga sebagai referensi praktis bagi para pelaku politik lokal yang ingin menyusun strategi komunikasi yang efektif dan berorientasi pada keterlibatan masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, I. (2019). Analisis Penerapan Demokrasi Politik Pemerintahan dan. *Journal of Public Administration and Government*, 55.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Edisi Keempat, Terj. Achmad Fawaid & Muhammad Zainuddin). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- David, F. R. (2006). *Strategic management: Concepts and cases (11th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Herlina, S. S. (2017). Pemanfaatan Media Baru dalam Strategi Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 123–135.
- Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube di Kalangan Remaja). *Ekspresi dan Persepsi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-20.
- Kurniawan, D. (2018). KOMUNIKASI MODEL LASWELL DAN STIMULUS-ORGANISMRESPONSE DALAM MEWUJUDKAN PEMBELAJARAN. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 1-9.
- Lister, M. D. (2009). *New media: A critical introduction (2nd ed.)*. London: Routledge.
- Lopulalan, D. L. (2023). KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMERINTAHAN. *Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Unpatti Ambon* , 11.
- Manovich, L. (2003). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mujiati, N. L. (2022). Media Baru dan Perubahan Pola Komunikasi Masyarakat Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 45-46.

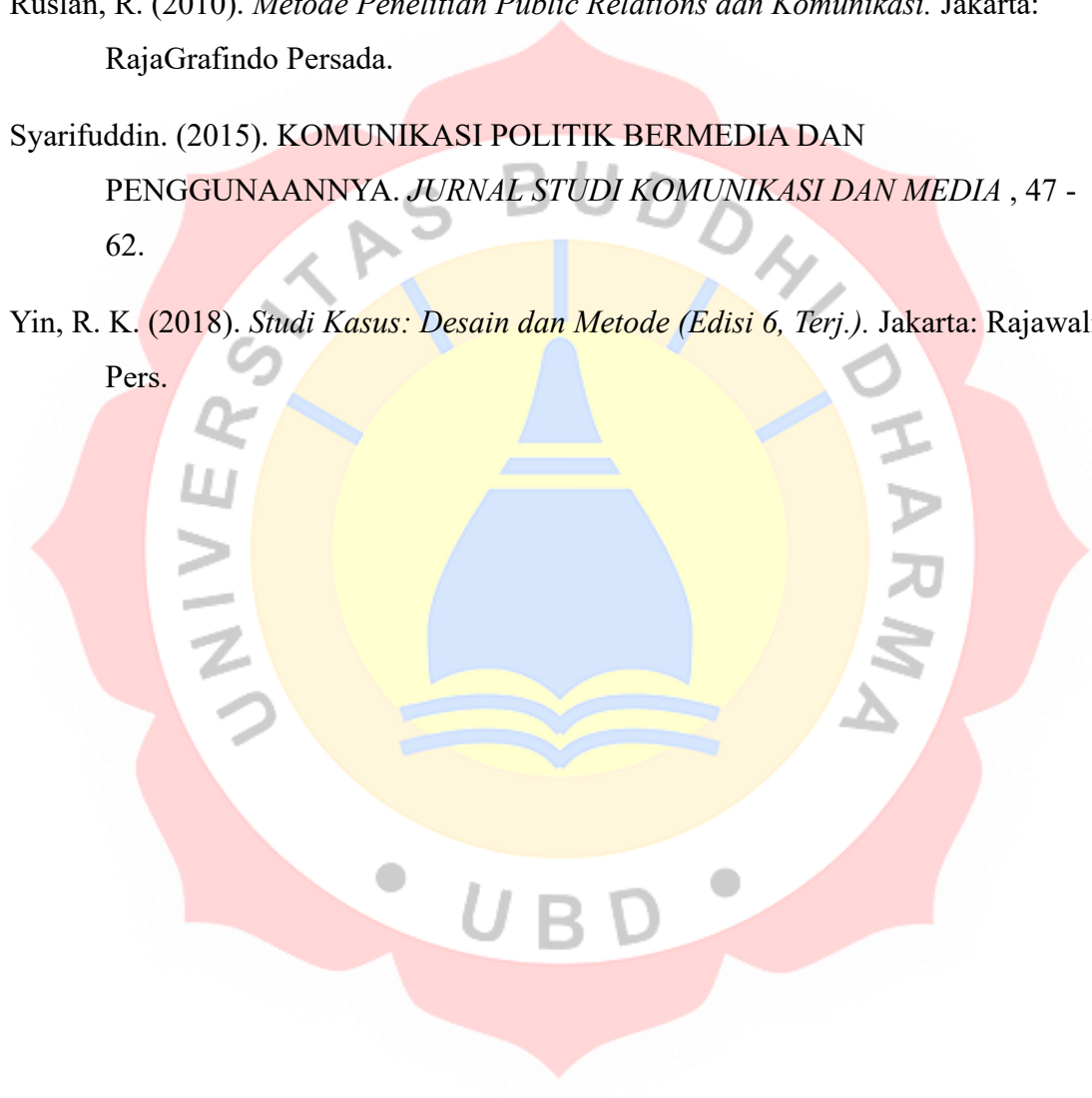
Mukhlis, A. Z. (2023). SISTEM DEMOKRASI DALAM PEMILIHAN UMUM DI INDONESIA. *Jurnal Pendidikan dan Kependidikan*, 2.

Parid, M. (2020). Relevansi Komunikasi Pembelajaran dengan Materi Bahan Ajar SD/MI. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 1-11.

Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Syarifuddin. (2015). KOMUNIKASI POLITIK BERMEDIA DAN PENGGUNAANNYA. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA* , 47 - 62.

Yin, R. K. (2018). *Studi Kasus: Desain dan Metode (Edisi 6, Terj.)*. Jakarta: Rajawali Pers.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

INFORMASI PRIBADI

Nama Lengkap : Dony Septian Rapu Ambarita
TT : Tangerang, 12 September 2000
Warga Negara : Indonesia
Agama : Katholik
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Poris Cipondoh, Blok C 721, Kota Tangerang
Nomo Telefon : 085719496461
Email : ambaritadony@gmail.com
Sosial Media : Instagram @bangdon.10\



PENDIDIKAN

Jenjang Pendidikan : Menempuh S1 Ilmu Komunikasi
Institusi Pendidikan : Universitas Buddhi Dharma
Tahun Masuk : 2021

PENGALAMAN KERJA

- PT Fabron Sekawan Sebagai Live Streamer (2022-2023)
- PT Fabron Sekawan Sebagai Admin Group Telegram (2022-2025)
- Media Info Tangerang Sebagai Wartawan Kota Tangerang (2023)
- Media Abouttng Sebagai Wartawan Tangerang Raya (2024-Sekarang)
- Media Lensa Banten Sebagai Wartawan Tangerang Raya (2024-Sekarang)

LAMPIRAN

PROFIL CALEG



CHRISTIAN LOIS, S.T

ANGGOTA DPRD KOMIS I DAPIL III KOTA TANGERANG

Aspek	Detail
Nama Lengkap	Christian Lois, S.T.
Tempat & Tanggal Lahir	Jakarta, 24 Agustus 1995.
Pendidikan	Sarjana Teknik (S.T.), Universitas Bunda Mulia, Jakarta.
Latar Belakang Profesional	Sebelumnya berprofesi sebagai wiraswasta.
Partai Politik	Partai Solidaritas Indonesia (PSI).
Daerah Pemilihan (Dapil)	Dapil III – Kecamatan Cipondoh dan Pinang, Kota Tangerang.
Status & Pelantikan	Anggota DPRD Kota Tangerang periode 2024–2029. Dilantik pada 2 September 2024.
Komisi dan Bidang Tugas	Komisi I – Pemerintahan.
Perolehan Suara (2024)	2.644 suara (berdasarkan Tangerang Pos); data lain menyebut 2.655 suara.
Program Unggulan	- Mendirikan Rumah Aspirasi PSI di Cipondoh Indah sebagai pusat komunikasi publik dan realisasi program masyarakat.

Aspek	Detail
	- Menyediakan ambulans untuk setiap Dapil sebagai bagian dari pelayanan legislatif PSI.
Aspirasi dan Penanganan Isu Lokal	- Menampung aspirasi penambahan Puskesmas dan pengaturan lokasi TPS di Cipondoh Indah melalui reses. - Mendukung program 3G (Gampang Kerja, Gampang Sekolah, Gampang Sembako) dan menekankan pentingnya penanganan serius terhadap masalah banjir dan sampah di Kota Tangerang.
Keterlibatan dalam Agenda Multikultural	- Aktif dalam perayaan Imlek dan menyampaikan harapan reflektif sebagai satu-satunya anggota DPRD Kota Tangerang yang beragama Buddha; mempertahankan tradisi keluarga asal Bangka. - Menyatakan dukungan terhadap pemimpin daerah yang toleran, mengajak masyarakat menghormati keberagaman etnis dan agama.
Kehadiran Politik di Kampanye Nasional	Turut hadir dalam kampanye Koalisi Indonesia Maju (Prabowo–Gibran) di Lapangan Ahmad Yani, mewakili generasi milenial dan Gen Z; menggaungkan program-program sosial seperti KIS, KIP, BLT, PKH, dan program makan gratis bagi ibu hamil serta pelajar.

Christian Lois, S.T. adalah seorang politisi muda yang saat ini menjabat sebagai Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Tangerang periode 2024–2029 dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Ia lahir di Jakarta, 24 Agustus 1995. Sebelum terjun ke dunia politik, Christian menyelesaikan pendidikan tinggi di Universitas Bunda Mulia, Jakarta, dengan memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T.). Latar belakang pendidikan teknik ini membentuk cara pandangnya yang sistematis, terukur, dan berbasis data dalam merancang program kerja dan strategi politik.

Sebelum menjadi legislator, Christian berprofesi sebagai wiraswasta dan aktif dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan. Keterlibatannya di dunia usaha membuatnya memahami dinamika perekonomian lokal dan tantangan yang dihadapi pelaku UMKM. Hal ini menjadi modal penting dalam membangun komunikasi dengan konstituen, terutama di wilayah perkotaan dengan beragam latar belakang ekonomi.

Christian terpilih sebagai anggota DPRD Kota Tangerang dari Daerah Pemilihan (Dapil) III, yang meliputi Kecamatan Cipondoh dan Kecamatan Pinang. Wilayah ini memiliki kepadatan penduduk tinggi, karakter masyarakat heterogen, dan menjadi salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Kota Tangerang. Dalam kontestasi Pemilu 2024, Christian mampu meraih dukungan signifikan melalui perpaduan strategi kampanye digital dan tatap muka langsung. Pemanfaatan media baru seperti Instagram dan WhatsApp menjadi salah satu ciri khas kampanyenya, disertai kegiatan blusukan ke pemukiman warga untuk menyerap aspirasi secara langsung.

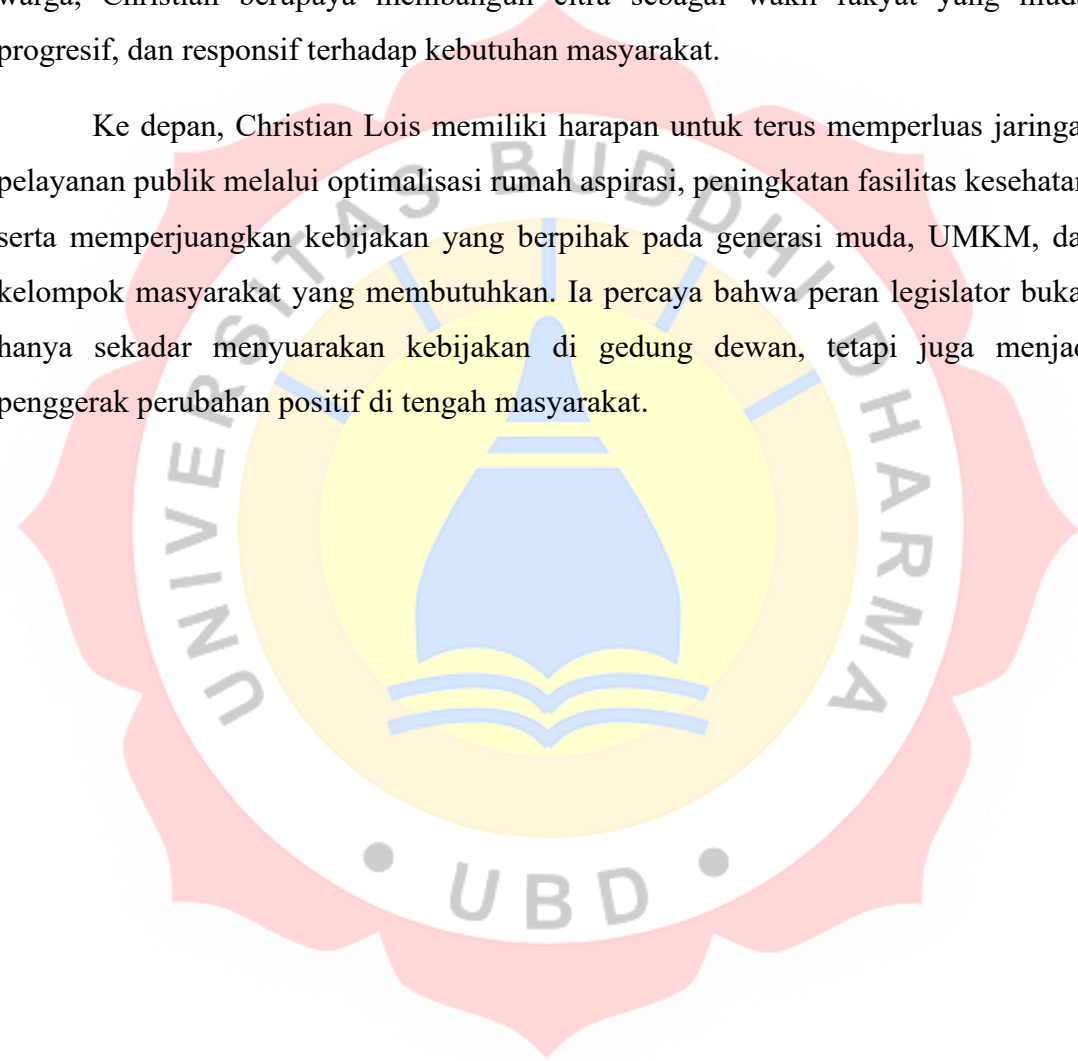
Pelantikan Christian sebagai anggota DPRD Kota Tangerang dilaksanakan pada 2 September 2024. Ia kemudian ditempatkan di Komisi I yang membidangi urusan pemerintahan. Sebagai kader PSI, Christian membawa visi dan misi yang sejalan dengan DNA partainya, yakni anti korupsi dan anti intoleransi, serta berkomitmen menjadi representasi suara generasi milenial dan Gen Z di parlemen daerah.

Salah satu program unggulan yang diusung Christian adalah pendirian Rumah Aspirasi di Kecamatan Cipondoh. Rumah aspirasi ini berfungsi sebagai pusat komunikasi antara legislator dan warga, tempat menampung keluhan, masukan, dan ide-ide pembangunan. Selain itu, Christian juga menginisiasi penyediaan ambulans di setiap dapil sebagai bentuk pelayanan langsung kepada masyarakat, khususnya di bidang kesehatan. Program ini menjadi salah satu langkah konkret dalam mewujudkan janji kampanye bahwa keberadaan anggota DPRD harus dirasakan manfaatnya oleh warga.

Christian juga tercatat aktif dalam kegiatan politik skala nasional. Ia hadir dalam kampanye akbar Koalisi Indonesia Maju (KIM) mendukung pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka pada 28 Januari 2024 di Lapangan Ahmad Yani, Tangerang. Dalam orasinya, ia mengajak anak muda untuk lebih aktif terlibat dalam politik, mengawal program-program pro-rakyat seperti Kartu Indonesia Sehat (KIS), Kartu Indonesia Pintar (KIP), Bantuan Langsung Tunai (BLT), Program Keluarga Harapan (PKH), dan rencana makan gratis untuk pelajar dan ibu hamil.

Dalam menjalankan peran legislator, Christian menekankan pentingnya transparansi, keterbukaan informasi, dan komunikasi dua arah dengan konstituen. Baginya, media sosial tidak hanya menjadi sarana promosi politik, tetapi juga ruang dialog publik yang memungkinkan penyampaian aspirasi secara cepat dan efisien. Dengan perpaduan strategi komunikasi modern dan pendekatan langsung kepada warga, Christian berupaya membangun citra sebagai wakil rakyat yang muda, progresif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Ke depan, Christian Lois memiliki harapan untuk terus memperluas jaringan pelayanan publik melalui optimalisasi rumah aspirasi, peningkatan fasilitas kesehatan, serta memperjuangkan kebijakan yang berpihak pada generasi muda, UMKM, dan kelompok masyarakat yang membutuhkan. Ia percaya bahwa peran legislator bukan hanya sekadar menyuarakan kebijakan di gedung dewan, tetapi juga menjadi penggerak perubahan positif di tengah masyarakat.



PROFIL EFI MUSAEFI (TIM SUKSES)



Efi Musaei adalah salah satu figur penting dalam tim sukses Christian Lois pada Pemilu Legislatif 2024 untuk DPRD Kota Tangerang Dapil III. Lahir dan besar di lingkungan Kecamatan Batuceper, pria berusia 40 tahun ini dikenal sebagai sosok yang aktif dalam kegiatan sosial serta memiliki jejaring kuat dengan masyarakat akar rumput. Kiprah panjangnya sebagai aktivis sosial telah membentuk karakter kepemimpinan dan gaya komunikasinya yang membumi, sehingga ia mampu membangun kedekatan emosional dengan berbagai lapisan masyarakat.

- Latar Belakang dan Motivasi

Sejak muda, Efi terlibat dalam berbagai kegiatan sosial di lingkungannya, mulai dari organisasi kepemudaan hingga forum diskusi masyarakat. Keaktifannya membuat ia memiliki reputasi sebagai figur yang mampu menjembatani aspirasi masyarakat

kecil dengan pihak-pihak berpengaruh di tingkat lokal. Reputasi inilah yang menjadi modal sosial ketika ia kemudian bergabung dalam tim sukses Christian Lois.

Keterlibatan Efi dalam dunia politik praktis sebenarnya dimulai secara sederhana. Pada pertengahan 2023, ia bergabung sebagai relawan dalam kampanye Christian Lois. Awalnya, kontribusinya bersifat sukarela tanpa jabatan formal. Namun, seiring berjalannya waktu, ia menilai bahwa visi dan konsistensi Christian Lois sejalan dengan semangat perubahan yang ingin ia dorong di masyarakat, khususnya terkait peran generasi muda dalam politik. Efi berkeyakinan bahwa anak muda harus memiliki ruang nyata untuk terlibat dalam pengambilan keputusan politik. Hal inilah yang menjadi motivasi kuatnya untuk masuk lebih dalam dalam struktur tim sukses.

- Peran Strategis dalam Tim Sukses

Dalam struktur pemenangan, Efi diberi kepercayaan sebagai koordinator lapangan. Peran ini sangat strategis karena menyangkut pelaksanaan kegiatan kampanye secara langsung di masyarakat. Ia bertugas menyusun agenda blusukan, mengatur jadwal kunjungan ke warga, serta memfasilitasi diskusi dengan komunitas lokal. Dengan pendekatan ini, ia memastikan bahwa setiap kegiatan kampanye tidak hanya bersifat formalitas, tetapi benar-benar menyentuh kebutuhan dan aspirasi warga.

Selain itu, Efi juga berperan sebagai penghubung antara Christian Lois dengan komunitas sosial dan keagamaan. Salah satu kontribusi pentingnya adalah menjalin komunikasi erat dengan komunitas Buddhis di Kota Tangerang. Upaya ini dinilai efektif karena berhasil menjangkau kelompok pemilih yang selama ini jarang mendapat perhatian dalam pola kampanye politik tradisional. Kehadiran Efi membuat Christian Lois mampu memperluas basis dukungan di luar segmentasi politik yang biasa disentuh partai.

- Penyusunan Narasi Kampanye

Selain fokus di lapangan, Efi turut memainkan peran penting dalam membangun narasi kampanye. Ia mendorong agar bahasa yang digunakan dalam

menyampaikan visi dan program Christian Lois dibuat sederhana, lugas, dan sesuai dengan gaya komunikasi masyarakat. Ia menolak penggunaan istilah yang elitis atau teknokratis, karena dinilai berpotensi menciptakan jarak antara calon legislatif dengan konstituen.

Bagi Efi, kampanye bukan hanya soal menyampaikan program, tetapi juga soal mendengarkan. Karena itu, ia menginisiasi banyak diskusi terbuka, forum kecil, dan pertemuan komunitas di mana masyarakat dapat langsung menyampaikan keluhan atau harapan mereka. Strategi komunikasi dua arah ini terbukti meningkatkan keterlibatan warga dan menciptakan kesan bahwa Christian Lois adalah figur yang benar-benar mau mendengar rakyatnya.

- **Pengelolaan Media dan Distribusi Kampanye**

Efi juga terlibat dalam strategi penyebaran materi kampanye. Ia membantu mengatur distribusi media konvensional seperti poster, spanduk, baliho, dan kalender yang ditempatkan di titik-titik strategis. Proporsi kegiatan kampanye, menurut catatan Efi, terbagi sekitar 40% secara luring melalui interaksi langsung, sementara 60% lainnya dilakukan melalui media digital dan massa yang dikelola oleh tim kreatif.

Kombinasi antara kegiatan luring dan daring ini mencerminkan pendekatan hybrid yang adaptif dengan perkembangan zaman. Efi menyadari bahwa meskipun media sosial memiliki jangkauan luas, interaksi tatap muka tetap penting untuk membangun kepercayaan di tingkat lokal.

- **Menghadapi Tantangan Lapangan**

Dalam dinamika kampanye, berbagai tantangan kerap muncul, mulai dari keterbatasan logistik hingga apatisme politik masyarakat. Di titik inilah peran Efi semakin menonjol. Ia menjadi motor penggerak yang menjaga semangat para relawan tetap tinggi meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya. Gaya kepemimpinannya yang komunikatif dan persuasif membuat koordinasi antarrelawan berjalan lancar dan solid.

Keberadaan Efi juga mampu mengatasi hambatan psikologis masyarakat yang skeptis terhadap politik. Dengan pendekatan personal, ia sering kali berhasil meyakinkan warga bahwa keterlibatan mereka dalam politik adalah bentuk investasi bagi masa depan lingkungan mereka sendiri.

- Dampak dan Kontribusi terhadap Pemenangan

Kehadiran Efi Musaefi membawa dampak signifikan dalam membangun citra positif Christian Lois di mata masyarakat. Ia berhasil menjadikan kampanye sebagai gerakan kolektif yang melibatkan akar rumput, bukan sekadar instruksi top-down dari kandidat kepada masyarakat. Hal ini memberi kesan bahwa Christian Lois adalah calon muda yang hadir langsung, mendengar, dan peduli terhadap kebutuhan warga.

Dari sisi elektoral, peran Efi membantu memperluas basis dukungan Christian Lois di kalangan pemuda, komunitas sosial, hingga kelompok agama minoritas. Keberhasilan Christian Lois memenangkan kursi DPRD di Dapil III Kota Tangerang tidak dapat dilepaskan dari kontribusi strategis Efi Musaefi dalam menjaga koordinasi lapangan, membangun komunikasi lintas komunitas, serta menghidupkan semangat relawan di berbagai tingkatan.

Secara keseluruhan, sosok Efi Musaefi menegaskan bahwa keberhasilan kampanye politik tidak hanya ditentukan oleh kekuatan figur calon legislatif semata, melainkan juga oleh peran tim pendukung yang solid, strategis, dan mampu menjangkau masyarakat secara langsung. Kehadirannya menunjukkan bahwa tim sukses yang efektif harus memiliki individu-individu yang tidak hanya bekerja di balik layar, tetapi juga benar-benar hidup di tengah masyarakat, memahami konteks sosial, serta mampu mengartikulasikan aspirasi warga dalam bahasa yang sederhana dan dapat diterima. Dengan peran komprehensif yang dijalankan, Efi Musaefi menjadi salah satu pilar penting dalam keberhasilan kampanye Christian Lois di Pemilu 2024.

PROFIL PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA



Di atas adalah **tiga logo** yang menggambarkan transformasi visual Partai Solidaritas Indonesia (PSI):

1. **Logo lama** - tangan menggenggam bunga mawar putih di latar merah
2. **Logo baru** - gajah hitam dengan kepala merah, simbol rebranding terbaru PSI

Profil Lengkap PSI

Dasar dan Identitas Partai

- Nama lengkap: Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dalam bahasa Inggris: Indonesian Solidarity Party.
- Didirikan: 16 November 2014; resmi berbadan hukum sejak 2016.
- Kantor pusat: Jakarta Pusat.
- Keanggotaan: sebanyak 385.481 orang (data 2023).
- Posisi politik: sayap tengah-kiri, berideologi Pancasila, Jokowiism, progresivisme, sekularisme, sosial-demokrasi, pluralisme, dan hak minoritas.
- Koalisi Nasional: tergabung dalam Advanced Indonesia Coalition sejak 2023.
- Slogan: *Terbuka, Progresif, Itu Kita!* (Open, Progressive, That's Us!).

Kepemimpinan & Struktur

- Ketua Umum: Kaesang Pangarep (sejak 25 September 2023).
- Sekretaris Jenderal: Raja Juli Antoni.

Pemilu Terakhir & Cita-cita

- Hasil Pemilu 2024: Perolehan suara nasional sekitar 3%, belum memenuhi ambang batas parlemen (4%).
- Pemilu Raya & Kongres 2025: Kaesang kembali terpilih sebagai Ketua Umum melalui sistem e-voting (65,28% suara), konsolidasi internal modern.

Rebranding Logo: Dari Mawar ke Gajah

Pergantian Logo

- Logo lama: Tangan menggenggam bunga mawar melambangkan solidaritas, harumnya nilai kebaikan secara alami.
- Logo baru (2025): Gajah dengan kepala merah dan tubuh hitam diperkenalkan dalam Kongres PSI di Solo, 19–20 Juli 2025.

Filosofi & Arti Simbolis

- Kekuatan & Teguh: Gajah melambangkan kekuatan besar, keteguhan, wibawa, serta solidaritas.
- Kebijaksanaan & Ingatan Kuat: Gajah dikenal bijaksana dan "tidak pernah lupa", mencerminkan internalisasi nilai positif dalam kader PSI.
- Falsafah Jawa: "Alon nanging mantep" lambang langkah mantap meski pelan, dan "rukun agawe santoso" kekuatan dalam kerukunan dan solidaritas.
- Warna Merah & Hitam: Merah melanjutkan simbolisme dari logo mawar sebelumnya, mewakili keberanian; Hitam keteguhan dan solidaritas.
- Kesetaraan Kepemilikan: Nama partai (Partai Super Tbk) menyiratkan bahwa PSI adalah milik kader secara kolektif, bukan kelompok elit.

Respon Figur Publik

- Jokowi: Mengapresiasi logo baru, menilai gajah sebagai simbol ilmu pengetahuan, kecerdasan, dan kekuatan.
- Prabowo: Bergurau bahwa PSI sekarang memiliki "titik lemah" karena logo gajah merupakan binatang kesayangannya.

Analisis Branding & Konteks Politik

- Kritik branding:
 - David Aaker (via Bagus Zidni): Rebranding butuh lebih dari logo harus ada narasi yang konsisten dan mampu membedakan secara emosional dan fungsional; tanpa itu, simbol baru bisa kehilangan arah atau menjadi bahan olok-olokan.
 - Verdi Firmantoro (Universitas Brawijaya): Perubahan simbol menunjukkan reposisi: dari partai anak muda idealis ke kekuatan politik strategis; ini juga berpotensi menjadi simbol kekuasaan baru sejalan dengan pengaruh Jokowi pasca-PDIP.

Aspek	Detail
Didirikan & Legalitas	16 November 2014, resmi sejak 2016
Ideologi	Pancasila, Jokowiism, progresivisme, sosial-demokrasi, pluralisme
Ketua Umum	Kaesang Pangarep (sejak 2023)
2024 Pemilu	3% suara nasional (belum lolos DPR)
2025 Rebranding	Logo baru: gajah merah-hitam, Partai Super Tbk, e-voting
Makna Logo Baru	Kekuatan, solidaritas, kebijaksanaan, keteguhan, ingatan kolektif
Respons Publik	Jokowi & Prabowo sambut positif; sejumlah analisis branding waspada
Arah Politik	Reposisi dari partai milenial ke kekuatan politik arus utama



Gambar 1 Kampanye Digital



Gambar 2 Sura Suara Digital



Gambar 3 Media Cetak Spanduk



Gambar 4 Blusukan Denngan RW



Gambar 5 Blusukan Dengan RW



Gambar 6 Blusukan Dengan RW



Gambar 7 Media Cetak Spanduk



Gambar 8 Tatap Muka Dengan Warga



Gambar 9 Surat Suara Digital



Gambar 10 Kampanye Digital



Gambar 11 Pendukung Muda



Gambar 12 Pendukung Muda

LEMBAR TURN IT IN



**UNIVERSITAS
BUDDHI DHARMA**

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

August 20th, 2025

Editor Explanation:

Dear Dony,
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20210400051
Faculty/Study Program : Social Sciences and Humanities/Communication Sciences
Title : Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Christian Lois
Sebagai Caleg PSI Untuk DPRD Dapil III Kota Tangerang Pada
Pemilu 2024
Type : Thesis

Turnitin suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	: 23857
Character Count	: 158420
Similarity Index	: 15%
Internet Source	: 14%
Publication	: 5%
Student Paper	: 6%
Exclude quotes	: Off
Exclude bibliography	: Off
Exclude matches	: Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show an unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

Shenny Ayuhuri Beata Sitinjak, S.S., M.M., M.Hum.
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (USD)

KARTU BIMBINGAN



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20210400051
Nama Mahasiswa : DONY SEPTIAN RAPU AMBARITA
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2024/2025 Genap
Dosen Pembimbing : Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMENANGAN CHRISTIAN LOIS SEBAGAI CALEG PSI UNTUK DPRD DAPIL III KOTA TANGERANG PADA PEMILU 2024

Tanggal	Catatan	Paraf
2025-03-10	- Judul - Penulisan Bab 1 terkait pengisian Bab 1 sampai rumusan masalah	<i>[Signature]</i>
2025-03-21	Revisi Bab 1 - Latar Belakang - Rumusan Masalah - Kerangka Konseptual	<i>[Signature]</i>
2025-03-28	BAB 2 TINJAUAN PUSTAKAN (struktur penulisan) - Penulisan Kajian Penelitian Terdahulu sampai penjabaran teoritis terkait isi judul	<i>[Signature]</i>
2025-04-11	REVISI BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA - 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu dan penjabaran teoretis	<i>[Signature]</i>
2025-04-28	ACC BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	<i>[Signature]</i>
2025-05-02	PENULISAN BAB 3 METODELOGI PENELITIAN - Penulisan terkait pendekatan dari subjek dan objek	<i>[Signature]</i>
2025-05-30	REVISI BAB 3 - ACC terkait subjek dan objek - Persiapan wawancara dan Teknik pemerolehan data (Observasi, wawancara, dokumentasi)	<i>[Signature]</i>
2025-06-13	ACC BAB 3 - Membuat transkrip hasil wawancara dari narasumber - Persiapan Ke BAB 4 membuat temuan hasil penelitian	<i>[Signature]</i>
2025-06-19	PENULISAN BAB 4 - Menulis hasil penelitian dan Pembahasan	<i>[Signature]</i>
2025-06-25	REVISI BAB 4 - Menyusun rangkaian bab 4	<i>[Signature]</i>
2025-06-30	ACC BAB 4 - ACC terkait hasil temuan penelitian - transkrip dan pembahasan	<i>[Signature]</i>
2025-07-03	ACC keseluruhan skripsi dari BAB 1 - BAB 5	<i>[Signature]</i>

Mengetahui
Ketua Program Studi

Tangerang, 03 July 2025
Pembimbing





Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom



TRANSKIP WAWANCARA



Narasumber 1

Nama : Chrisian Lois, S.T
Usia : 29 Tahun
Jabatan : Anggota Komis I Bidang Pertahanan Dapil III DPRD Kota Tangerang
Fraksi PSI
Tanggal : 21 Mei 2024
Proses : Tatap Muka
Perusahaan : -
Alamat : Perumahan Poris Indah, Blok E Jl. Cendana 7 No. 155, Cipodoh,
Kota Tangerang

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa alasan utama Anda maju sebagai caleg PSI di Dapil III Kota Tangerang?	<i>Saya maju sebagai caleg karena merasa anak muda itu masih kurang dilibatkan dalam pengambilan keputusan politik, padahal kita punya semangat dan energi yang besar. Banyak yang peduli tapi bingung harus mulai dari mana. Nah, saya pikir lewat PSI ini saya bisa jadi jembatan. PSI punya visi yang transparan, antikorupsi, dan terbuka untuk semua golongan, jadi cocok banget sama idealisme saya. Apalagi saya asli sini, jadi saya tahu betul kondisi dan masalah warga di Dapil III.</i>
2.	Bagaimana Anda menyusun strategi komunikasi kampanye?	<i>Dari awal kami memang nggak jalan asal-asalan. Ada strategi yang kami susun bareng tim, mulai dari identifikasi siapa</i>

		<i>target pemilih kami, apa yang mereka butuhkan, sampai bagaimana cara terbaik menyampaikannya. Kami banyak diskusi, evaluasi, dan menyesuaikan juga sama kondisi lapangan. Jadi strateginya dinamis, tapi tetap terstruktur. Semua anggota tim tahu perannya masing-masing.</i>
3.	Apa platform komunikasi utama yang Anda gunakan, dan mengapa?	<i>Instagram jadi yang utama karena mayoritas anak muda aktif di sana. Kami memanfaatkan fitur reels, story, dan feed untuk bikin konten yang engaging. Selain itu, WhatsApp juga penting banget karena lebih personal. Kami buat grup-grup warga, komunitas, dan relawan buat nyebarin info dan koordinasi kegiatan. Untuk warga yang nggak terlalu aktif di digital, kami tetap pakai media lokal dan komunikasi langsung.</i>
4.	Bagaimana pendekatan Anda kepada pemilih muda atau pemula?	<i>Saya sadar banget kalau pemilih muda itu kadang skeptis sama politik. Jadi saya coba masuk dengan gaya yang lebih santai, konten yang ringan tapi relevan. Isu yang kami angkat juga yang dekat sama mereka kayak pendidikan, peluang kerja, dan ruang ekspresi anak muda. Saya juga sering datang ke komunitas-komunitas, ngobrol langsung, diskusi bareng. Intinya bikin mereka merasa dihargai, bukan cuma dijadikan target suara.</i>
5.	Apakah Anda terlibat langsung dalam produksi konten kampanye?	<i>Iya, saya turun langsung. Mulai dari konsep, nulis caption, sampai kadang bantu edit video. Soalnya saya pengen pesan yang disampaikan itu bener-bener mewakili saya, bukan hasil buatan tim aja. Saya percaya kalau keterlibatan langsung itu bikin kontennya lebih personal dan terasa asli. Dan ternyata respons dari warga juga lebih positif kalau kontennya jujur dan nggak terlalu formal.</i>
6.	Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam menyampaikan pesan politik?	<i>Tantangan terbesarnya adalah sikap cuek atau nggak peduli dari sebagian warga. Banyak yang udah apatis duluan karena</i>

		<i>pengalaman masa lalu yang buruk. Selain itu, keterbatasan dana juga jadi kendala, terutama untuk produksi konten dan logistik kampanye. Tapi kami akalin dengan kolaborasi, kreatif bikin konten low-budget tapi tetap impactful, dan pendekatan yang lebih ke humanis.</i>
7.	Menurut Anda, strategi komunikasi mana yang paling efektif?	<i>Menurut saya sih kombinasi antara digital dan offline. Medsos penting buat menjangkau cepat dan luas, tapi nggak cukup kalau cuma online. Tatap muka tetap yang paling kuat buat bangun kepercayaan. Pas saya turun ke warga, mereka bisa langsung tanya, curhat, dan itu bikin hubungan jadi lebih dekat. Jadi dua-duanya harus jalan bareng.</i>
8.	Bagaimana Anda mengukur keberhasilan strategi komunikasi yang Anda lakukan?	<i>Kami nggak pakai survei digital atau kuesioner formal. Ukuran kami lebih ke respons langsung dari masyarakat. Kalau warga mulai ngajak ngobrol soal program, atau bahkan ngajak saya ke acara warga, itu udah jadi indikator keberhasilan. Selain itu, jumlah relawan yang makin aktif dan pertambahan undangan dari warga juga jadi tanda bahwa pesan kami nyampe.</i>
9.	Apakah ada perubahan strategi selama kampanye berlangsung?	<i>Pasti ada. Di awal, kami terlalu banyak bahas program secara teknis, ternyata kurang menarik buat sebagian warga. Akhirnya kami ubah pendekatan jadi lebih storytelling. Kami angkat cerita warga, kasus nyata, dan visual yang lebih sederhana. Bahkan waktu posting konten pun kami sesuaikan sama jam aktif followers. Jadi nggak kaku, tapi tetap konsisten.</i>
10.	Bagaimana Anda membangun kedekatan emosional dengan masyarakat selama kampanye?	<i>Saya percaya kedekatan itu dibangun dari kehadiran, bukan dari janji. Saya sempat ikut kerja bakti, hadir di pengajian, kumpul komunitas, dan bahkan nongkrong bareng anak-anak muda. Nggak cuma datang terus pidato, tapi beneran ngobrol. Dari situ mereka merasa saya bukan</i>

		<i>hanya caleg, tapi juga bagian dari mereka. Itu yang bikin mereka percaya.</i>
11.	Bagaimana peran tim sukses Anda dalam mendukung strategi komunikasi kampanye?	<i>Tim sukses saya sangat solid. Kami bukan tim profesional semua, tapi kebanyakan relawan yang punya semangat dan loyalitas tinggi. Ada yang urus konten, ada yang bantu lapangan, ada juga yang spesialis komunikasi warga. Kami kerja kolektif dan fleksibel. Semua masukan ditampung, semua ide diuji bareng.</i>
12.	Seberapa besar peran media lokal dalam kampanye Anda?	<i>Media lokal punya peran penting banget, terutama buat menjangkau warga yang nggak terlalu aktif di internet. Beberapa warga tahu saya justru dari berita koran lokal atau radio. Kami kirim press release, ajak liputan kegiatan, dan bahkan sempat kolaborasi bikin podcast warga. Itu efektif banget.</i>
13.	Bagaimana Anda menyampaikan isu-isu kampanye agar mudah dipahami warga?	<i>Kami pakai bahasa yang santai, nggak terlalu teknis. Misalnya daripada bilang “transparansi anggaran,” kami lebih suka bilang “uang rakyat harus dipakai buat rakyat, bukan buat oknum.” Di medsos juga kami bikin kontennya ringan, banyak ilustrasi dan video singkat yang relate sama keseharian warga.</i>
14.	Apakah kampanye tatap muka masih efektif di era digital?	<i>Menurut saya justru makin penting. Karena orang sekarang jenuh sama informasi online. Ketika saya hadir langsung, warga jadi merasa dihargai. Saya ajak ngobrol satu-satu, tanya masalah di lingkungan mereka. Dari situ, mereka jadi percaya saya serius dan bukan sekadar tampil di layar.</i>
15.	Apa yang Anda pelajari secara pribadi dari proses kampanye ini?	<i>Saya belajar banyak banget. Yang paling penting, bahwa membangun kepercayaan itu butuh waktu dan konsistensi. Warga bisa membedakan mana yang datang hanya buat cari suara, dan mana yang benar-benar peduli. Saya juga jadi lebih peka sama kondisi di lapangan, dan makin yakin bahwa politik itu harus dekat sama rakyat.</i>



Narasumber 2

Nama : Efi Musaefi
 Usia : 40 Tahun
 Jabatan : Tim Sukses Fraksi PSI Dapil III
 Tanggal : 17 Juni 2024
 Proses : Tatap Muka
 Perusahaan : -
 Alamat : Jl. H. Husin No 1 RT 003/RW 02 Kel. Poris Plawad Indah/Kec.
 Cipondoh, Kota Tangerang, Banten.

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sejak kapan Anda bergabung menjadi tim sukses Christian Lois dan apa motivasi Anda?	<i>Saya mulai aktif sekitar pertengahan 2023. Awalnya bantu-bantu sebagai relawan, tapi makin ke sini saya tertarik penuh karena lihat Christian Lois itu beda. Dia anak muda yang punya visi, dan cara pendekatannya juga nggak kaku. Saya yakin dia bisa jadi suara anak muda di dewan, apalagi bawa nama PSI, partai yang berani tampil beda.</i>
2.	Apa peran utama Anda dalam tim sukses?	<i>Saya banyak pegang bagian lapangan atur jadwal blusukan, diskusi warga, sampai koordinasi relawan. Karena saya juga dekat sama komunitas pemuda, jadi saya bisa bantu sampaikan pesan kampanye dengan cara yang nyambung buat mereka.</i>

3.	Bagaimana strategi komunikasi kampanye dirancang?	<i>Kami bagi strateginya: 60% lewat media massa dan sosial, lalu 40% lewat blusukan langsung ke lapangan. Media seperti Instagram dan media online jadi senjata utama untuk menysasar anak muda, sementara pendekatan tatap muka dipakai untuk jalin hubungan lebih personal, dengerin keluhan warga secara langsung.</i>
4.	Seberapa besar peran media sosial untuk menjangkau pemilih muda?	<i>Sangat besar. Anak muda sekarang nggak lepas dari handphone. Jadi Instagram itu jadi platform utama buat kampanye. Kami bikin konten yang visual, ringan, kadang pakai gaya kekinian atau humor, tapi tetap dengan pesan politik yang jelas. Bahkan dari situ banyak yang follow, interaksi, sampai akhirnya ikut bantu kampanye juga.</i>
5.	Apa pendekatan lapangan yang dilakukan untuk mendekati generasi muda?	<i>Kita sering nongkrong bareng anak muda, hadir di acara komunitas, bahkan kadang diskusi informal sambil ngopi. Yang penting pendekatannya nggak formal banget. Kita pakai gaya ngobrol, bukan ceramah. Kita dengerin dulu keresahan mereka, baru pelan-pelan masukan pesan kampanye.</i>
6.	Bagaimana tim menampung aspirasi generasi muda?	<i>Kita lebih mengandalkan suara dari obrolan langsung, dari DM di Instagram, atau chat di grup WhatsApp. Kita nggak pakai Google Form karena menurut saya malah bikin kaku. Dengan cara langsung itu kita bisa tahu aspirasi mereka secara nyata dan itu yang jadi bahan utama buat narasi kampanye.</i>
7.	Apa saja kendala utama dalam menyampaikan pesan kampanye?	<i>Di media sosial, tantangannya algoritma dan dana promosi terbatas. Kita nggak bisa saingi caleg-caleg yang iklannya besar, jadi kita harus kreatif banget bikin konten organik. Sementara di lapangan, banyak anak muda masih apatis sama politik. Jadi kita harus bisa bangun kepercayaan dulu supaya mereka mau terbuka.</i>

8.	Bagaimana respons generasi muda terhadap kampanye Christian Lois?	<i>Awalnya mereka cuek, tapi lama-lama tertarik juga karena kontennya nggak kaku, cara penyampaianya juga santai. Banyak yang DM langsung, kasih dukungan, bahkan ada yang ajak Lois buat diskusi bareng di tongkrongan. Dari situ kita tahu kampanye ini mulai diterima dan dirasakan manfaatnya.</i>
9.	Bagaimana tim mengevaluasi strategi komunikasi terhadap generasi muda?	<i>Kita evaluasi dari respons netizen, komentar, DM, jumlah share, dan juga dari laporan teman-teman relawan yang turun ke lapangan. Kalau ada strategi yang kurang nyambung, langsung kita ubah. Kita fleksibel dan dinamis menyesuaikan keadaan.</i>
10.	Apa faktor utama yang membuat pendekatan ke generasi muda ini berhasil?	<i>Karena yang maju itu Christian Lois, dia sendiri masih muda dan ngerti banget gaya komunikasi anak muda. Timnya juga mayoritas anak muda, jadi kami tahu gimana cara bikin pendekatan yang nggak ngebosnin. Ditambah PSI punya semangat baru, jadi gampang nyambungin isu ke gaya hidup mereka.</i>
11.	Mengapa generasi muda menjadi fokus utama dalam kampanye ini?	<i>Karena secara jumlah mereka banyak, dan suara mereka selama ini kurang terwakili. Kita percaya kalau anak muda dikasih ruang, mereka bisa aktif dan punya pengaruh. Makanya pendekatan kita disesuaikan banget sama gaya mereka nggak formalan, lebih ke ngobrol dua arah.</i>
12.	Apa jenis konten yang paling disukai pemilih muda selama kampanye?	<i>Yang ringan tapi meaningful. Kayak reels tentang keresahan warga, behind the scene kampanye, atau pesan singkat pakai bahasa anak muda. Kadang kami juga masukin hal yang lagi tren biar lebih relate. Tapi tetap arahnya ke isu politik yang relevan.</i>
13.	Apakah ada kolaborasi dengan komunitas atau tokoh lokal dalam kampanye ini?	<i>Ada. Kita kerja bareng dengan beberapa komunitas seperti pecinta lingkungan, komunitas motor, dan beberapa anak muda kreatif di bidang desain. Mereka bantu sebarin pesan lewat acara atau</i>

		<i>media mereka sendiri, jadi pesannya lebih organik dan dipercaya.</i>
14.	Bagaimana tim menjaga konsistensi pesan kampanye agar tetap relevan bagi pemilih muda?	<i>Kita selalu update sama tren dan respons warga. Kalau ada isu yang rame, kita coba angkat juga tapi tetap dikaitkan ke visi-misi Lois. Tim medsos dan tim lapangan juga selalu koordinasi biar nggak beda-beda pesannya.</i>
15.	Apa harapan Anda terhadap partisipasi anak muda setelah kampanye ini?	<i>Harapannya mereka nggak cuma aktif pas pemilu aja, tapi bisa terus ngawal dan terlibat di politik. Kita udah buktiin lewat kampanye ini kalau suara anak muda bisa angkat calon yang juga muda dan punya niat baik. Jadi semoga makin banyak yang mau ikut terjun ke dunia politik ke depannya.</i>

