

ABSTRAK

Kemenangan pasangan Mohammad Wahyu Ferdian dan Ramzi Geys Thebe dalam Pilkada Kabupaten Cianjur tahun 2024 menjadi perhatian karena diraih oleh pasangan yang merupakan pendatang baru dalam dunia politik. Kondisi ini menjadi menarik mengingat mereka mampu mengalahkan petahana yang telah memiliki jejaring kekuasaan dan dukungan struktur elektoral yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi kemenangan yang digunakan oleh pasangan Wahyu-Ramzi dalam menghadapi Pemilihan Umum. Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi politik dari Peter Schroder yakni Strategi Ofensif dan Defensif. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori efek ekor jas. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini meliputi Partai Pengusung Wahyu-Ramzi, Partai Pengusung Herman-Ibang, Partai Pengusung Deden-Eva, Tim Pemenangan Wahyu-Ramzi, Pakar Hukum Universitas Suryakencana, serta perwakilan dari Bawaslu dan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Cianjur. Untuk menjaga validitas data, teknik triangulasi sumber dan teknik akan digunakan secara simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan Wahyu-Ramzi tidak disebabkan oleh satu faktor tunggal, melainkan kombinasi tiga faktor utama yakni Faktor Sosial (*legacy advantage*), Faktor Popularitas, dan Faktor Dukungan Struktural. Pemanfaatan *coattail effect* dari Prabowo Subianto digunakan secara aktif sebagai strategi ofensif untuk mengunci basis pendukung dengan menyelaraskan visi besar Prabowo yaitu Ketahanan Pangan. Kemudian Strategi ini juga berfokus merebut segmen baru (Gen Z dan perempuan) melalui *branding* "Cianjur Era Baru", melalui kampanye digital masif berbasis politik konten, serta kegiatan yang berbasis minat anak muda. Kemudian, tim membentuk relawan "MAWAR" (Mak-emak Wahyu Ramzi). Kunjungan kepada Dedi Mulyadi turut dimanfaatkan sebagai strategi memperkuat citra politik berbasis konten, dengan membuat narasi "*Ieu Gubernur Jeung Bupati Aing*". Kemudian sebagai strategi untuk merebut segmentasi pemilih nasionalis dan religius, Wahyu-Ramzi turut melakukan kunjungan kepada Presiden Joko Widodo dan Kyai Buya Yahya guna memperkuat citra kedekatan kandidat dengan figur-figur berpengaruh. Selain itu, dukungan artis nasional seperti Lesti Kejora dan Raffi Ahmad turut meningkatkan eksposur dan memperluas jangkauan kampanye pasangan Wahyu-Ramzi. Meski demikian, pasangan ini dihadapkan pada sejumlah tantangan, seperti rekam jejak politik yang terbatas, isu negatif masa lalu, fragmentasi koalisi, kekuatan struktural yang lebih kecil dibanding petahana, tingginya angka golput, hambatan geografis, rendahnya antusiasme Pilkada, serta karakter pemilih yang cenderung pragmatis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana strategi politik dapat dimanfaatkan secara efektif oleh kandidat *newcomer* dalam memenangkan kontestasi di tingkat daerah terutama dalam mengalahkan Petahana yang telah memiliki jejaring kekuasaan.

Kata kunci: Wahyu-Ramzi, Pilkada Cianjur, Strategi Politik, Efek Ekor Jas

ABSTRACT

The electoral victory of Mohammad Wahyu Ferdian and Ramzi Geys Thebe in the 2024 Cianjur Regency Election attracted significant attention, particularly because it was achieved by candidates who were newcomers to the political arena. This outcome is notable considering their ability to defeat an incumbent supported by extensive power networks and strong electoral structures. The objective of this study is to analyze the electoral strategies employed by the Wahyu–Ramzi pair throughout the campaign period. The research utilizes a qualitative case study approach. The main analytical framework is based on Peter Schroder’s political strategy model, which includes Offensive and Defensive Strategies, complemented by the coattail effect theory. Data collection was conducted through in-depth interviews and document analysis. Key informants included representatives from the supporting parties of Wahyu-Ramzi, Herman Ibang, and Deden Eva, the Wahyu-Ramzi campaign team, a legal scholar from Suryakencana University, as well as officials from Bawaslu and the General Elections Commission (KPU) of Cianjur Regency. To ensure data validity, both source triangulation and methodological triangulation were employed. The findings indicate that the success of Wahyu-Ramzi resulted from a combination of three primary factors: social factors (legacy advantage), popularity capital, and structural support. The coattail effect associated with Prabowo Subianto was strategically used as an offensive approach to consolidate voter bases by aligning with Prabowo’s broader vision of food security. The campaign also sought to attract emerging voter segments, particularly Gen Z and women, through the “Cianjur Era Baru” branding, extensive digital campaigning rooted in political content, and youth-oriented activities. The formation of the MAWAR volunteer group (Mak-emak Wahyu Ramzi) further strengthened outreach to women voters. In addition, the visit to Dedi Mulyadi enhanced content-driven political image-building, illustrated by the narrative “Ieu Gubernur Jeung Bupati Aing.” To appeal to nationalist and religious voter groups, Wahyu-Ramzi also conducted strategic visits to President Joko Widodo and Buya Yahya, reinforcing their association with influential national and religious figures. Moreover, endorsements from national celebrities such as Lesti Kejora and Raffi Ahmad increased the campaign’s visibility and expanded its reach among the broader electorate. Nevertheless, the candidates also faced various challenges, including limited political experience, negative legacy issues, coalition fragmentation, weaker structural power compared to the incumbent, high voter abstention, geographic and logistical constraints, low public enthusiasm for local elections, and a generally pragmatic voter base. Overall, this study contributes to a deeper understanding of how political newcomers can effectively employ strategic approaches to achieve electoral success at the regional level particularly in overcoming the incumbent supported by an entrenched political power network.

Keywords : *Wahyu-Ramzi, Cianjur Election, Politics Strategy, Coattail Effects*