

BAB V

KESIMPULAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan terkait kesimpulan dari skripsi ini mengenai faktor-faktor kemenangan kelompok *euroseptic* dalam referendum Inggris tahun 2016. Pada awal tahun 2016 tepatnya pada bulan Februari, perdana menteri Inggris David Cameron mengumumkan bahwa Inggris akan melaksanakan referendum terkait apakah Inggris akan melepaskan status keanggotaan dari Uni Eropa, atau tetap memegang status keanggotaan dalam Uni Eropa. Referendum dilaksanakan pada tanggal 23 Juni tahun 2016, dengan kemenangan berada pada pihak *euroseptic*, yaitu kelompok yang mendukung agar Inggris melepas keanggotaan dari Uni Eropa.

Kemenangan kelompok *euroseptic* menjadi suatu hal yang diluar perkiraan banyak analisis. Awal pernyataan dari pelaksanaan referendum, selaras dengan banyaknya puling yang diadakan setelahnya. Puling berisi terkait bagaimana harapan dari masyarakat Inggris, terkait keanggotaan Inggris di Uni Eropa. Hasil yang mendominasi dari puling menyatakan bahwa mayoritas dari masyarakat Inggris lebih memilih agar Inggris tetap berada dalam keanggotaan Uni Eropa. Hasil puling menjadi suatu hal yang kontradiktif terhadap hasil dari referendum Inggris 2016.

Kemenangan kelompok *euroseptic* dalam referendum Inggris bukan menjadi suatu hal yang tidak beralasan, namun sebaliknya kemenangan ini

merupakan suatu hal yang sudah terencana dan terkonsep dengan baik. Dari pendekatan *Theory Voting Behaviour*, menjelaskan bahwa kelompok *euroseptic* menerapkan tiga model dari empat model yang ada. Pertama, model sosiologi dimana kelompok *euroseptic* berusaha mempengaruhi masyarakat Inggris melalui latar belakang kelas sosial yang ada. Kelas sosial yang menjadi fokus dari kelompok *euroseptic* mencakup masyarakat kelas menengah kebawah, masyarakat dengan umur 60 tahun keatas, pekerja buruh, dan masyarakat dengan pendidikan rendah.

Kedua, model ideologi dominan yangmana kelompok *euroseptic* berusaha mempengaruhi hasil referendum dengan menggunakan kebangkitan dan penyebaran paham *euroseptic* yang meluas dalam masyarakat Inggris saat ini. Ketiga, model identifikasi partai yaitu ketika kelompok *euroseptic* memanfaatkan keterikatan sekelompok masyarakat pada suatu partai, untuk menjadi bagian dari masyarakat yang memilih agar Inggris keluar dari keanggotaan Uni Eropa.

Selanjutnya penulis melihat bahwa kemenangan kelompok *euroseptic* tidak terlepas dari keberhasilan mereka dalam menjalankan strategi kampanye. Setidaknya kelompok *euroseptic* memiliki tiga strategi dalam referendum ini. Pertama, strategi '*Project Fear*' yaitu suatu strategi dengan membuat ketakutan dalam masyarakat terkait apabila Inggris tetap memegang status sebagai anggota dari Uni Eropa, sehingga mereka melihat bahwa keluar dari Uni Eropa merupakan pilihan terbaik.

Strategi kedua ialah '*Emotional Connection*' yaitu strategi yang memanfaatkan hubungan emosional masyarakat dalam menjalankan kampanye kelompok *euroseptic*. Masyarakat akhirnya cenderung mengedepankan instink mereka melebihi menggunakan alasan yang ada. Strategi ketiga yaitu 'Pengaruh dari Publik Figur' yaitu sebuah strategi dengan menggunakan peran tokoh terkemuka yang ada di Inggris. Tokoh yang sudah mendapat posisi dalam masyarakat akan memiliki argumen yang mudah diterima ketimbang mereka yang tidak memiliki posisi dalam masyarakat.

