

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dengan diberlakukannya sistem multipartai setelah era reformasi, partai politik menjadi menjamur di Indonesia sehingga mengakibatkan ketatnya persaingan yang dihadapi. Oleh sebab itu, dalam arena kontestasi politik instrumen utama partai politik ialah strategi yang dibuat dengan tujuan memenangkan kontestasi politik. Hal ini tidak hanya berlaku ditingkat nasional, partai politik perlu membuat strategi untuk ditingkat daerah juga untuk memenangkan kekuasaan, salah satunya Partai Gerindra di Kabupaten Bogor yang berhasil memenangkan pemilihan legislatif tahun 2019.

Setelah menganalisis dan membahas data yang diperoleh dari hasil wawancara semua informan dan didukung oleh sumber data lain, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang pertama, produk yang ditawarkan oleh Gerindra pada pemilihan legislatif di Kabupaten Bogor tahun 2019 ialah dengan membawa partai sebagai partai yang memiliki ideologi nasionalis agamis serta sebagai partai yang pro terhadap rakyat kecil yang didukung oleh program kerja yang ditawarkan oleh Gerindra sendiri yaitu fokus terhadap peningkatan ekonomi kerakyatan. Lalu past record Gerindra dimana partai ini merupakan partai yang dibangun oleh elite dimana walaupun menyandang label “partai baru” namun dipimpin oleh orang yang sudah lama terjun di politik. Selain itu, menonjolkan figure Prabowo Subianto sebagai *personal characteristic* dari Partai Gerindra, dan yang terakhir ialah proses rekrutmen dimana Partai Gerindra membranding partainya sebagai penghasil kader-kader berkualitas dimana memperhatikan faktor elektabilitas, akseptabilitas dan popularitas figur para kandidatnya sehingga berdampak pada image positif Gerindra di Kabupaten Bogor.

Kedua, dalam melakukan promosi atau kampanye Gerindra Kabupaten Bogor memanfaatkan media offline (*door to door*) dan online (*media sosial*) dengan cara memadukan keduanya seperti contoh

para kader dan caleg dari Gerindra melakukan aktivitas *door to door* seperti melakukan silaturahmi bertemu masyarakat untuk program penerimaan bantuan, kegiatan konsolidasi wilayah dan nasional, sosialisasi bantuan korban bencana, dan lain-lain. Aktivitas tersebut dibagikan di media sosial DPC Gerindra Kabupaten Bogor guna sebagai strategi kampanye secara digital.

Ketiga, yaitu berkaitan dengan harga. Harga dalam marketing politik mencakup beberapa nilai, secara nilai ekonomi terdapat dua bentuk yaitu dana partai dan dana kampanye. Dana partai DPC Gerindra Kabupaten Bogor berasal dari APBD tahun anggaran 2020 sebesar Rp.1426.645,00. Besaran dana partai tersebut dialokasikan untuk pembinaan politik seperti pembinaan kaderisasi dan kegiatan konsolidasi antar caleg Gerindra mulai dari tingkat DPR-RI, DPRD tingkat provinsi dan kabupaten/kota se-Kabupaten Bogor. Sedangkan untuk dana kampanyenya dikembalikan kepada masing-masing calon anggota legislatif yang akan bersaing ditiap daerah pemilihannya. Besaran nominal dana kampanye tidak bisa disamaratakan karena adanya perbedaan karakteristik ditiap daerah pemilihan. Kemudian untuk nilai psikologis, bahwa masyarakat tertarik memilih Gerindra karena adanya rasa kesamaan yang melekat di hati masyarakat dari segi etnis, suku dan agama.

Keempat, berkaitan dengan cara pendistribusian produk politiknya. Gerindra Kabupaten Bogor memanfaatkan strukturisasi internal partainya untuk mendongkrak suara dari pusat hingga ke akar rumput. Struktur kepengurusan Partai Gerindra terdiri atas DPP, DPW, DPD, DPC, dan DP-rt.

Kelima, sebelum dilakukannya strategi bauran *marketing-mix* 4P yang sudah dijelaskan diatas Gerindra Kabupaten Bogor juga melakukan strategi pendekatan pasar lewat segmentasi demografis berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan kelas sosial serta berdasarkan segmentasi geografis untuk menentukan perilaku pemilih. 12 sayap yang dimiliki oleh Gerindra menjadi strategi untuk

penyebaran produk politik ke semua segmen. Untuk *targeting* Gerindra Kabupaten Bogor menargetkan masyarakat muslim sebagai sasaran utama untuk menjaring suara. Yang terakhir ialah *positioning* dimana Gerindra Kabupaten Bogor memposisikan dirinya sebagai partai yang dekat dengan agama Islam serta menjadi partai yang sengaja didirikan untuk mengusung calon presiden.

*Segmentation, targeting dan positioning* menjadi strategi yang paling menentukan dalam kemenangan Partai Gerindra di Kabupaten Bogor. Hal ini dikarenakan melalui segmentasi, penargetan, dan penempatan yang tepat, Gerindra Kabupaten Bogor dapat merencanakan strategi kampanye yang lebih terarah, efisien, dan berhasil. Dengan memahami pemilih mereka dengan lebih baik, partai politik dapat menyampaikan pesan yang lebih tepat, relevan, dan persuasif kepada segmen pemilih yang dituju. Hal ini memungkinkan untuk mempengaruhi preferensi dan perilaku pemilih, memperoleh dukungan, dan mencapai tujuan politik dalam suatu pemilihan.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Praktis**

Pemilih seharusnya tidak terperangkap oleh faktor-faktor seperti popularitas, isu politik, dan iklan politik dari sebuah partai tanpa mempertimbangkan hal-hal lain. Pemilih harus mengevaluasi apakah sosok tersebut memiliki kemampuan, kepercayaan, dan kontribusi yang positif terhadap negara dimana hal ini dapat dilakukan dengan cara tidak mudah untuk menerima informasi tanpa adanya pengecekan terlebih dahulu. Pemilih sebaiknya memilih figur politik yang memiliki integritas tinggi, kredibilitas, kepercayaan, dan kompetensi dalam memimpin negara. Faktor-faktor tersebut harus dipertimbangkan agar pemimpin yang terpilih benar-benar mampu membawa kemajuan bagi bangsa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, pemilih juga sebaiknya tidak hanya ikut-ikutan atau dipaksa oleh pihak-pihak tertentu saat memilih partai politik. Pilihan harus didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan diimbangi oleh hati nurani, sehingga dapat meningkatkan kualitas Pemilu di Indonesia.

### **5.2.2 Saran Teoritis**

Diperlukan penelitian lebih lanjut bagi para peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa. Namun, disarankan agar fokus penelitian dapat mengarah pada strategi individu atau kandidat yang terpilih. Tujuannya adalah untuk menggali strategi yang diterapkan oleh individu tersebut sehingga dapat memberikan pemahaman baru atau sudut pandang yang berbeda terkait teori yang digunakan. Dengan demikian, institusi atau individu dapat diteliti menggunakan teori yang sama.