

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Pemilihan anggota legislatif DPD RI di daerah pemilihan Jawa Barat membuktikan bahwa strategi marketing politik yang dijalankan oleh Oni Suwarman dalam meraih suara terbanyak berhasil mendapatkan suara terbanyak pada pemilihan umum serentak tahun 2019. Model strategi marketing politik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator *Pull Marketing*, *Push Marketing*, dan *Pass Marketing*.

Oni Suwarman sudah memiliki latar belakang sebagai seniman sunda yang aktif selama lebih dari 15 tahun. Beliau bergabung kedalam grup lawak SOS bersama Sule dan Ogie, yang mana Sule merupakan pelawak terkenal sehingga hal tersebut ikut mengangkat nama Oni Suwarman.

Kedua, implementasi nyata dari *Pull Marketing* ialah tim sukses yang sudah dibentuk ditugaskan untuk melakukan 'serangan udara'. Yang dimaksudkan ialah para tim sukses intens melakukan kampanye melalui televisi maupun media sosial seperti Instagram. Berlatarbelakang seniman yang kuat dan juga didukung dengan *image* beliau yang kocak, dalam melakukan kampanye seperti memposting video perempuan-perempuan Rusia yang memakai atribut kampanye Oni Suwarman.

Ketiga, sebagai implementasi nyata dari *Push Marketing*, tim sukses yang bertugas menginformasikan kepada Oni Suwarman apabila terdapat undangan ke suatu tempat sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat, dan melaporkan hasil perolehan suara di setiap kabupaten atau kota.

Keempat, sebagai implementasi nyata dari *Pass Marketing*, ialah seniman-seniman sunda membantu memperkenalkan Oni Suwarman sebagai calon anggota DPD RI Provinsi Jawa Barat. Selain itu, secara tidak langsung nama besar Sule sebagai teman satu grup lawaknya membantu beliau berkenalan dengan masyarakat Jawa Barat. Dari ketiga masyarakat Jawa Barat yang dipilih secara acak dari kedua kota dengan perolehan suara terbanyak mengakui bahwa mereka mengenal Oni Suwarman sebagai pelawak yang satu grup bersama Sule.

Dari keempat poin yang dijelaskan, indikator yang paling membantu mengangkat Oni Suwarman dalam memenangkan kursi Anggota DPD RI Provinsi Jawa Barat untuk kedua kalinya dalam pemilihan umum serentak tahun 2019 ialah indikator *Pass Marketing*.

V.2 Saran

Saran yang pertama ialah untuk tim sukses Bapak Oni Suwarman, agar menjaga komitmen dengan para seniman Sunda dan selalu memberikan perhatian baik dalam masa kampanye dan selalu menjaga tali silaturahmi yang erat. Hal ini dilakukan agar para seniman Sunda ini tidak merasa hanya dimanfaatkan saat kampanye saja dan merasa dirangkul sebelum masa pencalonan maupun sesudah berhasil meraih kursi anggota legislatif.

Saran yang kedua ialah, perlu dikembangkan lagi sarana media sosial untuk kepentingan kampanye atau sekedar menyapa dan memperkenalkan diri ke masyarakat sehingga tidak lagi hanya *hype* di Instagram, namun mencakup juga media sosial lainnya yang sedang disenangi dikalangan masyarakat seperti twitter sehingga memungkinkannya kelompok-kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau menjadi mengenal atau hanya sekedar *aware* terhadap calon anggota tersebut.

Penulis juga menyarankan untuk peneliti-peneliti yang mengambil tema strategi marketing politik, yang akan datang agar menggunakan jenis dan metode penelitian yang berbeda seperti dilakukan dengan metode kuantitatif sehingga dapat lebih mendalam sebagai bahan evaluasi untuk memperdalam teori marketing politik, agar dapat menciptakan penelitian yang lebih baik lagi dengan cangkupan yang lebih luas dan narasumber yang bervariasi, melalui tokoh-tokoh masyarakat yang memiliki prestasi namun bukan seorang tokoh yang terkenal.