

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada lingkup dunia politik banyak sekali persaingan yang bisa dikatakan sangat ketat, maka dari itu diperlukan adanya sebuah rencana atau strategi yang digunakan akan suatu partai atau kandidat untuk mencapai tujuan politiknya. Partai Amanat Nasional (PAN) dalam hal ini menerapkan strategi marketing sonic branding dalam kampanye pemilu legislatif tahun 2024 di DKI Jakarta dengan tujuan untuk meningkatkan elektabilitas dan keterwakilan politik mereka di parlemen. Penggunaan teori kampanye dan konsep partai politik serta branding politik pun turut serta berperan disini. PAN menggunakan pengoptimalan strategi ini untuk memperkuat pesan kampanye mereka, menciptakan pengenalan yang lebih tinggi di kalangan pemilih, dan membangun koneksi emosional yang kuat dengan audiens. implementasi serta eksekusi penggunaan strategi sonic branding yang digunakan oleh PAN dalam pemilihan legislatif tahun 2024 dilakukan dengan cermat dan sistematis berkat adanya teori kampanye, dengan mengidentifikasi pemilih yang nantinya memudahkan integrasi elemen audio ke dalam berbagai saluran komunikasi, sehingga dapat memastikan kehadiran yang konsisten di acara-acara kampanye, dan tidak lupa menggunakan teknologi untuk memantau dan menyesuaikan strategi, hal ini berhasil menciptakan kampanye yang kuat dan mempengaruhi masyarakat.

Strategi sonic branding ini pun cukup membantu PAN untuk menjangkau berbagai segmen pemilih di Jakarta yang beragam. Dengan adanya pengembangan jingle kampanye PAN di DKI Jakarta menjadikan bagaimana strategi sonic branding dengan konsep branding politik dapat digunakan secara efektif dalam kampanye politik untuk meningkatkan elektabilitas. Dengan menggabungkan riset yang mendalam, mulai dari berkolaborasi dengan profesional musik, dan pendekatan yang berfokus

untuk memotivasi pemilih, PAN berhasil menciptakan sebuah jingle yang tidak hanya menarik dan mudah diingat tetapi juga mampu menyampaikan pesan politik dengan jelas dan efektif untuk kedepannya. Karena dari rancangan elemen suara yang menarik memudahkan untuk penggunaan berbagai genre musik atau pengucapan tagline dalam beberapa bahasa daerah yang umum Khususnya di daerah Jakarta.

Penggunaan strategi marketing sonic branding menjadi sangat efektif karena integrasinya dengan strategi komunikasi lainnya. PAN bukan hanya mengandalkan elemen audio, tetapi juga memastikan bahwa pesan suara ini selaras dengan visual, teks, dan kegiatan lapangan mereka, adanya peningkatan elektabilitas, interaksi media sosial, dan partisipasi pemilih dalam acara kampanye adalah bukti bahwa penerapan sonic branding ini cukup berhasil menarik perhatian dan dukungan pemilih di DKI Jakarta. Efektivitas dari penggunaan strategi sonic branding ini tercermin dalam peningkatan partisipasi dan dukungan dari pemilih muda, dengan penggunaan jingle dan elemen audio yang segar dan inovatif menarik minat generasi milenial dan Gen Z, yang merupakan kelompok demografi penting dalam pemilu, ditambah banyaknya konten yang menarik dan relevan, PAN dalam hal ini berhasil menarik perhatian dan dukungan dari kelompok pemilih ini, yang berkontribusi pada peningkatan suara mereka di DKI Jakarta, adanya konsep branding dan partai politik ini cukup penting untuk membantu meningkatkan daya tarik dan daya ingat pemilih terhadap PAN.

Secara keseluruhan, penggunaan dan penimplementasian strategi sonic branding oleh PAN terbukti sangat efektif dalam meningkatkan elektabilitas dan keterwakilan politik partai di parlemen, dengan adanya pengembangan jingle kampanye, kemudian adanya konsistensi penggunaan elemen di berbagai platform memberikan sebuah dampak positif dengan adanya koneksi emosional yang tercipta dari para pemilih sehingga para pemilih akan memberikan feedback terhadap PAN, Terlihat dengan keberhasilan PAN dalam pemilu legislatif tahun 2024 yang menunjukkan bahwa inovasi dari penggunaan dan penerapan strategi kampanye dapat memberikan hasil yang signifikan. Upaya penggunaan teori kampanye serta konsep parti politik dan branding politik dalam strategi marketing sonic branding, nyatanya

mampu untuk menjangkau dan mempengaruhi pemilih dengan cara yang lebih efektif dibandingkan metode kampanye tradisional. Penerapan serta penggunaan strategi yang terintegrasi dan inovatif, membuktikan bahwa PAN berhasil menarik lebih banyak dukungan dari pemilih, memperkuat posisi mereka dalam lanskap politik, dan meningkatkan jumlah kursi mereka di parlemen, keberhasilan PAN dalam menggunakan sonic branding juga terlihat dari peningkatan partisipasi pemilih muda, dengan menunjukkan respons positif terhadap pendekatan audio yang segar dan inovatif. Dengan keberhasilan ini bukan tidak mungkin akan memberikan landasan yang kuat bagi PAN untuk terus berkembang dan meningkatkan pengaruh mereka khususnya dalam wilayah DKI Jakarta di kontestasi politik yang akan datang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka muncul beberapa saran yang terbagi menjadi saran praktis dan saran teoritis, yaitu:

1. Saran Praktis

Apabila ingin meningkatkan efektivitas strategi sonic branding di masa mendatang, Partai Amanat Nasional (PAN) perlu mengembangkan pendekatan yang lebih komprehensif dan terintegrasi. Partai ini harus terus melakukan sebuah riset yang mendalam mengenai preferensi audio audiensnya, kemudian PAN perlu meningkatkan penggunaan data analitik, yang nantinya bertujuan untuk melacak metrik seperti jumlah pemutaran dari audio yang digunakan, durasi yang didengar oleh para audiens, dan feedback atau respon yang diberikan audiens, penerapan data ini akan digunakan untuk mengoptimalkan elemen audio dan strategi marketing sonic branding di masa yang akan datang.

Penerapan salah satu teknologi terbaru seperti audio augmented reality atau yang biasa dikenal dengan sebutan (AR) dan 3D audio untuk kedepannya dapat digunakan oleh partai ini dalam strategi marketing sonic branding untuk menciptakan pengalaman yang lebih berkesan dan mendalam bagi audiens, karena dengan

menggunakan teknologi AR ini pada aplikasi kampanye partai itu akan menjadikan sebuah hal baru dan pastinya akan menarik minat masyarakat.

2. Saran Teoritis

Kepada peneliti lain yang ingin atau akan meneliti penelitian sejenis dapat mencoba membandingkan strategi yang digunakan partai politik satu dengan partai politik yang lain untuk mendapatkan hasil yang lebih luas, kemudian dapat mengembangkan teori serta konsep yang nantinya dapat menjawab mengenai rumusan masalah yang muncul dan perlu juga untuk melakukan riset mengenai pengembangan serta evaluasi dari strategi marketing sonic branding ini.