

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi *marketing* politik Wibi Andrino Partai NasDem dalam Pemilihan Legislatif tahun 2024 di Dapil VII Jakarta, Wibi Andrino berhasil menerapkan strategi *marketing* politik konvensional dan digital sehingga Wibi Andrino memperoleh suara terbanyak kedua di kecamatan Cilandak, Setiabudi, Kebayoran Baru, Kebayoran Lama dan Kecamatan Pesanggrahan. Strategi konvensional merupakan indikator utama kemenangan Wibi Andrino dengan didukung strategi digital sehingga Partai NasDem berhasil memperoleh 10 kursi di DPRD Provinsi DKI Jakarta.

Strategi *marketing* politik konvensional Wibi Andrino yang paling berhasil adalah strategi *marketing* politik melalui kegiatan Sapa Warga Jakarta Selatan. Kegiatan tersebut dinilai berhasil untuk menyentuh pemilih secara langsung dan mengetahui permasalahan yang terjadi, sehingga Wibi Andrino dapat membangun kedekatan secara emosional dengan pemilihnya. Selain itu strategi *marketing* politik Sapa Warga Jakarta di dukung oleh beberapa strategi sebagai berikut: Pertama, strategi *marketing* politik melalui program aduan Lapor Bang Wibi, yang dimana merupakan realisasi masalah terkait bantuan sarana dan prasarana maupun administrasi yang membuat strategi tersebut meningkatkan citra positif sebagai caleg muda yang solutif. Kedua, melalui bazar sembako murah atau tebus murah sembako yang dapat menjangkau target pemilih yaitu ibu rumah tangga yang memiliki permasalahan terkait naiknya kebutuhan pokok. Ketiga, kegiatan Jumat Berkah yang merupakan kegiatan rutin membagikan sarapan atau makan siang di Dapil VII secara bergantian, kegiatan ini menjadi momen rutin Wibi Andrino untuk menyapa dan berinteraksi dengan masyarakat secara informal yang sudah dilakukan sejak periode pertama menjabat hingga saat ini.

Selain strategi kampanye konvensional, Wibi Andrino turut melakukan kampanye digital sebagai pendukung *marketing* politik dalam meningkatkan citra atau *branding* di media sosial. Wibi Andrino menggunakan Instagram @wibiandrino @bangwibi_jkt sebagai media sosial utama untuk menjangkau

pemilih pemula, anak muda, dan *swing voters*. Akun tersebut menampilkan kehidupan pribadi, konten edukasi, serta dokumentasi kinerja legislatif Wibi Andrino. Selain itu, Wibi Andrino juga memiliki akun Facebook @wibiandrino dan Tiktok @wibiandrino86 yang turut dimanfaatkan sebagai kampanye digital meskipun penggunaannya tidak terlalu masif seperti Instagram. Sebagai partai pengusung, Partai NasDem melalui Instagram @nasdem.jakarta turut membagikan profil Wibi Andrino, namun postingan tersebut bersifat umum dan disertai profil caleg selain Wibi Andrino.

Dalam memperluas basis dukungan, Wibi Andrino menjalin relasi dengan organisasi, komunitas, dan politisi untuk menyebarluaskan visi-misi. Terdapat beberapa organisasi yang memberi dukungan kepada Wibi Andrino, diantaranya Majelis Betawi Indonesia, Karang Taruna salah satunya di Kelurahan Ulujami, Selatan Bersama, dan dukungan politisi Anies Baswedan. Dalam hal ini, Wibi Andrino berusaha meningkatkan kredibilitas terhadap nilainya sebagai caleg muda melalui pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat. Melalui Haji Abu Bakar Sadeli, Majelis Betawi Indonesia, Karang Taruna Kelurahan Ulujami, dan Selatan Bersama, Wibi Andrino dapat menjangkau dukungan hingga akar rumput dan menjangkau pemilih muda.

Berdasarkan temuan tersebut, sejalan dengan analisis Philip Kotler bahwa keberhasilan pemasaran politik adalah kandidat dapat memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pemilih. Kandidat politik harus menciptakan produk politik yang menghasilkan nilai serta manfaat bagi masyarakat. Dalam *marketing* politik dibutuhkan ikatan sosial maupun emosional antara pemilih dengan kandidat tersebut, serta produk maupun layanan yang diberikan kepada konstituennya harus memiliki orientasi jangka panjang. Dengan demikian, strategi *marketing* politik harus mampu menjangkau dan menciptakan loyalitas pemilih hingga berdampak pada pemberian dukungan terhadap kandidat tersebut.

Maka, dapat disimpulkan bahwa Wibi Andrino mengkombinasikan *push*, *pull*, dan *pass* strategy dalam bentuk kampanye konvensional dan kampanye digital. *Push* dan *pass strategy* dengan melakukan kampanye konvensional masih menjadi strategi utama yang dilakukan Wibi Andrino. Sebagai caleg muda, pemanfaatan strategi digital sudah pasti dilakukan untuk menunjang informasi kampanye.

Dengan demikian, Wibi Andrino berhasil merancang strategi serta mengintegrasikannya untuk memaksimalkan peluang terhadap dukungan pada Pileg 2024 di Dapil VII.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan yaitu pertama kepada Wibi Andrino agar merawat hubungan dan kepercayaan masyarakat Dapil VII secara berkelanjutan melalui kinerja legislatif. Meskipun masa Pemilu telah berakhir, Wibi Andrino harus tetap berkomitmen dalam merawat konstituen dengan transparansi dan akuntabilitas terhadap pelayanan, pemerataan kesejahteraan masyarakat. Sebagai politisi muda, Wibi Andrino diharapkan dapat mengembangkan strategi atau ide yang lebih inovatif secara konvensional maupun digital yang dapat menjangkau pemilih muda, hal ini ditujukan untuk memperkuat citra sebagai representasi generasi muda.

Sebagai politisi, Wibi Andrino harus berkomitmen dan aktif dalam mendorong kebijakan publik. Permasalahan pendidikan, ekonomi, kesehatan, lingkungan, kemacetan dan lainnya yang merupakan masalah krusial bagi masyarakat DKI Jakarta, sehingga Wibi Andrino diharapkan tetap aktif mengakomodir masalah tersebut hingga menghasilkan suatu kebijakan atau Peraturan Daerah yang bermanfaat untuk masyarakat DKI Jakarta. Maka, dengan hal tersebut menjadi bukti bahwa Wibi Andrino memaksimalkan fungsi legislatifnya, dan memperkuat nilai serta citra sebagai politisi muda yang solutif.

Keberhasilan *marketing* politik pada Pemilu 2024 agar dapat menjadi bahan evaluasi bagi Wibi Andrino dan tim pemenangan untuk meningkatkan peluang. Wibi Andrino dapat meningkatkan manajemen kampanye dengan pembinaan kaderisasi tim atau relawan, dan menambah jumlah relawan hingga akar rumput. Persiapan secara matang dalam pemenangan Pemilu bertujuan untuk memperluas wilayah basis dukungan pada pemilihan elektoral selanjutnya.

Kemudian, saran yang kedua ditujukan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan model teoritis *marketing* politik yang dilakukan calon legislatif dari partai politik lainnya di wilayah yang sama, dengan tujuan mendapatkan perspektif berbeda dalam inovasi strategi politik yang dilakukan. Peneliti selanjutnya yang

akan menggunakan analisis *marketing* politik disarankan dapat mengembangkan metode penelitian yang berbeda. Metode yang dapat dikembangkan misalnya melalui penggunaan metode kuantitatif dengan mengintegrasikan data untuk menghasilkan penelitian yang lebih luas mengenai konteks pemilihan umum di Jakarta.