

## **BAB IV PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian ini *pertama*, mengenai *marketing politic*. Sebagai kerja-kerja politik yang dilakukan oleh masing-masing calon dalam mengikuti kontestasi politik, empat hal elemen dalam *marketing politic* umumnya telah dilakukan oleh para calon. Seperti dalam hal (1) produk, mereka mencoba membentuk pribadi yang dekat dengan masyarakat dengan membawa narasi-narasi yang meyakinkan. (2) Promosi, dari produk politik yang telah ada para calon kemudian mempromosikan diri mereka masing-masing dengan meyakinkan masyarakat bahwa mereka mampu mewakili kepentingan-kepentingan masyarakat. (3) Harga, yaitu baik berupa materi ataupun immaterial. Materi seperti uang calon yang digunakan dalam prosedural pencalonan dan dana-dana untuk memobilisasi pemilih. Immaterial adalah psikologis seperti rasa simpati pemilih kepada calon. Namun dalam prakteknya dilapangan sang calon untuk mendapatkan simpati masyarakat sehingga digambarkan baik, juga terdapat adanya mengeluarkan uang semisal untuk pembangunan mesjid dan jalan. (4) Tempat-tempat yang dituju dalam melakukan *marketing politic* adalah kelompok-kelompok masyarakat seperti kelompok pengajian, kelompok petani, kelompok buruh, kalangan PNS dan tokoh-tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh.

*Kedua*, klientelisme politik adalah penjelmaan dari hubungan jejaring sosial. Jejaring tersebut didapatkan dari orang tua keempat anggota DPRD muda tersebut. Maka tergambarkan bahwa, jejaring yang telah ada diwariskan kepada

anaknya sehingga keempat calon ini tinggal melanjutkan. Jejaring inilah yang menguntungkan dalam proses *marketing politic*. Terdapatnya caleg muda tidak terpilih yang walaupun dari kalangan *elite politic* di daerah adalah karena *marketing politic* yang tidak maksimal dilakukan. Maka dari hal tersebut, dalam keterpilihan keempat caleg muda Zaki, Nurkholis, Tubagus dan Nova ini adalah disebabkan oleh *marketing politic* dan pemanfaatan *klientelisme politic* secara maksimal. Selain itu, segmentasi politik yang tidak lengkap dilakukan dapat tertutupi dengan praktik *money politic*.

#### 4.2 Saran

*Petama*, saran untuk calon legislatif muda terpilih agar mampu menepati janji-janji politik yang telah dilakukan ketika melakukan kampanye politik. Karena dengan seperti itulah masyarakat akan semakin percaya dan yakin kepada para wakilnya dipemerintahan. Kepercayaan masyarakat tersebutlah yang juga akan berpengaruh terhadap karir politik keempat anggota legislatif muda di Kabupaten Tanjung Jabung Barat di masa depan.

*Kedua*, kepada para calon legislatif muda yang belum terpilih hendaknya belajar dari empat calon yang terpilih tersebut. Bagaimana memanfaatkan klientelisme menjadi menguntungkan saat digunakan dalam berpolitik dan kerja-kerja pada saat melakukan *marketing politic*. Karena kedua hal tersebut yang dilakukan secara maksimal yang menjadi penyebab kuat keempat calon muda Zaki, Nurkholis, Tubagus dan Nova terpilih.