

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi marketing politik yang dilakukan Partai Gerindara dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kabupaten Sijunjung Tahun 2019 lalu yaitu melalui beberapa mekanisme, Partai Gerindra Sijunjung melakukan kerja-kerja marketing politik dengan cara. Pertama, strategi rekrutment calon. Kedua, melihat figur. Ketiga, DPC Gerindra Sijunjung melakukan pencalonan dini. Keempat, strategi sosialisasi. Kelima, Strategi komunikasi. Penerapan strategi marketing politik yang dilakukan oleh Partai Gerindra terbukti dapat mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihannya, Partai Gerindra Sijunjung berhasil menjadi partai pemenang pada pileg 2019 lalu dan menjadi pimpinan DPRD Kabupaten Sijunjung.
2. Urgensi marketing politik Gerindra Sijunjung pada pileg 2019 lalu yaitu dengan melakukan segmentasi. Segmentasi sangat penting bagi partai politik, dengan melakukan segmentasi partai politik akan mampu memetakan perilaku politik masyarakat di daerah-daerah pemilihan masing-masing, hal ini tentu akan memudahkan partai politik dalam menyusun strategi kampanye. Pemetaan politik yang dilakukan Gerindra Sijunjung berdasarkan identitas kesukuan masyarakat yang ada di setiap kecamatan hingga pengelompokan politik

berdasarkan keagamaan. Semua dilakukan secara komprehensif oleh DPC beserta caleg-caleg Partai Gerindra yang akan bertarung dalam pileg Kabupaten Sijunjung tahun 2019 lalu. Cara yang ditempuh adalah dengan melakukan analisis terhadap daerah-daerah yang ada di Kabupaten Sijunjung. Karena kearifan lokal di tiap daerah berbeda, begitu pula juga dengan kebutuhan masyarakat di tiap daerah akan berbeda.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

Partai politik adalah wadah bagi masyarakat untuk masuk dalam dunia pemerintahan. Jadi, dalam proses rekrutmen agar benar-benar sesuai dengan UU dan tidak menerima uang sebagai sogokan. Pemahaman masyarakat terhadap partai politik yang cenderung masih minim pemahaman politik bahkan tidak memahami politik, khususnya pemahaman tentang Pileg dan lembaga Legislatif. Oleh karena itu, parpol harus hadir untuk memberikan pemahaman politik terhadap masyarakat.

Pemilu legislatif merupakan suatu bentuk pemilihan wakil rakyat secara langsung. Maka dalam hal ini, partai beserta produk baik itu program yang ditawarkan serta kandidat haruslah benar-benar disiapkan dengan strategi yang dibuat untuk mengenalkan, mendekatkan, serta memperhatikan kebutuhan masyarakat sehingga mampu menghasilkan adanya kepercayaan dari masyarakat.

Perlu dilakukan suatu pendekatan lewat adanya pertimbangan segmentasi, targeting, dan juga positioning agar lebih mendapatkan spesifikasi yang lebih jelas

di kalangan masyarakat, sehingga setiap unsur dapat tersentuh oleh partai. Hal ini nantinya akan membantu dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat karena melihat usaha partai.