

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Strategi komunikasi DPW Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Jambi dalam membangun *brand awareness* pada masyarakat Jambi meliputi strategi membangun *brand recall* dengan cara melakukan pemasaran politik secara langsung dengan terlibat aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan dan komunikasi tidak langsung dengan memanfaatkan media, serta politik menggunakan nama *public figure*, strategi membangun *Brand recognition* dengan cara mensosialisasikan karakteristik PSI, strategi membangun *Purchase decision* dengan cara melakukan sosialisasi, melibatkan dan berbaur dengan kelompok minoritas, dan menetapkan program kerja sesuai dengan kebutuhan masyarakat, selanjutnya strategi membangun *Consumption* dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan yang langsung berhubungan dengan masyarakat.
2. Kendala yang dihadapi oleh DPW Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Jambi dalam membangun *brand awareness* pada masyarakat Jambi isu negative tentang PSI sebagai partai non muslim dan etnis tertentu yang tersebar di tengah masyarakat Jambi, serta budaya politik masyarakat berupa asumsi bahwa partai politik lama memiliki kemampuan yang lebih baik dibanding dengan partai politik baru dan

sebagian besar masyarakat dalam menentukan pilihan partai cenderung mengikuti pilihan orang-orang sebelumnya dan orang-orang terdekat.

4.2. Saran

Saran dari penelitian ini adalah:

1. Diharapkan kepada DPW PSI Jambi untuk terus melakukan strategi-strategi yang tepat dan sesuai kebutuhan masyarakat agar PSI sebagai partai baru dapat membangun *brand awareness* pada masyarakat Jambi.
2. Diharapkan kepada masyarakat Jambi agar lebih bersikap terbuka dengan keberadaan partai politik baru, karena belum tentu partai politik baru tidak memiliki program yang lebih baik dibanding partai lama.