

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan terkait Strategi Pemenangan Jumadi pada pemilihan legistalif tahun 2024 yang menggunakan teori marketing politik oleh Niffenegger Program 4P maka dapat disimpulkan

Jumadi adalah seorang pengusaha sukses yang belum memiliki reputasi politik dibandingkan calon pertahana lainnya di dunia politik dan bukan berasal dari keluarga yang aktif dalam dunia politik, karena kedua orang tuanya merupakan petani sukses di Kabupaten Kerinci. Namun, Jumadi berhasil meraih kepercayaan masyarakat, khususnya di Kecamatan Kayu Aro Barat, yang dibuktikan dengan perolehan suara terbanyak di Dapil II Kabupaten Kerinci. Dalam pelaksanaan marketing Politik produk jumadi adalah membangun sumber daya manusia melalui peningkatan infrastruktur pertanian,tujuannya untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas pertanian yang pada gilirannya dapat mendukung kesejahteraan masyarakat dan menjalin kedekatan dengan masyarakat melalui komunikasi langsung untuk memahami kebutuhan serta mendengarkan aspirasi dan keluhan masyarakat, yang kemudian ia sampaikan kepada pemerintah dan memiliki visi misi akrab, cepat dan tanggap. Jumadi juga mempromosikan produknya secara turun langsung ke lapangan dan dibantu dengan tim pemenang dan Partai Politik dengan memasang Baliho dan pembuatan Kalender serta melalui media sosial. Jumadi dilihat dari citra positifnya sebagai harga dalam

pencalonan yaitu Sebelum menjadi anggota legislatif, Jumadi dikenal sebagai kepala desa yang responsif dan peduli, aktif membantu masyarakat di Dapil II dalam memenuhi kebutuhan penting mereka, bahkan sebelum memiliki posisi resmi di DPRD, Dan Jumadi melakukan pemetaan pemilih melalui tim pemenangan dan mesin politik Partai Golkar yang berperan dalam memastikan sosialisasi berjalan efektif, terutama di basis utamanya, Kecamatan Kayu Aro Barat. Selain itu, dukungan dari keluarga Jumadi, baik melalui interaksi langsung dengan masyarakat maupun pemanfaatan media sosial, semakin menguatkan posisinya di Dapil II.

4.2 Saran

1. Komunikasi merupakan cara penting untuk lebih saling mengenal antara yang mencalonkan diri dan yang memilih. Membantu masyarakat tak harus disaat kampanye saja, berbuat baik kapanpun supaya masyarakat dapat melihat ketulusan hati calon wakil rakyatnya. Sehingga penulis berharap lebih banyak lagi caleg yang memang tulus dalam membantu masyarakat bukan sekedar mengharapkan imbalan berupa suara.
2. Kepada Jumadi, anggota legislatif terpilih sebagai perwakilan rakyat Dapil II, penulis menyarankan agar seluruh program yang dijanjikan selama masa kampanye dapat direalisasikan. Selain itu, penting untuk terus mempertahankan kepercayaan masyarakat yang telah memberikan dukungan signifikan, serta berupaya membawa perubahan yang berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat Kabupaten Kerinci, khususnya di Dapil II.

3. Untuk mahasiswa Ilmu Politik Penelitian ini dapat diperluas dengan menggali lebih dalam motivasi Jumadi untuk beralih dari jabatan kepala desa ke anggota DPRD. Pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan Jumadi, keluarga, dan tokoh masyarakat dapat memberikan perspektif baru terkait keputusan strategis tersebut.