

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil pembahasan tentang Strategi Politik *Push* dan *Pass* Dalam Kemenangan Anggota DPRD Terpilih Partai Amanat Nasional Di Kabupaten Manggarai Tahun 2019 (Studi Kasus Kemenangan Magdalena Manul dan Ursula Anur, penulis menyimpulkan bahwa Kemenangan Magdalena Manul dan Ursula Anur tidak terlepas dari pengaruh strategi *push marketing* berupa pemaparan janji politik, membangun kedekatan emosional dengan masyarakat lewat kegiatan sosial dan terlibat dalam bakti sosial serta *pass marketing* pelibatab tokoh masyarakat dan tokoh adat dalam kampanye politik. Adapun rincian kesimpulannya sebagai berikut :

#### **6.1 Kesimpulan**

##### **6.1.1 Strategi *Push Marketing***

Strategi *Push Marketing* yang dimaksud adalah strategi politik yang digunakan Magdalena Manul Dan Ursula Anur dalam pemilihan legislatif 2019 Di Kabupaten Manggarai berupa pemaparan janji-janji politik, membangun kedekatan emosional dengan masyarakat dan bakti sosial.

##### **A. Pemaparan Janji-Janji Politik**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Janji Politik telah diikrarkan oleh kedua Anggota DPRD Perempuan terpilih dari PAN Magdalena Manul dari Dapil II dan Ursula Anur terpilih dari Dapil III pada Pemilu tahun 2019 di Kabupaten Manggarai. Janji-janji politik keduanya disesuaikan dengan isu yang didengar dari para pendukung mereka yang ada di wilayah Dapil mereka seperti

peningkatan sarana prasarana pendidikan, pembangunan sarana air bersih (pipanisasi), pembangunan infrastruktur jalan dan bantuan UKM

#### **B. Membangun Kedekatan Emosional Dengan Masyarakat**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dalam membangun kedekatan emosional dengan masyarakat Magdalena Manul dan Ursula Anur selalu terlibat langsung dalam kegiatan yang bersifat sosial ditengah masyarakat seperti dalam acara pesta sekolah (*wuat wai*), acara sambut baru, acara pernikahan dan acara kematian.

#### **C. Bakti Sosial**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Magdalena Manul dan Ursula Anur dalam merapatkan kekerabatan, kebersamaan, serta untuk membangun dan mempererat hubungan kekeluargaan dengan masyarakat yang ada di Dapil II dan III adalah terlibat dalam kegiatan bakti sosial seperti pembersihan di lingkungan gereja/kapela, gotong royong memperbaiki jalan rusak dan membersihkan lingkungan sedangkan apabila berhalangan akan diwakili oleh tim sukses untuk menghadiri kegiatan bakti sosial tersebut dengan membawakan sumbangan uang atau makanan dan minuman.

#### **6.1.2 Strategi *Pass Marketing***

Strategi *Pass Marketing* yang dimaksud adalah strategi politik yang digunakan Magdalena Manul Dan Ursula Anur dalam pemilihan legislatif 2019 Di Kabupaten Manggarai berupa kampanye melibatkan tokoh masyarakat dan tokoh adat. Strategi *Pass maketig* dianalisis menggunakan indikator sebagai berikut:

#### **A. Kampanye melibatkan tokoh masyarakat**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Magdalena Manul dan Ursula Anur menggunakan Tokoh Masyarakat sebagai juru kampanye lebih didasarkan pada pertimbangan politik terutama segi ketokohnya dalam masyarakat sehingga memobilisasi dan mengumpulkan masa serta memudahkan kerja-kerja politik keduanya selama kampanye ditengah luas dan besarnya wilayah Dapil II dan III Kabupaten Manggarai

#### **B. Kampanye melibatkan Tokoh Adat**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Magdalena Manul dan Ursula Anur menggunakan Tua Golo atau Tokoh Adat sebagai juru kampanye di Dapil II dan Dapil III lebih didasarkan pada pertimbangan politik dalam sosio masyarakat Manggarai mempercayai bahwa Tua Golo adalah pemimpin yang menjadi panutan di tengah masyarakat.

### **6.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas berkaitan dengan Strategi Politik *Push* dan *Pass* Dalam Kemenangan Anggota DPRD Terpilih Partai Amanat Nasional SDi Kabupaten Manggarai Tahun 2019 dalam Kemenangan Magdalena Manul Dan Ursula Anur, maka disarankan atau direkomendasikan yaitu:

- a).Kedepanya kepada Magdalena Manul dan Ursula Anur agar lebih banyak lagi menggali, mendengarkan dan memperjuangkan aspirasi masyarakat yang ada di Dapil II dan Dapil III lewat kegiatan reses.

b) Kedepannya bagi Tua Golo agar jangan terlibat dalam politik praktis serta jangan memanfaatkan rumah adat (*mbaru gendang*) sebagai sarana untuk mendulang suara oleh aktor politik dalam momentum demokrasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Adman Nursal (2004). *Political Marketing. Strategi Memenangkan Pemilu. Sebuah pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*, Gramedia, Jakarta
- Anwar Arifin (2011) *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Ardial (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Dewi Haroen (2014). *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Firmanzah (2008). *Antara Pemahaman Dan Realitas* ,Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Lexy J. Moleong. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Maryadi, dkk. 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*. Surakarta: BP-FKIP UMS
- Miles, Huberman, dan Saldana (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press
- Miriam Budiardjo (2005) *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Nana Syaodih Sukmadinata (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nany Suryawati (2020). *Hak Asasi Politik Perempuan*. Penerbit : Ideas Publishing. Gorontalo
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Ulber Silalahi (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama

## **B. SKRIPSI TESIS DISERTASI**

Linda Rahmawati Muttaqin (2019). *Strategi Komunikasi Istri Politisi dalam pemasaran Politik dalam Upaya membantu Karir Politik Suami di Kabupaten Garut*. Jurusan Ilmu Komunikasi.Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Garut

Nur Khairunisa Sugiarto (2020). *Marketing Politik Kandidat Legislator Perempuan (Studi Kasus Terhadap Siti Aisyah Caleg Perempuan Partai Golkar Dapil VI Bekasi Depok Jawa Barat 2019)*. Magister Ilmu Politik. Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran. Bandung

Rizki Priandi dan Kholis Roisah (2019). *Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Perempuan Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia*. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* Volume 1 Nomor 1. Program Studi Magister Ilmu Hukum. Fakultas Hukum. Universitas Diponegoro. Semarang

Virginia Apriyaniceta Bouk(2018).*Analisis Strategi Push Marketing Politik Anggota Legislatif Perempuan Terpilih Dalam Pemilihan Legislatif Periode 2014-2019 Di Dapil III Kabupaten Belu* . Jurusan Ilmu Pemerintahan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Katolik Widya Mandira. Kupang.

## **C. JURNAL**

Asmaul Husna. (2017). *Analisis Political Branding Calon Kepala Daerah Dalam Pilkada Aceh 2017*. *Jurnal Komunikasi Global* Volume 6 Nomor 1. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Syiah Kuala Banda Aceh

Indriani Puspitaningtyas (2014). *Peran Konsultan Politik Dalam Pilkada Strategi Marketing Politik PolMark Indonesia dalam Memenangkan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama pada Pilkada Provinsi DKI Jakarta 2012*. *JPM : Jurnal Politik Muda* Volume 3 Nomor 1. Universitas Airlangga. Surabaya.

Mariatul Kiptiah (2019). *Motivasi Keterwakilan Perempuan dalam Politik pada Pemilu Legislatif di Kabupaten Tanah Laut*. *Jurnal Humaniora Teknologi* Volume 5 Nomor 1. JurusanTeknologiIndustriPertanian. Politeknik. NegeriTanahLaut. Kalimantan Selatan.

Sutrisno Sutrisno,et,all (2018). Komparasi Teori Marketing Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal. JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social Volume 6 Nomor 2. Universitas Medan Area.

Tri Marhaeni Pudji Astuti (2018). Citra Perempuan Dalam Politik. Yinyang : Jurnal Studi Gender dan Anak Volume 3 Nomor 1. Pusat Studi Gender STAIN Purwokerto

Wandi Syahputa, et, all (2021). Keterwakilan Politik Perempuan Dalam Lembaga Legislatif (Studi Kasus : Faktor Pemenangan Caleg Perempuan Terpilih DPRD Abdiya 2019 ). JPS : Journal of Political Sphere Volume 2 Nomor 1. Universitas Syiah Kuala Banda Aceh

Veronika Ina Assan Boro dan Alexander Efraim Tade Kale (2020). Keterwakilan Perempuan di Ranah Lokal: Studi Kasus di Kecamatan Boawae, Nusa Tenggara Timur dalam Pemilu Legislatif 2014. POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik Volume 11 Nomor 1. Magister Ilmu Politik. Universitas Diponegoro. Semarang

#### **D. UNDANG-UNDANG**

Undang-Undang Nomor 68 Tahun 1958 tentang Persetujuan Konvensi Hak-Hak Politik Kaum Wanita

Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Partai Politik

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu

#### **G. WAWANCARA**

Wawancara dengan Ibu Magdalena Manul selaku anggota DPRD terpilih dari Dapil II (Kecamatan Satarmese,Satarmese Barat,dan Satarmese Utara) Partai Amanat Nasional (PAN),pada tanggal 26 juni 2022.

Wawancara dengan Ibu Ursula Anur selaku anggota DPRD terpilih dari Dapil III (Kecamatan Lelak dan Ruteng) Partai Amanat Nasional (PAN),pada tanggal 26 juni 2022.

Wawancara dengan Bapak Edelbertus H.R Ganggut selaku sekretaris DPD PAN Kabupaten Manggarai,pada tanggal 30 juni 2022.

Wawancara dengan Bapak Matias Masir selaku Bidang Pemenangan Pemilu PAN Kabupaten Manggarai, pada tanggal 30 juni 2022.

Wawancara dengan Ibu Maria Fasti selaku tim sukses dari Ibu Ursula Anur di Kecamatan Ruteng, pada tanggal 3 juli 2022.

Wawancara dengan Bapak Carles Ahor selaku tim sukses dari Ibu Magdalena Manul di kecamatan Satarmese Barat, pada tanggal 5 juli 2022.

Wawancara dengan Bapak Yakobus Jehabur selaku masyarakat di Kecamatan Satarmese Barat, pada tanggal 7 Juli 2022

Wawancara dengan Bapak Fabianus Jegarung selaku masyarakat di Kecamatan Lelak, pada tanggal 3 Juli 2022

Wawancara dengan Bapak Florianus Udin selaku masyarakat di kecamatan Ruteng, pada tanggal 3 juli 2022

Wawancara dengan Ibu Margareta Ngajuk selaku Masyarakat di Kecamatan Ruteng, pada tanggal 7 Juli 2022

Wawancara dengan Ibu Selviana Jaiman selaku masyarakat di Kecamatan Satarmese Barat , pada tanggal 9 Juli 2022

Wawancara dengan Bapak Siprianus Hadu selaku Masyarakat di Kecamatan Ruteng, pada tanggal 11 Juli 2022

Wawancara dengan Ibu Matildis Hadun selaku masyarakat di Kecamatan Satarmese Barat, pada tanggal 13 Juli 2022

Wawancara dengan Ibu Erna Mulyati Narlin selaku masyarakat di kecamatan Satarmese Barat, pada tanggal 13 Juli 2022

Wawancara dengan Bapak Bonefasis Asa selaku Tokoh Masyarakat dan Tim Sukse Ibu Ursula Anur di Kecamatan Ruteng, pada tanggal 15 Juli 2022

Wawancara dengan Bapak Charles Ahor selaku Tokoh Masyarakat di Kecamatan Satarmese Barat, pada tanggal 5 Juli 2022

Wawancara dengan Ibu Teresia Hutri Ningsi selaku masyarakat di Kecamatan Ruteng, pada tanggal 3 Juli 2022

Wawancara dengan Ibu Emilia Iju dan Ibu Herlina Esi selaku masyarakat di Kecamatan Satarmese Barat, pada tanggal 5 Juli 2022

Wawancara dengan Bapak Siprianus Hadu selaku Tokoh Adat di Kecamatan Ruteng, pada tanggal 3 Juli 2022



Wawancara dengan Bapak Yohanes Tamur Selaku Tokoh Adat dikecamatan Satarmese,pada tanggal 11 Juli 2022

Wawancara dengan Ibu Yofita Baus dan Ibu Erna Nurya selaku Masyarakat di Kecamatan Ruteng,pada tanggal 3 Juli 2022

Wawancara dengan Ibu Wihelmina Narlin selaku masyarakat di Kecamatan Satarmese Barat,pada tanggal 11 Juli 2022