

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diuraikan pada bab V, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi politik adalah cara atau taktik yang digunakan untuk mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan. Maka untuk menghasilkan apa yang kita inginkan bagaimana kita membaca peluang yang ada.

Berdasarkan segmentasi khalayak yang dapat diketahui bahwa cara untuk membangun relasi dengan masyarakat, harus bisa membaca sasaran yang kita hadapi, jika masyarakat tersebut itu masyarakat desa, maka kata-kata yang kita sampaikan juga harus ringan dan mudah dipahami oleh masyarakat tersebut. Begitupun jika berhadapan dengan masyarakat kota, yang nota benanya adalah tingkat pendidikannya tinggi, kata-kata yang kita sampaikan jangan terlalu bertele-tele, karena masyarakat kota adalah masyarakat yang cukup rasional yang tidak menilai hanya program kerja yang dibuat, tetapi juga dia melihat tentang bagaimana figur yang akan dicalonkan.

Dalam proses penyampain pesan, menggunakan pesan secara langsung atau tatap muka, melalui dialog, jumpa pers, dan juga melalui media, dan kampanye terbuka. Dalam melakukan strategi atau taktik agama, partai dan kualitas figur juga mempunyai pengaruh untuk mempengaruhi masyarakat. Tetapi strategi yang presentasi paling tinggi untuk mempengaruhi masyarakat adalah tentang kualitas figur, tentang bagaimana latar belakang dari calon tersebut, berkaitan dengan pendidikan, jabatan yang pernah dia pegang, apakah figur yang

dialonkan pernah menjadi terpidana, serta pengalaman untuk menjadi seorang pemimpin. Tetapi dari strategi yang digunakan, hal yang paling ampuh dan paling besar untuk mempengaruhi masyarakat adalah tentang kualitas dari tim pemenang, kualitas dari pak Viktor dan pak Joseph, serta memperkenalkan profil dari calon..

6.2 Saran

Setelah peneliti melakukan kesimpulan tentang strategi komunikasi politik pemenangan pasangan calon Gubernur Viktor Joss, maka selanjutnya penulis memberikan saran yang kiaya tepat dan dapat diperhatikan oleh tim pemenangan pasangan Viktori Joss adalah:

- Bagi tim pemenangan Viktori Joss untuk tidak memanfaatkan untuk mempromosikan diri untuk calon Legislatif, ketika melakukan kampanye untuk kemenangan paket Viktori Joss, karena akan menimbulkan kecemburuan sesama tim.
- Bagi tim pemenangan untuk bisa menyatukan dan berkoordinasi semua tim partai, tim relawan baik tingkat kecamatan, maupun tingkat Provinsi, agar bisa berjalan dengan baik program yang dibuat sesuai kesepakatan yang sudah ditentukan.
- Bagi peneliti lainnya, yang ingin meneliti tentang masalah strategi komunikasi politik pemenangan pasangan calon Gubernur selanjutnya, diharapkan agar dapat mengkaji lebih dalam lagi secara rinci tentang strategi pemenangan pasangan Gubernur atau pemilihan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Zein.2008. *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya*. Simbiosis
Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi.
- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik; Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-
Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta : Graha
Ilmu
- Balai Pustaka. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta:Balai Pustaka
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik, Teori dan Strategi*. Jakarta:Rajawali
Pesada
- Devito, Joseph A. 1996. *Komunikasi Antar Manusia*. Harper Collins Inc.
- Darus, Antonius. 2009. *Diktat Kuliah-Metode Penelitian Komunikasi*. Kupang.
- EffendyU. Onong. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung:Remaja Rosdakarya,
Cet Ketujuh
- Faisal,Sanipah . 2010. *Format-format penelitian sosial*. Gramedia. Jakarta.
- Firmansyah. 2004. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kriyatono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Yogyakarta
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.Remaja Rosdakarya.
Bandung
- Morissan. 2006. *Pengantar Publik Relations Strategi Menjadi Humas
Profesional*. Tangerang. Ramdina Prakarsa.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta:LkiS
- Purnomo, S. H. Dan Zulkieflimansya. 2007. *Manajemen Strategi*.
Jakarta:Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Scot M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Glen Broom. 2011. *Effective Public Relations Profesional*. New York.

Silalahi,Ulber.2009. *Metode Penelitian Sosial*. Refiks Aditama. Bandung.

Suparmoko, M.1990.*Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: BPEF.

Widjaja, H. A. W. 1998. *Ilmu Komunikasi Penantar Studi*. Rineka Cipta. Jakarta

www.kpu.go.id