

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis Strategi Marketing Politik Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif 2019 di Kabupaten Kupang penulis menyimpulkan bahwa Penggunaan Pertemuan Terbatas, Penggunaan Media Cetak serta Penggunaan Tokoh Agama tidak terlalu efektif sedangkan Penggunaan Pertemuan Tatap Muka, Penggunaan Media Online dan Penggunaan Tokoh Masyarakat merupakan strategi marketing politik yang sangat efektif Memenangkan Pemilihan Legislatif 2019 di Kabupaten Kupang. Adapun rincian kesimpulannya sebagai berikut :

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

*Push Marketing* maksudnya Penyampaian produk politik yang dilakukan oleh Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang 2019 secara langsung kepada para pemilih seperti kegiatan kampanye politik secara langsung seperti kampanye terbuka dan tertutup.

##### **a. Pertemuan Terbatas**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa pertemuan terbatas Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 pertemuan yang dilaksanakan di dalam ruangan atau Gedung tertutup atau digedung tertutup dengan Peserta Kampanye yang diundang pada pertemuan terbatas disesuaikan dengan kapasitas ruangan yang ditentukan oleh pengelola ruang gedung, dengan jumlah peserta paling banyak, 1.000 (seribu) orang untuk **tingkat kabupaten/kota tidak ada sama sekali** tetapi lebih bersifat pertemuan tatap muka, penyebaran bahan kampanye dan alat peraga kampanye Dapil Kupang II, dan penggunaan media sosial seperti Facebook dan Penggunaan Tokoh Agama ,Masyarakat dan Pemuda.

## **b. Pertemuan Tatap Muka**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa Pertemuan Tatap Muka yang dilakukan 5 Caleg Golkar Kabupaten Kupang yang terpilih dilaksanakan didalam ruangan terbuka dan ditempat tinggal warga dengan meyakinkan pemilih dengan Visi, Misi Partai Golkar, Jargon Politik dan Tagline Kampanye serta pengimplementasian janji-janji terkait fungsi DPRD yaitu, Fungsi Legislasi, Fungsi Anggaran dan Fungsi Pengawasan.

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

***Pass Marketing*** Maksudnya Penyampaian produk politik Yang dilakukan oleh Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang 2019 dengan memanfaatkan media massa/online dan cetak, menyebarluaskan visi, misi dan program mereka kepada calon pemilih.

#### **a. Penggunaan media massa/online (Facebook/whatsapp)**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa Penggunaan media massa/online (Facebook/whatsapp) oleh Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 sebagai media komunikasi politik antara calon legislative terpilih partai golkar dengan pemilih dalam mengkomunikasikan visi, misi, jargon politik dan tagline kampanye ,sarana untuk meminta dukungan dan alat mobilisasi dalam mempengaruhi pemilih, serta media yang murah dan jangkauan yang luas dalam mempromosikan calon legislative partai golkar di kabupaten kupang.

#### **b. Penggunaan media cetak (koran/majalah)**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa Penggunaan media cetak (koran/majalah) oleh Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 sebagai alat kampanye seperti Pos Kupang, Victory News, Timor Express tidak ada sama sekali karena harus mengeluarkan biaya yang tidak murah serta dampak yang dihasilkan juga tidak signifikan dalam mempengaruhi pilihan

politik masyarakat karena kurangnya minat masyarakat dalam membaca ,mengakses, menjangkau dan berlangganan koran/majalah serta kondisi geografis yang tidak terjangkau oleh akses media cetak seperti Pos Kupang, Victory News dan Timor Express.

### **6.1.3 Pull Marketing**

**Pull Marketing Maksudnya** Penyampaian produk politik yang dilakukan oleh Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang 2019 kepada *influencer group* atau pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat Seperti dengan menjalin hubungan politik dengan para tokoh agama, tokoh masyarakat dan tokoh pemuda.

#### **a. Penggunaan tokoh agama**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan tokoh agama sebagai *influencer group* oleh Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 **tidak ada sama sekali**, tetapi keberadaan Tokoh Agama seperti pastor dan pendeta dalam kapasitas sebagai pemimpin agama adalah memberikan ceramah atau khotbah tentang pemilu legislatif lewat mimbar gereja kepada masyarakat agar menggunakan pilihan politiknya berdasarkan pilihan rasional bukan berdasarkan politik seperti agama dan etnis, Mampu menggerakkan atau mengkoordinir masyarakat dalam pemilu legislatif agar masyarakat sadar akan pentingnya politik dan mengajak masyarakat agar tidak golput, selalu netral dan tidak menentukan calon mana yang harus dipilih serta memberikan kehendak bebas kepada masyarakat untuk memilih dan mengajak masyarakat untuk menghindari praktek money politik

#### **b. Penggunaan tokoh masyarakat sebagai *influencer group*/pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan tokoh masyarakat sebagai *influencer group*/pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat oleh Anggota

Legislatif Terpilih Partai Golkar Kabupaten Kupang pada Pemilihan Umum Legislatif 2019, meliputi tokoh pemuda khususnya kelompok perguruan silat PSHT, serta Tokoh Masyarakat dan Tokoh Adat/Elit Politik Lokal yang memiliki charisma, kedudukan dan pengaruh yang sangat luas dalam masyarakat sebagai team sukses dalam mempengaruhi pilihan politik masyarakat dan meningkatkan perolehan suara.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan penulis dapatkan diatas berkaitan dengan Strategi Marketing Politik Anggota Legislatif Terpilih Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif 2019 di Kabupaten Kupang maka saran yang ingin penulis berikan yaitu :

- a. Perlu adanya penguatan dan Pendidikan Politik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kupang, Partai Politik dan Unsur Penyelenggara Pemilu yaitu KPU dan Pengawas Pemilu yaitu Bawaslu kepada pemilih agar menjadi pemilih yang rasional dalam menentukan pilihan politik.
- b. Peneliti berharap untuk masyarakat di Kabupaten Kupang kedepannya tetap mempertahankan untuk menjadi pemilih cerdas dalam setiap hajatan politik baik itu Pemilihan Presiden, Kepala Daerah dan DPR,DPD serta DPD
- c. Kepada partai politik mampu menyiapkan kader perempuan untuk menjadi pemimpin serta menyiapkan strategi untuk memenangkan pileg di tahun yang akan datang serta mampu mendekati diri dengan pemilih dan dapat memenangkan pileg maka menggunakan strategi door to door.
- d. Kepada masyarakat agar mampu memilih pemimpin yang berintegritas yang mampu mengakomodir seluruh aspirasi rakyat serta dapat menjadi pemimpin yang mementingkan kebutuhan orang banyak dibandingkan diri sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Hadari, Namawi. 1987. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- 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.
- Nawawi, Hadari dan M. Martini Hadari. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Prasetyo, Bambang. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- . 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

### B. Skripsi, Tesis dan Disertasi

- Arina Rohmatul Hidayah. 2019. “Marketing Politik Aliran Oleh Kandidat Melalui Media Sosial Facebook Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Elektorat Dalam Pemilihan Kepala Daerah Jawa Timur Periode 2018-2023. Program S2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta”
- Bouk, Virginia Apriyaniceta. 2018. “Analisis Strategi Push Marketing Politik Anggota Legislatif Perempuan Terpilih Dalam Pemilihan Legislatif Periode 2014-2019 Di Dapil III Kabupaten Belu. Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira. Kupang”
- Dini, Ayu Prasasti Mega. 2015. “Strategi Pemenangan Anggota Legislatif Terpilih Perempuan Pada Pemilu Legislatif 2014 Di Kabupaten Sidoarjo. Program Studi Politik Islam Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Uniiversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.”
- Husna, Aisatul. 2015. “Strategi Pemenangan PDI- Perjuangan Di Kota Surabaya. Program

Studi Filsafat Politik Islam Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

- Illiyyina, U M I. 2012. "Di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Dalam Era Reformasi Tahun 1998-2012. Fakultas Hukum Universitas Indonesia."
- Kresnatama, Jatayu. 2018. "Marketing Politik Joko Widodo – Jusuf Kalla ( Studi Deskriptif Strategi Pemenangan Tim Sukses Jokowi – Jusuf Kalla Pada Pemilihan Presiden 2014 Di Jawa Timur ). Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.Universitas Airlangga."
- Mulyana, Andika Mei. 2016. "Peran Pemilihan Umum Raya Dalam Membangun Kesadaran Berorganisasi Mahasiswa (Studi Deskriptif Pada Kesadaran Politik Mahasiswa Di Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan Bandung)
- Munandar, Arief. 2011. "Antara Jemaah Dan Partai Politik: Dinamika Habitus Kader Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dalam Arena Politik Indonesia Pasca Pemilu 2004. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Pasca Sarjana Sosiologi Universitas Indonesia
- Nazar, Azwir. 2012. "Membangun Partai Politik Lokal Berbasis Political Marketing: Studi Kekalahan Partai Lokal Sira Di Aceh Pada Pemilu Legislatif 2009. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Kekhususan Manajemen Komunikasi Politik
- Perdana, Inco Hary. 2012. Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014 Studi Kasus: Strategi Pemenangan Partai NasDem. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Pascasarjana Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Komunikasi Politik
- Rahmayanti, Dian Rhesa. 2009. "PEMASARAN POLITIK (POLITICAL MARKETING) PARTAI GOLONGAN KARYA DAN PARTAI DEMOKRAT (Studi Tentang Perbandingan Pemasaran Politik Partai Golkar Dan Partai Demokrat Dalam Rangka Menarik Massa Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2009 Di Daerah Pilihan II Kab." *Program Ilmu Komunikasi Non-Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta*: 1.
- Rudi, Hilarius. 2017. Analisis Penerapan Marketing Mix (4p) Dalam Marketing Politik Kemenangan Paket Firmanmu Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Kupang Tahun 2017.Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Septiani, Dina Dwi. 2017. "Strategi Marketing Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2014 Studi Pada DPD PDIP Provinsi DIY. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Gajah Mada.Yogyakarta
- Soekanto, Sitaesmi S. 2012. Pemenangan Pemilu Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Di Indonesia 1999-2009 Dan Adelet Ve Kalkinma (AKP) Di Turki 2002-2007: Studi Perbandingan. Program Pascasarjana Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Politik Universitas Indonesia
- Sulastris Damayanti. 2014. *Marketing Politik Calon Anggota Dpr Ri Ledia Hanifa Amaliah Dalam Pemilihan Anggota Dpr Ri Periode 2014-2019. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*

### C. Jurnal

- Huda, Khoi, and Fadhlika dan Zulfa Azzah. 2019. "Pemilu Presiden 2019 : Antara Kontestasi Politik Dan Persaingan Pemicu Perpecahan Bangsa.Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang Pesta." *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang 547 Khoiril Huda, Zulfa 'Azzah Fadhlika Volume 4 Nomor 3 Tahun 2018, 547-562: 547-62.*
- Liando, Daud M. 2016. "PEMILU DAN PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT ( Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014 ). Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado." *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* 3: 14-28. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekososbudkum/article/view/17190>.
- Sulaeman, Affan. 2017. "DEMOKRASI, PARTAI POLITIK DAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH." *CosmoGov* 1(1): 12. <http://jurnal.unpad.ac.id/cosmogov/article/view/11857>.
- Sutarso, Joko. 2011. "Pendekatan Pemasaran Politik (Political Marketing) Dalam Pemilihan Umum." *KomuniTi* 111(1). [https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/1202/Komuniti\\_Vol\\_3\\_No\\_1\\_1\\_Joko\\_Sutarso.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/1202/Komuniti_Vol_3_No_1_1_Joko_Sutarso.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Veronika Ina Assan Boro. 2012. "PEMASARAN POLITIK LEGISLATIF PETAHANA DALAM MEMENANGKAN PEMILU ANGGOTA DPRD KOTA KUPANG PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR TAHUN 2009 (Kajian Strategi Politik Dan Bauran Produk Politik)." *Politika, Jurnal Ilmu Politik. Magister Ilmu Politik. Universitas Diponegoro.Semarang* 3(2)

### D. Peraturan Perundangan

- PKPU No.8. (2019). *Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum , Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota.*
- PKPU No 23. (2018). *Kampanye Pemilihan Umum.*
- UU No 17 Tahun 2014. (2014). *MAJELIS PERMUSYAWARATAN RAKYAT, DEWAN PERWAKILAN RAKYAT, DEWAN PERWAKILAN DAERAH, DAN DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH*

### E. Dokumen

- Partai Golongan Karya. *ANGGARAN DASAR DAN ANGGARARAN RUMAH TANGGA PARTAI.*
- Pemerintah Daerah Kabupaten Kupang. (2013). *Profil Daerah Kabupaten Kupang 2013.*

## F. Internet

- BPS Kabupaten Kupang.go.id. (n.d.). *Penduduk Menurut Ijazah Tertinggi 2017* (p. 2018). <https://kupangkab.bps.go.id/dynamictable/2018/11/21/60/penduduk-menurut-ijazah-tertinggi-2017.html>
- BPS Kabupaten Kupang.go.id. (2020). *Pemerintahan*. <https://kupangkab.bps.go.id/publication/2020/04/27/feca5525e4f87893dabf0509/kabupaten-kupang-dalam-angka-2020.html>
- Golkar.or.id. (n.d.-a). *Sejarah Partai Golkar*. <https://www.golkar.or.id/sejarah-partai-golkar>
- Golkar.or.id. (n.d.-b). *VISI DAN MISI PARTAI GOLKAR*. <https://www.golkar.or.id/>
- kominfo.go.id. (n.d.). *Mengatur kampanye di media sosial*. [https://kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan_media)
- KPU.Kupangkab.go.id. (n.d.-a). *Komisioner KPU Kabupaten Masa Bhakti 2019-2024*. <https://www.kpu-kupangkab.go.id/komisioner/>
- KPU.Kupangkab.go.id. (n.d.-b). *Tugas Pokok, Fungsi, Wewenang dan Tanggung jawab Sekretariat KPU Kabupaten Kupang*. <https://www.kpu-kupangkab.go.id/sekretariat/>
- KPU.Kupangkab.go.id. (n.d.-c). *Visi dan Misi Komisi Pemilihan Umum*. <https://www.kpu-kupangkab.go.id/visi-misi/>
- Kupang.go.id. (2019). *VISI dan MISI BUPATI dan WAKIL BUPATI KUPANG PERIODE 2019*. <http://kupangkab.go.id/hal-visi-dan-misi-bupati-dan-wakil-bupati-kupang-periode-20192023.html>
- ntt.bps.go.id. (2019). *Persentase Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi Nusa Tenggara Timur*. <https://ntt.bps.go.id/dynamictable/2020/06/16/1454/persentase-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-nusa-tenggara-timur-2019.html>
- Antara. 2019. “KPU Tetapkan 40 Calon Terpilih Anggota DPRD Kabupaten Kupang.” <https://pemilu.antaranews.com/berita/969648/kpu-tetapkan-40-calon-terpilih-anggota-dprd-kabupaten-upang>. diakses tanggal 28 Agustus 2019.



