

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Pemilihan umum merupakan salah satu sarana bagi partisipasi masyarakat, karena masyarakat diberikan kesempatan untuk menentukan siapa yang akan mereka pilih dalam lembaga legislatif dan eksekutif, baik ditingkat daerah maupun tingkat nasional. Dalam pemilihan umum, calon yang akan dipilih oleh masyarakat berasal dari partai politik. Partai politik merupakan salah satu ciri pada sebuah negara demokrasi, selain ciri lainnya, yakni pemilihan umum yang langsung, umum, bebas dan rahasia serta jujur dan adil. Melalui partai politik, aspirasi rakyat diformulasikan secara sistematis dan diartikulasikan untuk menjadi keputusan-keputusan politik yang mempengaruhi penyelenggaraan negara atau kebijakan publik lainnya.

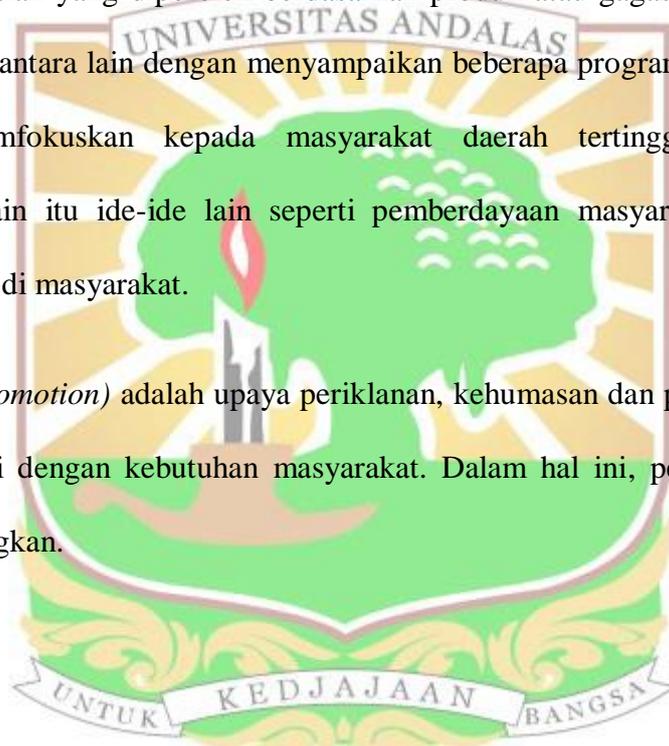
Salah satu partai yang ada di Indonesia adalah Partai Gerakan Indonesia Raya. Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) merupakan salah satu partai politik baru yang ikut pemilihan umum. Partai Gerindra merupakan partai yang mampu meningkatkan perolehan suara yang signifikan pada pemilu legislatif dari tahun 2009 ke tahun 2014. Hal ini sangat berbeda dengan partai-partai yang lain, yang mana partai Gerindra merupakan salah satu partai baru yang baru beberapa tahun terbentuk dan langsung ikut pada pemilu di Indonesia. Selain partai baru yang ikut pada pemilihan di Indonesia, dia juga mampu meyakinkan masyarakat untuk percaya pada partai ini dan kader-kader partai Gerindra yang dipilih langsung oleh masyarakat.

Untuk dapat memperoleh suara pemilihan yang meningkat dari tahun sebelumnya partai gerindra banyak melakukan perubahan-perubahan yang signifikan. Hal ini juga dapat dilihat dari marketing politik yang mereka lakukan, berdasarkan:

1. Produk (*product*) berarti partai, kandidat dan gagasan-gagasan partai yang akan disampaikan konstituen. produk ini berisi konsep, identitas ideologi. Baik dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan produk atau gagasan yang disampaikan kepada masyarakat antara lain dengan menyampaikan beberapa program kepada masyarakat, seperti lebih memfokuskan kepada masyarakat daerah tertinggal atau kurangnya pembangunan. Selain itu ide-ide lain seperti pemberdayaan masyarakat atau kelompok-kelompok yang ada di masyarakat.

2. Promosi (*promotion*) adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pemilihan media perlu dipertimbangkan.



Promosi atau pengiklanan yang dilakukan oleh calon terpilih maupun partai Gerindra sendiri, lebih kepada mengumpulkan masyarakat berdasarkan kelompok-kelompok yang ada dimasyarakat, dengan mengelompokkan mereka, sehingga dapat lebih mudah untuk melakukan sosialisasi. Selain itu calon terpilih juga melakukan beberapa hal, seperti menempelkan spanduk atau pamflet kepada masyarakat. Tidak hanya itu, mereka juga memberikan pengarahan bagaimana tatacara dalam pemilu dan memberikan kartu nama anggota atau calon yang terpilih.

3. Harga (*Price*), mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain . Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan negara.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, partai Gerindra dalam melakukan kampanye, semua finansial ditanggung oleh pribadi atau calon terpilih sendiri serta beberapa bantuan dari sukarelawan, karena partai Gerindra sendiri dari pusata ataupun kantor cabang tidak memberikan biaya atau membantu dalam finansial calon terpilih pada saat melakukan sosialisasi maupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh calon terpilih.

4. Penempatan (*place*), berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis.

Pada bagian marketing politik terakhir, yaitu berdasarkan penempatan atau tatacara bagaimana kemampuan calon dalam bersosialisasi kepada masyarakat, dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan mengelompokkan masyarakat berdasarkan kelompok-kelompok yang ada dimasyarakat, seperti karang taruna, kelompok tani, kelompok pengajian, serta beberapa kelompok lainnya yang ada dimasyarakat. Dengan mengelompokkan mereka tersebut, tim sukses ataupun calon terpilih dapat lebih mudah melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Serta melihat bagaimana pola kerja ataupun pola pikir yang ada dimasyarakat.

Dalam hal ini tujuan marketing dalam politik adalah membantu partai politik ataupun orang, figur untuk lebih baik dalam mengenal masyarakat yang diwakili atau menjadi target dan kemudian mengembangkan isu politik yang sesuai dengan aspirasi mereka. Salah satunya dapat membantu partai Gerindra dalam menentukan calon yang di usung, bagaimana cara mempromosikan calon tersebut, biaya yang dikeluarkan selama pemilihan berlangsung serta menentukan target atau masyarakat yang nantinya akan memilih partai atau calon tersebut.

6.2. Saran

Kemenangan Partai Gerindra dalam pemilu legislatif tahun 2014 di Kab. 50 Kota, hendaknya menjadi pelajaran bagi partai lain bahwa figur seorang calon kepala daerah yang diusung partai sangat berperan besar disamping partai yang mengusung itu sendiri. Survei yang dilakukan oleh partai Gerindra menjangkau aspirasi masyarakat mengenai karakteristik figur layak dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemilihan umum. Dengan *survey* yang dilakukannya, suatu partai politik akan menunjukkan transparansi dan akuntabilitasnya dalam memperhatikan dan memperjuangkan aspirasi masyarakat tentang figur-figur seperti apa saja yang diinginkan oleh masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa figur seorang calon kepala daerah memiliki nilai lebih daripada partai politik yang mengusungnya. Citra baik dan kualitas individu calon yang diusung telah membentuk citra partai di tengah masyarakat. Hal ini sebaiknya dijaga dan dipertahankan oleh partai dengan melakukan fungsi kontrol berkelanjutan terhadap pemimpin daerah yang telah diusungnya dalam pemilu legislatif. Ini dilakukan untuk menjaga konstituen politik menghadapi agenda politik dalam proses pemilihan umum selanjutnya.