

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berlandaskan teori yang dijelaskan Andrew Lock dan Phil Harris yakni *marketing* politik, peneliti dapat mendeskripsikan bentuk kesimpulan bahwa; pertama, Mustapa dalam mengkampanyekan dirinya sebagai calon kepala desa Pulau Lintang membuat konsep produk politik berupa program-program yang disampaikan, juga isu-isu politik yang beliau kembangkan dapat menjadi nilai jual untuk ditawarkan kepada masyarakat hingga menciptakan citra baik untuk dirinya.

Pemilihan kepala desa Pulau Lintang tahun 2021 yang lalu masyarakat banyak merasa resah terhadap pemerintahan desa yang lama sehingga yakin untuk memilih calon kepala desa yang baru, hal inilah yang dimanfaatkan Mustapa dalam melakukan kampanye menaikkan isu penggantian perangkat dan menjanjikan kepada masyarakat untuk melakukan perombakan perangkat pemerintahan desa lama yang dinilai kurang baik dalam mengelola pemerintahan desa sebelumnya untuk digantikan dengan yang baru. Dengan begitu Mustapa menjadi harapan baru untuk membawa desa Pulau Lintang menuju ke arah yang lebih baik, sejahtera dan maju.

Kedua, dari promosi yang dilakukan Mustapa mengenalkan dirinya agar dapat mendekatkan diri dengan masyarakat. Dengan cara mengencarkan pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat dari semua kalangan dan mendatangi

langsung rumah-rumah warga oleh tim sukses dan dirinya memiliki dampak yang baik untuk mengunci suara masyarakat desa Pulau Lintang memilih dirinya.

Ketiga, harga atau *price* yang berkaitan dengan harga ekonomi hingga harga psikologis. Mustapa dalam masa kampanye mengeluarkan dana untuk keperluan kampanye guna persiapan pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat dari semua kalangan. Mustapa cukup pandai dalam masalah menyerap aspirasi masyarakat hingga menjadi citra positif dirinya ditengah masyarakat.

Keempat, penempatan (*place*) yakni mengenai target pemasaran atau *marketing* Mustapa adalah seluruh dusun yang ada di desa Pulau Lintang menjadi target dalam menawarkan produk politiknya. Masyarakat yang ditargetkan menjadi pemilih dirinya adalah semua lapisan masyarakat desa Pulau Lintang, terlihat Mustapa dalam *marketing* nya membuat sama rata atau merata merangkul masyarakat untuk meletakkan pilihan kepada dirinya sebagai kepala desa Pulau Lintang.

## 6.2 Saran

### a) Secara Akademis

Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan dapat melihat Mustapa dalam menerapkan *marketing* politik pada pemilihan kepala desa Pulau Lintang tahun 2021 dari empat indikasi yaitu *product*, *promotion*, *price* dan *place*. Dalam penelitian ini hanya membahas bagaimana Mustapa menerapkan *marketing* politik dalam pemilihan kepala desa Pulau Lintang hingga berhasil mengunci suara masyarakat daripada lawan politiknya yang membawa dirinya terpilih menjadi kepala desa Pulau Lintang. Dapat dilihat dalam penelitian ini Mustapa

menampakkan karakteristik yang agamis untuk mendapatkan suara, sebagai seorang calon kepala desa yang juga memiliki latar belakang pernah menjadi anggota dewan perwakilan rakyat daerah dirinya dapat menunjukkan faktor kompeten untuk dipilih oleh masyarakat dalam pemilihan kepala desa. Penelitian ini diharapkan dapat menambah rujukan jurusan ilmu politik untuk peminat kajian pemilihan kepala desa terkait pencalonan kepala desa.

b) Secara Praktis

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat menjadi bahan pertimbangan Mustapa dan tim sukses dan dapat menjadi rujukan pertimbangan bagi calon kepala desa lain yang akan mencalonkan diri pada pemilihan kepala desa.

