

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pada tahun 2024 kontestasi politik di Kota Padang Panjang menghadirkan dinamika yang menarik, terutama dalam pemilihan legislatif. Vani Utari, salah satu kandidat yang berkompetisi berhasil memperoleh perhatian masyarakat melalui strategi *marketing* politik yang unik. Dalam penelitian lapangan, ditemukan bahwa strategi yang digunakan oleh Vani Utari dan timnya sangat fokus pada pemanfaatan *Push Political Marketing*. Vani Utari dan timnya melakukan pengumpulan massa untuk mendekati pemilih secara langsung, terutama di daerah yang dianggap masih ragu-ragu dalam memilih. Vani dan tim aktif melakukan pertemuan langsung dengan masyarakat untuk meyakinkan dan mengumpulkan umpan balik, yang kemudian digunakan untuk memperbaiki strategi kampanye.

Vani menggunakan strategi *push marketing*, seperti pengumpulan massa dan *door-to-door campaigning*, serta memberikan bantuan nyata seperti perbaikan infrastruktur dan pemberian sembako. Usahanya untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan masyarakat menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan pemilih. Vani juga fokus pada kesejahteraan UMKM di Padang Panjang, dengan program-program yang mendukung akses modal, pelatihan, dan insentif. Selain itu, Vani menggunakan teknik *Pull Political Marketing* yang memanfaatkan media cetak dan elektronik untuk membangun citra positif. Tim suksesnya menggunakan berbagai alat promosi seperti spanduk, baliho, dan media sosial. Mereka menjaga konsistensi pesan, memanfaatkan momentum, mengemas pesan dengan baik, dan memainkan ekspektasi dalam kampanye untuk mencapai target pemilih secara efektif. Fokus utama Vani adalah kesejahteraan UMKM dan peningkatan ekonomi lokal di Padang Panjang. Pesan ini selalu diutamakan dalam setiap pidato dan materi kampanye, menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap visi dan misinya. Dengan konsistensi ini, Vani berhasil membangun kepercayaan kuat di antara pemilih, memperkuat citranya sebagai pemimpin yang fokus pada solusi nyata. Namun, Vani dan tim tidak melakukan efisiensi biaya dalam kampanyenya. Hal ini terlihat dari kurangnya pemanfaatan data dan strategi yang matang untuk memaksimalkan setiap pengeluaran kampanye. Vani dan Tim tidak mengoptimalkan penggunaan media sosial dan platform digital yang sebenarnya bisa memberikan jangkauan yang luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan media tradisional. Akibatnya, banyak

dana yang terbuang tanpa memberikan hasil yang maksimal, menunjukkan kurangnya perencanaan yang matang dalam alokasi anggaran kampanye.

Pass Political Marketing juga dilakukan oleh Vani Utari dengan melibatkan tokoh masyarakat dan *Influencer* untuk memperkuat pesan kampanye dan meningkatkan kredibilitasnya. Tokoh seperti Mardiansyah dan Athari Gauthi membantu menyebarkan visi dan misi Vani, sehingga pesan kampanye dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal ini tercermin dari kegiatan silaturahmi yang rutin dilakukan, dimana tokoh-tokoh masyarakat menjadi penyalur utama pesan politiknya. Vani melakukan analisis *Influencer* dan penetapan tujuan pemasaran kepada *Influencer* yang Vani dan tim pilih. Vani Utari dan timnya melakukan analisis mendalam terhadap *influencer* potensial, menciptakan peta *influencer* berdasarkan karakteristik seperti minat, jumlah pengikut, dan sikap terhadap isu yang dipromosikan. Tim mengidentifikasi *influencer* yang memiliki jangkauan luas di kalangan pemilih muda, target utama kampanye, dan merancang pendekatan komunikasi yang efektif berdasarkan preferensi mereka. Vani memanfaatkan jaringan tokoh masyarakat dan *influencer* untuk mendistribusikan informasi kampanye dan memperkuat citra politiknya, menciptakan efek domino dukungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seorang perempuan milenial memenangkan pemilihan legislatif 2024 di Kota Padang Panjang dengan suara terbanyak. Dalam kampanyenya, Vani fokus pada isu kewirausahaan yaitu UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi lokal. Program "UMKM Sejahtera" yang diusungnya mencakup pendidikan dan pelatihan UMKM, akses pendanaan, serta investasi dalam infrastruktur dan teknologi digital. Vani juga aktif dalam kegiatan sosial dengan mengadakan bakti sosial secara rutin. Meskipun kegiatan ini dipolitisasi oleh pihak tertentu, Vani memastikan bahwa kegiatan tersebut murni sosial dan tidak terkait kampanye politik. Vani berkomitmen untuk memperjuangkan akses mudah terhadap modal usaha, pelatihan bisnis, dan lingkungan usaha yang kondusif bagi UMKM. Selain itu, Vani mengusulkan insentif bagi UMKM berprestasi. Kemenangan Vani membawa harapan baru bagi kesejahteraan UMKM dan masyarakat Padang Panjang, dengan rencana untuk membangun infrastruktur yang mendukung UMKM dan memastikan keberlanjutan ekonomi lokal.

Walaupun peneliti menemukan data yang menunjukkan adanya indikasi penggunaan politik patronase dalam *marketing* politik, peneliti tidak setuju dengan pola tersebut sebagai cara yang ideal untuk mendapatkan suara dan jabatan dalam legislatif. Walaupun modifikasi teori Adman Nursal yang menggabungkan elemen patronase bisa dianggap lebih sesuai dengan

konteks politik di Indonesia, peneliti berpendapat bahwa praktik tersebut, meski efektif dalam jangka pendek, justru memperkuat pola kekuasaan yang transaksional dan dapat merusak perkembangan demokrasi yang sehat. Peneliti menekankan bahwa *marketing* politik seharusnya lebih berfokus pada penyampaian ide dan program yang rasional dan berbasis isu, bukan pada praktik yang hanya memanfaatkan ketergantungan pemilih terhadap imbalan material.

6.2 Saran

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat baik dari segi akademis maupun praktis, sehingga dapat menghasilkan dampak positif yang berkelanjutan. Dari sisi akademis, peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini akibat kendala waktu dan biaya. Oleh karena itu, disarankan untuk membandingkan hasil penelitian ini dengan teori-teori lainnya dalam membedah *marketing* politik secara lebih mendalam dan membandingkan para caleg perempuan lainnya dengan caleg fokus kajian penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Dengan demikian, hasil penelitian selanjutnya dapat lebih kuat secara teoretis dan empiris, serta lebih valid dalam pengolahan informasi.

Saran bagi peneliti selanjutnya, mengingat penelitian ini tidak melakukan uji coba terhadap calon legislatif lain, disarankan untuk menguji berbagai pendekatan yang digunakan oleh caleg dalam konteks yang lebih luas. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi efektivitas tiga kajian utama: pertama, caleg yang hanya mengandalkan politik uang sebagai metode utama dalam kampanyenya. Kedua, caleg yang sepenuhnya memanfaatkan *marketing* politik tanpa melibatkan politik uang dan ketiga, penggabungan antara politik uang dan *marketing* politik. Dengan membandingkan ketiga pendekatan ini, penelitian lanjutan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mana yang lebih efektif dalam memenangkan dukungan pemilih di berbagai konteks sosial dan politik. Penelitian ini juga dapat membantu mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan masing-masing strategi, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang lebih komprehensif bagi para caleg di masa depan.

Dari segi praktis, peneliti mengakui bahwa masih perlu banyak belajar jika dibandingkan dengan praktisi politik yang telah berpengalaman. Peneliti berharap hasil penelitian ini, meskipun sedikit, dapat memberikan masukan bagi praktisi politik dalam menganalisis aspek-aspek *marketing* politik perempuan, terutama bagi mereka yang belum memiliki pengalaman di bidang politik.