

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pemilihan umum merupakan sebuah bentuk kedewasaan berdemokrasi yang dilakukan oleh rakyat. Rakyat bebas menentukan siapa saja pemimpin yang layak untuk mewakili aspirasi mereka di legislatif. Dalam proses pelaksanaan pemilihan legislatif tentu banyak sekali fenomena yang terjadi pada masa pemilihan, khususnya pada masa kampanye. Dalam ilmu politik proses kampanye bisa dikaji melalui pendekatan *marketing* politik. Firmanzah menjelaskan bahwa *marketing* politik merupakan cara atau ilmu *marketing* yang diterapkan serta di baur ke dalam ilmu politik. Secara sederhana dapat dipahami bahwa *marketing* dalam politik tersebut diartikan sebuah cara pengemasan produk politik yang nantinya akan di ditawarkan kepada pemilih dengan orientasinya pemilih menerima produk politik tersebut dan mendapatkan suara dalam pemilihan.

Dalam pelaksanaan pemilihan umum legislatif di Kota Padang Panjang tahun 2019, berdasarkan fenomena yang terjadi pada masa pemilihan, peneliti melihat salah satu kandidat yang melakukan strategi *marketing* politik yang mana strategi tersebut berhasil mengantarkan Yovan Fadayan Remindo ke legislatif Kota Padang Panjang pada Pemilu Tahun 2019. Berdasarkan teori yang dijelaskan oleh Firmanzah terkait dengan *marketing* politik, maka peneliti menarik kesimpulan: Pertama, Produk yang ditawarkan oleh Yovan Fadayan Remindo pada pemilihan legislatif tahun 2019 ia menawarkan sebuah konsep

pembaharuan dan gagasan-gagasan baru dimana ia mengusung konsep anak muda yang peduli dengan politik. Hal ini melihat kondisi politik dalam badan legislatif Kota Padang Panjang, sebagian besar hanya diisi oleh kandidat-kandidat lama. Kemudian Yovan Fadayan Remindo juga memanfaatkan isu politik dan identitas diri yang menghasilkan sebuah *image* yang positif bagi Yovan Fadayan Remindo, dimana Yovan memanfaatkan isu percepatan pembangunan pasar Kota Padang Panjang dan pembangunan sport center, kemudian latar belakang keluarga Yovan Fadayan Remindo yang merupakan anak dari Desfa Remindo(anggota DPRD 3 Periode) Kota Padang Panjang juga sebagai faktor pendukung terbentuknya *image* Yovan Fadayan Remindo serta diterimanya produk yang ditawarkannya. Kemudian latar belakang keluarga Yovan Fadayan Remindo sebagai pedagang juga menjadi faktor pendukung agar produk yang ditawarkan Yovan dapat tersampaikan kepada pemilih yang mayoritas pedagang pasar dan pemilih lama dari ayahnya (Desfa Remindo).

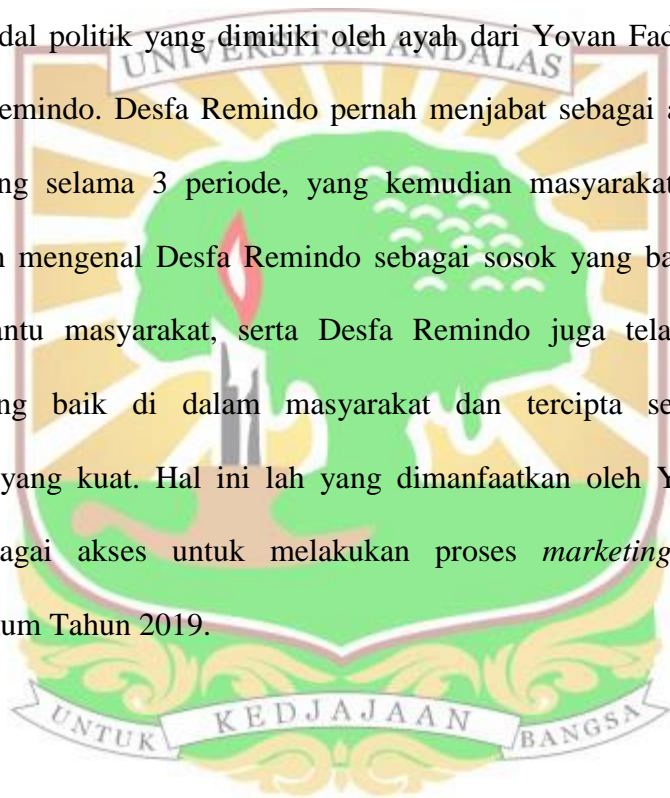
Kedua, Promosi yang dilakukan Yovan Fadayan Remindo agar produk politik yang sudah dikemas bisa tersampaikan kepada pemilih, ia memanfaatkan beberapa media untuk kampanye yaitu menggunakan stiker, kartu nama dan baliho. Kartu dan stiker dibagikan ke daerah yang menjadi basis oleh tim sukses Yovan Fadayan Remindo dengan cara mendatangi rumah ke rumah dan menempel stiker sebagai tanda rumah tersebut sudah dilakukan kampanye serta pemasangan beberapa baliho dan spanduk di tempat strategis seperti di persimpangan jalan dan akses masuk kompleks rumah di kawasan Kelurahan Silaing Bawah.

Ketiga, yaitu berkaitan dengan Harga. Harga terbagi dalam beberapa kategori yaitu harga ekonomi, psikologis dan menghasilkan citra positif bagi kandidat. Harga ekonomi berkaitan dengan pengeluaran selama masa kampanye Yovan Fadayan Remindo untuk membeli kebutuhan kampanye sebanyak Rp. 7.000.000.- untuk mencetak media kampanye seperti stiker, kartu nama, baliho dan 2 untuk kebutuhan sosialisasi. Kemudian harga psikologis yang berkaitan dengan seberapa tertariknya masyarakat dan seberapa nyamannya masyarakat dengan latar belakang kandidat. Berdasarkan temuan di lapangan bahwa, masyarakat merasa tertarik dengan figur Yovan Fadayan Remindo dan ditambah lagi Yovan merupakan anak dari Desfa Remindo yang pernah menjabat sebagai anggota 3 kali periode DPRD Padang Panjang. selanjutnya, masyarakat merasa program yang ditawarkan Yovan Fadayan Remindo juga menguntungkan bagi masyarakat terutama bagi pedagang Pasar Padang Panjang.

Keempat, berkaitan dengan Segmentasi, Pendistribusian produk politik dan hubungan kandidat dengan pemilih. Segmentasi merupakan cara pengelompokan pemilih berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan kelompok-kelompok masyarakat. Berdasarkan temuan di lapangan bahwa proses *marketing* Yovan Fadayan Remindo menasar kepada pemilih *strong voters* (pemilih pasti) yang ada di basis yang dimiliki oleh ayahnya (Desfa Remindo) yang ada di kelurahan Silaing Bawah, Pasar Usang, Tanah Hitam dan juga kepada pedagang pasar. Kemudian Yovan Fadayan Remindo juga menargetkan kepada pemilih yang masih muda dalam kategori pemilih pemula, kemudian rekan kerja dari ibunya Yovan Fadayan Remindo yaitu kelompok ASN (Aparatur Sipil Negara).

Selanjutnya, Yovan juga memanfaatkan kelompok Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (SPSI) kota Padang Panjang yang memiliki massa yang cukup banyak.

Berdasarkan temuan peneliti dilapangan terkait dengan proses *marketing* politik Yovan Fadayan Remindo, peneliti juga melihat adanya faktor lain yang mempengaruhi proses *marketing* politik Yovan Fadayan Remindo yang berhasil mengantarkannya ke DPRD Kota Padang Panjang, yaitu adanya pengaruh modal sosial dan modal politik yang dimiliki oleh ayah dari Yovan Fadayan Remindo yaitu Desfa Remindo. Desfa Remindo pernah menjabat sebagai anggota DPRD Padang Panjang selama 3 periode, yang kemudian masyarakat Kota Padang Panjang sudah mengenal Desfa Remindo sebagai sosok yang baik dan banyak sekali membantu masyarakat, serta Desfa Remindo juga telah membangun hubungan yang baik di dalam masyarakat dan tercipta sebuah jaringan kekeluargaan yang kuat. Hal ini lah yang dimanfaatkan oleh Yovan Fadayan Remindo sebagai akses untuk melakukan proses *marketing* politik pada Pemilihan Umum Tahun 2019.



6.2 Saran

Dari analisis data temuan lapangan dan kesimpulan di atas yang telah peneliti jabarkan maka peneliti memiliki saran:

1. Saran Akademis

Penelitian yang dilakukan peneliti membahas mengenai *marketing* politik yang dilakukan calon legislatif Kota Padang Panjang yaitu Yovan Fadayan Remindo pada Tahun 2019. Pada penelitian ini Yovan Fadayan Remindo berhasil mendapatkan suara sebanyak 571 yang mana suara yang didapat melalui daerah basis yang dimilikinya. Dalam penelitian ini membahas bagaimana proses *marketing* yang dilakukan seorang calon legislatif untuk memenangkan pemilihan umum. Namun kemenangan yang diperoleh tidak hanya berdasarkan dari proses *marketing* politik yang dilakukan oleh Yovan Fadayan Remindo, adanya faktor ketokohan dan pengaruh modal sosial yang dimiliki ayahnya kemudian menjadi faktor pendukung kemenangan dari Yovan Fadayan Remindo. Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya terkait dengan *marketing* politik yaitu sebaiknya mengkaji lebih mendalam proses *marketing* politik terkait dengan penempatan dan promosi yang dilakukan kandidat ketika pemilihan umum, karena dalam proses ini banyak sekali praktek politik yang terjadi tidak hanya sebatas dengan *marketing* politik. Dalam proses *marketing* politik, seharusnya seorang kandidat harus mampu menjangkau seluruh daerah agar produk politik yang sudah dikemas sedemikian rupa bisa diterima oleh masyarakat di luar dari daerah basisnya agar *marketing* politik yang dilakukan mendapatkan hasil yang maksimal. Kemudian

penelitian ini bisa menjadi rujukan kajian ilmu politik terkait dengan *marketing* politik yang terjadi di pemilihan umum

2. Saran Praktis

Dalam pelaksanaan pemilihan umum khususnya pada pemilihan legislatif, seorang kandidat seharusnya mampu menjaga komunikasi dengan pemilih dan paham dengan lingkungan politik serta tahu apa yang menjadi kebutuhan masyarakat yang akan menjadi pemilihnya. Peneliti berharap kepada penelitian selanjutnya yang membahas *marketing* politik, agar membahas lebih dalam terkait dengan penggunaan dana kampanye kandidat serta strategi promosi yang baru agar terciptanya penemuan baru terkait dengan *marketing* politik. Kemudian, penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi seorang kandidat yang ingin mencalonkan diri sebagai anggota legislatif dan berkaca dari pengalaman kemenangan Yovan Fadayan Remindo, sehingga proses *marketing* politik yang akan dilakukan akan lebih maksimal dan memiliki target untuk mendapatkan kemenangan dalam pemilihan umum.

