

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, DPC Partai Gerindra telah menjalankan *marketing* politik pada Pemilu Legislatif Kabupaten Kebumen tahun 2019 dengan menerapkan prinsip-prinsip 4P (*product*, *promotion*, *price*, dan *place*). Kebaruan *marketing* politik yang dilakukan oleh Partai Gerindra pada Pemilu Legislatif tersebut terletak pada substansi kampanye (produk) yang menyertakan figur dan program capres-cawapres. Adapun kelebihan dari Partai Gerindra adalah pada cara mereka berkampanye (*place*), karena partai tersebut telah berhasil menggerakkan seluruh pengurus partai di semua tingkatan, termasuk dengan organisasi sayap partai. Selain itu, Partai Gerindra juga sudah mampu merawat pemilih lama melalui para anggota DPRD dari partai tersebut. Akan tetapi, Partai Gerindra masih memiliki kekurangan dalam hal promosi; tidak ada upaya optimal dari Partai Gerindra dan para caleg untuk memanfaatkan internet dan media sosial dalam berkampanye.

Pada Pemilu Serentak 2019, dalam melakukan pemasaran politiknya, Partai Gerindra menyadari adanya potensi efek ekor jas (*coat-tail effect*), sehingga membuat strategi untuk mengoptimalkan potensi tersebut. Strategi optimalisasi efek ekor jas dapat dilihat dari beberapa hal, termasuk adanya instruksi dari DPP Partai Gerindra untuk memenangkan Prabowo-Sandi pada Pilpres 2019. Selain itu, para caleg diberikan arahan untuk mengkampanyekan capres-cawapres yang diusung, tidak hanya berkampanye tentang diri sendiri. Alat peraga kampanye, terutama baliho, juga harus mencantumkan foto Prabowo-Sandi.

4.2 Saran

Berpedoman pada hasil penelitian, maka saran yang diajukan untuk terkait strategi pemenangan ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menemukan bahwa narasi Prabowo Subianto sebagai putra daerah Kabupaten Kebumen sebagai salah satu isu yang diangkat dalam berkampanye. Oleh karenanya peneliti merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk menganalisis pengaruh narasi ‘Prabowo sebagai putra daerah’ terhadap perilaku pemilih di Kabupaten Kebumen melalui pendekatan kuantitatif.
2. Penelitian ini menemukan bahwa para caleg dari Partai Gerindra pada Pemilu Legislatif 2019 tidak maksimal dalam memanfaatkan internet dan media sosial untuk berkampanye. Oleh karenanya, peneliti merekomendasikan kepada bakal calon anggota legislatif untuk melakukan *branding* melalui media sosial sejak jauh-jauh hari sebelum Pemilu dan mengoptimalkan internet dan media sosial untuk berkampanye ketika Pemilu.