

BAB IV

PENUTUP

Setelah melakukan deskripsi dan analisis terhadap berbagai temuan yang telah peneliti dapatkan pada bab sebelumnya, maka laporan penelitian ini akan ditutup bab IV, dengan memuat simpulan dan rekomendasi sebagai berikut:

4.1. Simpulan

1. Pemasaran Politik

Eksistensi Partai Gerindra dalam kancah politik di Indonesia cenderung lebih stabil dan mereka juga telah merencanakan beberapa aksi perubahan yang menurutnya dapat membawa kejayaan masyarakat Indonesia khususnya di Kota Semarang. Melalui “6 Program Aksi Transformasi Bangsa” Partai Gerindra mampu memasuki berbagai macam elemen masyarakat dan menganggap bahwa partainya dapat menjadi solusi bagi masalah yang ada di bangsa ini. Karena dalam *grand design* program tersebut telah dijelaskan bahwa Partai Gerindra serius memperjuangkan kesejahteraan rakyat, terutama dalam usaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan, menjadikan Indonesia sebagai negara swasembada pangan, membentuk pemerintahan yang bersih dan solutif, hingga pada bentuk taraf kesejahteraan masyarakat lainnya seperti pendidikan, kesehatan, dan tempat tinggal yang layak.

Para kader DPC Partai Gerindra Kota Semarang juga secara masif terlibat dalam mempromosikan produk politik ini hingga pada tatanan dan lingkup yang sempit. Mulai dari tingkat kota, kecamatan, kelurahan hingga RW dan RT. Usaha tersebut juga telah didukung oleh adanya infrastruktur dan pengurus partai hingga pada tingkatan-tingkatan tersebut. Begitu pula peran para Caleg dari DPC Partai Gerindra Kota Semarang, ketika mereka melakukan kunjungan untuk berkampanye hal yang tentunya mereka jelaskan terlebih dahulu adalah jatidiri Partai Gerindra bukan janji kampanye individu yang didahulukan. Karena sebagai Caleg menganggap bahwa Partai Gerindra merupakan satu kesatuan yang harus dijaga nilai dan fungsinya sebagai partai politik yang berpihak kepada masyarakat.

Untuk urusan penggunaan media, DPC Partai Gerindra Kota Semarang nampaknya tidak terlalu masif seperti penggunaan media di tingkat pusat. Karena adanya faktor efektifitas penggunaan dana dan daya serap dukungan masyarakat. Para kader sepakat bahwa sosialisasi dan *direct selling* merupakan bentuk promosi yang lebih nyata dan lebih tepat untuk diterapkan di daerah seperti di Kota Semarang. Bentuk sosialisasi ini juga telah dikoordinir secara masif oleh pengurus DPC, PAC, hingga ranting partai. Penggunaan media yang dimanfaatkan oleh DPC Partai Gerindra Kota Semarang cenderung mengandalkan media luar ruang, dalam artian bahwa media yang digunakannya yaitu seperti pembuatan baliho, brosur, poster dan majalah/tabloid. Untuk media jejaring internet, radio maupun televisi DPC Partai Gerindra Kota Semarang belum memanfaatkannya secara maksimal.

Salah satu unsur lain dalam pemasaran politik yaitu adanya pemetaan suara atau segmentasi. Selain sosialisasi, segmentasi adalah hal yang sangat penting

dilakukan oleh DPC Partai Gerindra Kota Semarang. Kondisi Kota Semarang yang sangat heterogen dinilai oleh para kader sebagai suatu hal yang patut diperhatikan terutama dalam upaya pemenuhan kebutuhan tiap masyarakat yang berbeda-beda. Sebelum agenda Pemilu dimulai DPC Partai Gerindra Kota Semarang telah membuat segmentasi masyarakat yang dikoordinir oleh para pengurus tingkat kecamatan (PAC) dibantu oleh pengurus ranting yang berada di setiap kelurahan. Dari hasil analisis segmentasi ini DPC Partai Gerindra Kota Semarang dapat membuat program dan bentuk kampanye yang sesuai dengan kondisi di suatu wilayah agar sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya.

Kemudian usaha lainnya dari DPC Partai Gerindra Kota Semarang untuk memperoleh minat masyarakat juga mengandalkan sosok ketokohan. Terutama jika di tingkat pusat Partai Gerindra memiliki sosok Prabowo Subianto, nama tersebut sudah tidak asing oleh masyarakat Kota Semarang, oleh karena itu para pengurus juga tetap menggaungkan nama Prabowo Subianto ketika melakukan sosialisasi ataupun kampanye. Pengurus DPC Partai Gerindra Kota Semarang juga telah melakukan usaha untuk mengajak tokoh-tokoh masyarakat di Kota Semarang yang mempunyai pemahaman dan sikap yang sama untuk direkrut dan diangkat menjadi pengurus. Hal yang paling terlihat adalah ketika Caleg dari Partai Gerindra ini banyak yang berlatar belakang sebagai tokoh masyarakat maupun tokoh agama. Inilah yang menurut beberapa kader cukup mempengaruhi kenaikan suara Partai Gerindra karena tentu masyarakat telah memberikan fokus dan dukungan kepada si tokoh masyarakat tersebut yang diyakini memiliki citra baik.

2. Peningkatan Suara Partai Gerindra

Pertimbangan yang paling terlihat jelas dan sangat berpengaruh menurut para kader adalah adanya nilai ketokohan yang dimiliki oleh Partai Gerindra, terutama adalah sosok Prabowo Subianto yang sekaligus adalah Ketua Partai dan Ketua Dewan Pembina. Tingkat popularitas Prabowo Subianto pada tahun 2014 berada di urutan kedua setelah Joko Widodo yang saat ini merupakan Presiden Republik Indonesia. Prabowo Subianto dinilai mempunyai ciri khas sebagai sosok yang berkarismatik dan berani terhadap intervensi asing yang mau menggempur Indonesia. Nama Prabowo Subianto sebenarnya juga telah terdengar pada Pemilu di tahun 2009 karena pada saat itu beliau mencalonkan diri sebagai wakil presiden dari pasangannya Megawati Soekarnoputri.

Kemudian rekam jejak partai yang cenderung stabil dan jauh dari masalah korupsi telah menjadikan Partai Gerindra sebagai partai yang memiliki citra sebagai partai bersih. Kondisi ini sangat menguntungkan karena hampir semua masyarakat setuju bahwa korupsi adalah kejahatan yang patut diberantas. Selain itu *track record* para anggota legislatif periode 2009-2014 Partai Gerindra di DPRD Kota Semarang juga memberikan dampak yang positif. Dari empat nama yang ada mereka semua telah melakukan amanahnya sebagai wakil rakyat dengan baik dan mampu menjalankan kewajibannya dengan benar.

Selain dari internal partai, faktor yang sangat mempengaruhi kenaikan suara Partai Gerindra dalam Pileg 2014 di Kota Semarang adalah jatuhnya citra Partai Demokrat. Pada tahun 2009 Partai Demokrat di Kota Semarang Berjaya sebagai pemenang Pemilu dengan perolehan suara hingga 27,87 %. Selain Partai Demokrat,

PKS juga mengalami penurunan perolehan suara pada Pileg 2014. Kejadian yang dialami oleh dua partai ini lantas menjadi sebuah keuntungan oleh Partai Gerindra di Kota Semarang. Karena pada kondisi tersebut masyarakat tengah resah dengan keberadaan partai yang memiliki kader tersandung kasus korupsi. Sebagai pengingat bahwa menjelang tahun 2014, kedua partai tersebut banyak diberitakan oleh berbagai info yang menyudutkan partai terutama dari adanya kader yang tersandung kasus korupsi.

4.2. Saran

Sejauh hasil-hasil penelitian ini DPC Partai Gerindra Kota Semarang telah menerapkan prinsip-prinsip pemasaran politik, dalam kaitannya dengan penyelenggaraan Pemilu. Hal yang perlu dilakukan oleh DPC Partai Gerindra Kota Semarang adalah menjaga komitmen dari para kader dan selalu memberikan perhatian dan peringatan lebih kepada kader agar tetap berada di koridor jalan yang baik dan benar. Kecenderungan Pemilu di waktu yang akan datang juga akan menjadikan media sebagai salah satu cara memperoleh dukungan. Sebaiknya DPC Partai Gerindra Kota Semarang harus berbenah lebih cepat untuk menyiapkan sarana media baik itu media jejaring internet ataupun media-media lain yang cukup efektif.

Selain itu DPC Partai Gerindra juga perlu membangun komunikasi yang lebih intensif dan berkelanjutan dengan masyarakat di Kota Semarang, yaitu mengandalkan program-program yang lebih kreatif. Karena pada kenyataan saat ini bahwa metode sosialisasi dan *direct selling* yang dilakukan oleh partai yang ada hampir sama jenisnya. Kemudian DPC Partai Gerindra juga harus lebih memahami pola kehidupan masyarakat yang terus berkembang dari waktu ke waktu agar program yang dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.