

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Jika dilihat dari realitas yang terjadi di masyarakat Bantul pada konsep *political marketing* yang dilakukan Tim Sukses Harsono-Halim dengan konsep perubahan yang diusung pun cukup menyindir masa pemerintahan sebelumnya, yang telah cukup lama menjabat, namun tidak begitu banyak perubahan yang terjadi. Tim Sukses Harsono-Halim menjadikan konsep *political marketing* yang diusung sebagai ajang untuk memperkenalkan ide dan gagasan, serta program politiknya kepada masyarakat. Melalui komunikasi politik yang intens, Tim Sukses Harsono-Halim berharap akan lahir efek politik yang dapat membentuk perilaku pemilih dalam menerima dan berpihak pada ide dan gagasan yang disampaikannya.

Dalam hal ini, peneliti mengambil beberapa kesimpulan terkait dengan *political marketing* yang dilakukan Tim Sukses Harsono-Halim, diantaranya :

1. Konsep *political marketing* yang diusung Tim Sukses Harsono-Halim telah dikelola dengan melibatkan profesional di bidang strategi kampanye politik. Sehingga tampilan sebuah iklan politik ataupun kampanye politik yang diusung betul-betul dikelola dengan baik mempertimbangkan aspek-aspek segmentasi, target, dan nilai-nilai estetika. Tim Sukses Harsono-Halim telah melakukan *performance* komunikasi politik yang dikemas dengan rapih dan apik dengan mempertimbangkan berbagai aspek secara cermat, sehingga dapat

mendukung pencitraan yang diharapkan untuk mendapatkan pengaruh terhadap pemilih dalam menentukan pilihan politiknya.

2. Faktor yang juga turut menyokong dukungan suara terhadap pasangan Harsono-Halim yaitu ketidak solidan para partai pengusung dan pendukung calon *incumbent*, mesin politik antar partai yang bermain dalam kancah politik praktis masih berjalan sendiri-sendiri, komunikasi politik terkesan tidak terbangun intensif dan hanya berpusat pada pemenuhan kepentingan di lingkaran elit politiknya. Sementara aspirasi yang terus berkembang di tingkatan akar rumput masing-masing parpol pendukung *incumbent* kurang mendapat respon atau kurang terakomodasi.
3. Kemenangan Harsono-Halim merupakan bom waktu dari kejenuhan masyarakat Bantul terhadap sistem pemerintahan di bawah tangan kuasa dinasti politik Idham Samawi.
4. Kemenangan Harsono-Halim merupakan puncak dari kejenuhan masyarakat, sehingga pada dasarnya *political marketing* yang diusung tim sukses Harsono-Halim hanya sebagai “bumbu penyedap” dalam kontestasi Pilkada Bantul. Masyarakat tentu telah cerdas dalam melihat situasi dan kondisi selama masa pemerintahan dinasti politik Idham Samawi, hadirnya Harsono-Halim menurut peneliti sebagai tumpuan dan harapan besar dari masyarakat Bantul untuk perubahan di Kabupaten Bantul, baik dari aspek ekonomi, pendidikan, maupun sosial kemasyarakatan.

5. Dilihat dari proses evaluasi *political marketing* yang dilakukan oleh Tim Sukses Harsono-Halim, mulai dari melakukan riset hingga penempatan *political marketing* yang dilakukan sudah berlandaskan *marketing oriented party*. Karena dapat dilihat dari produk politik yang diusung oleh Tim Sukses Harsono-Halim didesain dengan menggunakan intelegen pemasaran dan disesuaikan dengan kebutuhan pemilih. Hal tersebut dapat dilihat dari proses riset yang mereka lakukan dalam pembentukan *political marketing*.

## **B. Saran**

Meskipun telah menjalankan konsep *political marketing* yang cukup baik, Tim Sukses Harsono-Halim tidak lah luput dari kekurangan-kekurangan, dengan ini peneliti memiliki saran dalam *political marketing* yang dijalankan oleh Tim Sukses Harsono-Halim, diantaranya yaitu :

1. Dalam ranah literasi politik yang dilakukan oleh Tim Sukses Harsono-Halim jangan hanya sebagai retorika, yaitu dengan memanfaatkan literasi politik yang mengarah pada kalangan-kalangan tertentu sebagai kebutuhan kampanye, melainkan literasi politik tersebut dapat menjadi program yang memiliki keberlanjutan, karena pemahaman akan politik sangat dibutuhkan masyarakat Bantul, agar tidak terjebak pada ranah politik praktis.
2. Media penyalur komunikasi politik yang dimanfaatkan oleh Tim Sukses Harsono-Halim penting untuk diberikan catatan, karena

ditengah-tengah modernitas yang terjadi alat komunikasi yang dimanfaatkan masih pada ranah tradisional, yaitu dengan memanfaatkan baliho, sticker, maupun juga pamflet. Seharusnya hal-hal tradisional seperti itu sudah tidak diperlukan lagi, karena hanya akan menghabiskan dana kampanye, namun *input* yang dihasilkan tidak sebanding. Pemanfaatan media digital dan media sosial dirasa sudah jauh dari cukup dimanfaatkan oleh Tim Sukses Harsono-Halim

3. Dalam hal *management political marketing* yang diusung Tim Sukses Harsono-Halim telah berjalan cukup baik, namun menjadi catatan penting bahwa Tim Sukses Harsono-Halim jangan hanya fokus pada strategi perencanaan dan implementasi, namun masih cukup lemah dalam hal *monitoring*, sehingga *output* yang dikeluarkan tidak sebanding dengan *input* yang didapat.
4. Sistem kolektif kolegial yang dilakukan Tim Sukses Harsono-Halim jangan hanya terfokuskan pada kuantitatif semata, seharusnya dampak dari segi kualitas juga harus menjadi perhatian penting, serta harus memiliki indikator yang jelas dalam keberhasilan yang akan dicapai.