

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Strategi pasangan Ganjar Pranowo dan Taj Yasin Maimoen memenangkan kontes pemilihan kepala daerah di Jawa Tengah. Pasangan bernomor urut 1 Ganjar Pranowo SH MIP dan pasangannya H Taj Yasin ini meraih suara sebesar 10.362.694 suara atau 58,78%. Kekuatan partai politik Jawa Tengah menjadi basis kuat pendukung PDI Perjuangan. Hal ini didukung dengan penguasaan terbesar 27 kursi pada pemilu legislatif 2014-2019. Ganjar Pranowo berasal dari partai PDIP dan memiliki dukungan politik yang kuat, dan Ganjar Pranowo adalah gubernur petahana yang mencalonkan diri untuk masa jabatan kedua. Strategi pemasaran politik pasangan Ganjar Pranowo dan H.Taj Yasin Maimoen pada pemilihan gubernur daerah Jawa Tengah tahun 2018 jadi, dapat disimpulkan bahwa peran marketing politik sangat penting untuk memenangkan kontes politik, seperti pemilihan kepala daerah di Jawa Tengah. Sebab, dalam menyusun berita harus hati-hati agar masyarakat Jawa Tengah bisa menerimanya sebagai isu voting. Berdasarkan hasil pendataan, dapat dikatakan bahwa pasangan Ganjar Pranowo dan Taj Yasin Maimoen memiliki keunggulan dibandingkan pasangan lain dalam pemilihan kepala daerah Jawa Tengah. Kelebihan tokoh Ganjar Pranowo adalah sebagai gubernur Jawa Tengah mencalonkan diri untuk periode kedua, sehingga tidak sulit bagi masyarakat untuk menganalisa kinerja Ganjar Pranowo sebagai gubernur dan menentukan pilihan.

Program-program yang ditawarkan pasangan Ganjar Pranowo dan wakilnya ini merupakan program lanjutan dari kesuksesan program-program yang dimotori oleh Ganjar Pranowo semasa menjabat sebagai gubernur, serta penilaian positif masyarakat atas kiprahnya dalam penyusunan paket produk politik. yaitu pasangan Ganjar Pranowo dan H. Taj. Yasin Maimoen mudah menembus pasar politiknya. Strategi push, pass, dan pull marketing sangat efektif karena pasangan ini Ganjar Pranowo dan H. Taj Yasin Maimoen

membentuk personal brand. Penggambaran karakter Ganjar Pranowo yang nasionalis, religius, dan profesional serta karakter Taj Yasin Maimoen sebagai anak dari tokoh agama Islam kharismatik KH Maimoen Zubair dapat memotivasi pemilih untuk berideologi nasionalis dan religius. Itu juga didukung. bahwa Jawa Tengah merupakan basis nasionalis dengan PFI-P dan basis Islam, dalam hal ini salah satu basis Nahdatul Ulama. Strategi marketing politik berperan penting dalam memenangkan Ganjar Pranowo dan Taj Yasin Maimoen pada pemilihan gubernur daerah 2018-2023 di Jawa Tengah. Keberhasilan Ganjar Pranowo dan Pasangannya H. Taj Yasin Maimoen dalam menggunakan strategi marketing politik untuk menyampaikan pesan-pesan politik dengan mudah yang dianut oleh publik. Ganjar Pranowo dan H. Taj Yasin Maimoen berhasil merebut kepercayaan para pemilihnya dengan banyak ide, gagasan dan program kerja untuk memenuhi kebutuhan masyarakat baik masyarakat mampu maupun masyarakat tidak mampu. Bahwa strategi marketing politik Ganjar Pranowo dan H. Taj Yasin Maimoen terstruktur dan terarah. Dalam mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemasaran politik dari pasangan nomoer urut satu itu, penulis menggunakan strategi pemasaran *Push*, *Pass* dan *Pull*. Serta konsep STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*).

## 5.2 Saran

Masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini yaitu pembahasan strategi pemasaran yang kurang komprehensif. Dalam strategi pemasaran politik yang dirancang oleh Adman Nursali, terdapat 9 strategi pemasaran politik yang menggunakan singkatan 9P (*Position, Policy, Person, Party, Presentation, Push Marketing, Pull Marketing, Passport Marketing and Voting*). Oleh karena itu, penulis memberikan saran sebagai berikut untuk kesinambungan dan kelengkapan penelitian selanjutnya:

### 1. Saran Teoritis

- A. Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi pemasaran politik caleg, agar teori pemasaran politik dapat dikaji lebih detail, sehingga segala kekurangan yang penulis lakukan dalam penelitian

ini dikompensasikan dengan evaluasi untuk mempertajam teori. Pemasaran politik.

- B. Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dalam diskusi yang sama untuk melihat ritme yang sama dalam setting komunitas yang berbeda. Oleh karena itu penelitian lebih lanjut dapat menunjukkan apakah teori ini selalu hidup berdampingan dengan memeriksa kondisi komunitas yang berbeda atau bahkan menggunakan teori lain.

## 2. Saran Akademik

- A. Dalam penelitian ini bagi peneliti yang fokus pada penelitian sejenis, untuk melakukan perbandingan dengan daerah lain. Bagi penulis lain yang menggunakan teori strategi pemasaran politik dan konsep representasi perempuan, hal ini memberikan indikasi apakah penerapannya dapat diterapkan dalam kondisi sosial yang berbeda tergantung wilayah penelitian.
- B. Bagi penulis lain yang ingin meneliti strategi pemasaran politik, disarankan untuk meneliti apakah caleg tersebut merupakan figur yang diterima oleh masyarakat mayoritas dan apakah mereka menduduki posisi strategis internal dan eksternal di partai politik.
- C. Untuk kajian serupa, penulis harus memperhatikan karakteristik masyarakat yang berbeda ketika menentukan pemilih utama dan ketika mengangkat calon pribadi sesuai dengan keadaan masyarakat.