

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Pemasaran Politik (*Political Marketing*) Pasangan Ridho Ficardo dan Bachtiar Basri dalam Pemilihan Gubernur Lampung Tahun 2014 telah dilaksanakan dengan baik, yaitu sebagai berikut:

1. Pada strategi *push marketing*, Tim Sukses melakukan kampanye politik secara langsung kepada segmen masyarakat pemilih, yaitu dalam bentuk kampanye terbuka, pertunjukan kesenian dan hiburan rakyat, pengajian, dan kegiatan sosial. Strategi *push marketing* ini merupakan strategi yang dominan dalam pelaksanaan kampanye, karena pelaksanaannya yang dapat menarik minat masyarakat dalam jumlah yang besar dan adanya pertemuan secara langsung antara kandidat calon gubernur dengan masyarakat calon pemilih, sehingga masyarakat mengetahui sosok atau pribadi calon gubernur yang akan mereka pilih dalam pelaksanaan Pemilihan Gubernur.
2. Pada strategi *pull marketing*, Tim Sukses melakukan kampanye politik menggunakan media yaitu menyajikan materi kampanye mengenai visi dan misi pasangan Gubernur untuk mempersuasi masyarakat agar memilih Pasangan M. Ridho Ficardo dan Bachtiar Basri

3. Pada strategi *pass marketing*, Tim Sukses menjalin hubungan dan koordinasi dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh di masyarakat, seperti tokoh agama, tokoh masyarakat dan tokoh pemuda dengan maksud agar mereka dapat mengajak masyarakat yang ada di wilayahnya untuk memilih Pasangan M. Ridho Ficardo dan Bachtiar Basri.

B. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada strategi *push marketing*, Tim Kampanye calon Gubernur pada masa mendatang disarankan untuk meningkatkan kampanye yang berorientasi pada upaya pendidikan politik dalam rangka mencerdaskan masyarakat, seperti diskusi atau dialog publik tentang politik. Selain itu upaya pendidikan politik sebaiknya tidak hanya dilakukan partai pada masa kampanye saja, tetapi dapat dilaksanakan secara berkesinambungan pada waktu-waktu di luar masa kampanye Pemilu, sehingga masyarakat memiliki kepercayaan dan keyakinan bahwa calon pasangan kandidat Pilkada tidak hanya mendekati diri dengan masyarakat karena kepentingan perolehan suara semata, tetapi lebih berorientasi pada upaya pencerdasan politik masyarakat.
2. Pada strategi *pull marketing*, Tim Kampanye calon Gubernur mendatang disarankan untuk tidak hanya menyajikan materi kampanye di media massa berupa profil dan foto calon pasangan kandidat Pilkada, tetapi hendaknya

menyajikan visi, misi dan program yang akan dilaksanakan apabila kelak terpilih sebagai pemimpin di Provinsi Lampung.

3. Pada strategi *pass marketing*, Tim Kampanye calon pasangan kandidat Pilkada mendatang disarankan untuk menindaklanjuti dan menepati kontrak politik dengan tokoh-tokoh masyarakat, pemuda dan agama. Hal ini penting dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada calon pasangan kandidat Pilkada di masa mendatang.