

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penjelasan analisis pada bab III Mengenai Kelebihan yang dimiliki oleh Partai GOLKAR adalah sebagai berikut :

1. Kelebihan Partai GOLKAR merupakan partai yang dermawan untuk mensejahterakan masyarakat (Push Marketing).
2. Faktor figur seorang pemimpin masih sangat kuat dari segi pengalaman politiknya dan financialnya (Pass Marketing).
3. Partai Golkar mempunyai media masa (TV one dan Antv) untuk pencitraan Partai GOLKAR (Pull Marketing).

Kelemahan yang dimiliki Oleh Partai GOLKAR adalah Sebagai berikut :

1. Pemberian stimulan yang dilakukan oleh Partai GOLKAR terlalu bersifat Pencitraan dan tidak menyeluruh di daratan indonesia (Push Marketing).
2. Faktor figur yang dimiliki Partai GOLKAR memiliki sifat Individualisme (Pass Marketing).
3. Media yang dimiliki oleh Partai GOLKAR terlalu di Politisasi demi kepentingan Partai GOLKAR (Pull Marketing).

Maka strategi kampanye dari kelebihan dan kelemahan Partai GOLKAR terkait pemilihan umum 2014 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Strategi Kelebihan diantaranya :

1. Berdasarkan *Push marketing* yang dilakukan oleh Partai GOLKAR strategi kedepannya dalam mencari suara Kegiatan yang bersifat pemberian stimulan kepada masyarakat Kota Yogyakarta harus dilakukan secara terus menerus agar masyarakat menilai positif kegiatan pemberian stimulan kepada Partai GOLKAR.
2. Berdasarkan *Pass marketing* yang dilakukan oleh Partai GOLKAR strategi kedepannya adalah menjual citra figur Partai GOLKAR ke Publik, yang telah menjadi panutan bagi masyarakat Indonesia dan masyarakat Kota Yogyakarta
3. Berdasarkan *Pull marketing* yang dilakukan oleh Partai GOLKAR strategi kedepannya adalah media massa yang berupa TV one dan Antv harus di optimalkan dengan baik terkait pencitraan Partai GOLKAR, kemudian ada media Lokal yang mau diajak kerjasama diantaranya RBTv, Kedaulatan Rakyat dan media lainnya yang ada di Kota Yogyakarta, dengan anggapan masyarakat Kota Yogyakarta dapat memahami tentang aktifitas Partai GOLKAR.

Strategi Kekuarangan diantaranya :

1. Berdasarkan *Push marketing* pemberian stimulan yang bersifat pencitraan dan tidak menyeluruh harus diatasi dengan pemberian stimulan yang secara cuma-cuma tanpa mengharapkan imbalan apapun dari masyarakat agar masyarakat Kota Yogyakarta menilai baik terhadap kegiatan ini.
2. Berdasarkan *pass marketing* figur Partai GOLKAR mempunyai sifat individualisme dimana figur-figur ini mementingkan usahanya semata, melihat realita ini sifat individualisme ini harus di hilangkan agar masyarakat merasa senang dengan kehadiran figur-figur Partai GOLKAR. Yang menjadikan masyarakat Kota Yogyakarta kurang peduli Terhadap Partai GOLKAR.
3. Berdasarkan *Pull marketing* media yang dipakai oleh Partai GOLKAR terlalu di politisasi. Kedepannya media ini harus secara transparan dalam mencitrakan Partai GOLKAR agar masyarakat Kota Yogyakarta dapat tersanjung dengan pemberitaan media terkait Partai

B. Rekomendasi politik

Rekomendasi politik ini ditujukan kepada DPD GOLKAR Kota Yogyakarta. Rekomendasi politik yang dapat penyusun kemukakan berkaitan dengan keberadaan Strategi Pemilu adalah :

Pencitraan seorang pemimpin harus ditingkatkan atau diperbaiki sebaik mungkin, jangan sampai citra pemimpin yang buruk ini menjadi sebuah penghalang bagi kelangsungan pemilahn umum pada tahun 2014, dimana kecendrungan orang memilih tidaklah maksimal.

Strategi kampanye harus dijalankan secara matang tanpa ada unsur-unsur yang melibatkan kepentingan individu saja, kemudian hal inilah yang menyebabkan lupa tujuan dari kampanye adalah bagaimana suatu partai dapat menyampaikan informasi politiknya terhadap masyarakat harus dibuktikan secara nyata agar kesejahteraan yang diidam-idamkan oleh masyarakat dapat terlaksana dengan baik.

Strategi merebut suara dari partai lain harus dilakukan secara diam-diam, melalui agitasi dan propaganda agar para simpatisan pemilih yang lain dapat berpindah dan memilih Partai Golongan Karya sebagai suaranya pada pemilu tahun 2014.