

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan TB Ace Hasan Syadzily dalam memenangkan Pemilu Legislatif 2024 di Daerah Pemilihan Jawa Barat II tidak terlepas dari penerapan strategi marketing politik yang komprehensif dan terukur. Dengan memanfaatkan tiga teori utama dalam *marketing politik*, *Pass Marketing*, *Push Marketing*, dan *Pull Marketing*. TB Ace Hasan berhasil membangun citra positif yang kuat di mata pemilih. Latar belakang pendidikan yang solid dan karier politik yang panjang turut memperkuat profil TB Ace Hasan sebagai seorang politisi yang kredibel dan berpengaruh.

Pendekatan yang digunakan tidak hanya mengandalkan komunikasi langsung dan interaksi personal, tetapi juga mengintegrasikan penggunaan media sosial dan endorsement dari tokoh masyarakat untuk memperluas jangkauan kampanye. Pemanfaatan data survei yang mendalam dan analisis demografi pemilih memungkinkan tim kampanye TB Ace Hasan untuk menyusun strategi yang tepat sasaran dan responsif terhadap dinamika politik yang berkembang.

Dengan kombinasi antara strategi tradisional dan digital, serta kolaborasi yang efektif dengan berbagai elemen masyarakat, Ace Hasan berhasil mengatasi tantangan kompetisi dan meraih dukungan yang signifikan dari pemilih. Kesuksesan ini menggarisbawahi pentingnya adaptabilitas, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pemilih, serta implementasi strategi marketing politik yang tepat dalam kontestasi politik yang semakin kompleks.

Keberhasilan TB Ace Hasan Syadzily dalam Pemilu Legislatif 2024 di Dapil Jawa Barat II merupakan hasil dari penerapan strategi marketing politik yang terintegrasi dan adaptif, menggabungkan komunikasi langsung dengan pemilih, penggunaan media sosial yang efektif, serta kolaborasi dengan

berbagai elemen masyarakat, yang semuanya didukung oleh analisis data yang mendalam dan pemahaman yang kuat terhadap dinamika lokal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta penarikan kesimpulan diatas penulis ingin memberikan saran baik itu secara praktis maupun secara akademis yang diuraikan sebagai berikut:

a. Secara Praktis

Untuk kampanye mendatang, TB Ace Hasan Syadzily dan timnya disarankan mengintegrasikan strategi tradisional dan digital, memanfaatkan analitik data dan kecerdasan buatan untuk memprediksi tren pemilih dan menyesuaikan strategi secara real-time. Mereka juga perlu memperluas kolaborasi dengan komunitas lokal, memperluas jaringan relawan, dan mengembangkan konten kreatif dan interaktif di media sosial untuk menarik pemilih muda.

b. Saran Teoritis:

Dari perspektif akademis, penelitian lebih lanjut bisa difokuskan pada analisis komparatif efektivitas strategi marketing politik antara daerah perkotaan dan pedesaan, khususnya dalam konteks penggunaan media digital versus pendekatan tatap muka. Selain itu, pengembangan model baru yang lebih holistik dalam marketing politik, yang menggabungkan analisis psikografis dengan demografis, dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai bagaimana kandidat politik dapat menargetkan segmen pemilih yang berbeda dengan lebih efektif. Penelitian ini juga dapat mengeksplorasi bagaimana budaya lokal mempengaruhi strategi marketing politik dan menentukan keberhasilannya dalam berbagai daerah pemilihan.