

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Strategi yang digunakan oleh PSI dalam meningkatkan popularitas partai kepada kaum muda di Kota Jakarta Barat selama periode 2019 – 2021 adalah sebagai berikut :

1. Strategi Sosialisasi Politik PSI memanfaatkan Media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan sosialisasi politiknya, dimana PSI mengupayakan strategi ini melalui program – program seperti Webinar dan live diskusi, seperti Podcast melalui Spofity dan Zoom dengan berbicara mengenai kehidupan Anggota DPRD DKI fraksi dari PSI, ada juga live diskusi mengenai sosialisasi pantau APBD yang dilakukan melalui Instagram DPD PSI Jakarta Barat yang dimana organisasi tersebut diketuai oleh Sekretaris DPD PSI Jakarta Barat.
2. Strategi Sosialisasi Politik PSI juga menggunakan Program – program Pendekatan secara langsung, seperti forum diskusi yang diadakan di kantor DPD PSI Jakarta Barat, Program Magang PSI, hingga ke Bakti Sosial/kegiatan sosial dengan terjun langsung ke rumah – rumah warga disekitaran wilayah Jakarta Barat.

3. Strategi Marketing Politik PSI dengan merujuk pada teori Adnam Nurnal yang membagi tiga tahapan dalam Proses Marketing Politik, Yaitu Push Marketing, Pull Marketing, dan Pass Marketing. Yang dimana Push Marketing PSI ini dengan pendekatan secara langsung kepada kaum muda di Jakarta Barat, hal ini dapat dibuktikan dengan kepemimpinan/kader dari PSI yang didominasi oleh kaum muda, dengan mengadakan program-program Bakti sosial PSI seperti, Pembagian Rice box, membuka posko vaksinasi gratis untuk seluruh warga Jakarta Barat, membantu warga Jakarta Barat yang mengalami musibah seperti banjir, kebakaran dan sebagainya, Pull Marketing yang dilakukan PSI khususnya DPD PSI Jakarta Barat memanfaatkan Media Sosial dalam strategi penyampaian pesan pendekatan dalam membangun citra positif PSI kepada masyarakat maupun Kaum muda di Jakarta Barat, seperti melalui akun-akun media sosial yang memang digandrungi oleh kaum muda, seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya, penyampaian pesan politik PSI juga dengan bahasanya yang santai dan menyesuaikan Bahasa kaum muda, Pass Marketing yang dilakukan PSI adalah dengan menggunakan internal partai supaya turut aktif untuk terjun lapangan ke masyarakat Jakarta Barat.

Dan dalam hasil penelitian ini bisa disimpulkan bagaimana hasil dari pelaksanaan Strategi Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dalam meningkatkan popularitas partai kepada kaum muda di Kota Jakarta Barat selama periode 2019 – 2021, yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa mahasiswa universitas di wilayah Jakarta Barat, dan kaum muda Di kota Jakarta Barat, serta anak Magang PSI Jakarta bahwa mereka melihat PSI sebagai Wadah bagi anak muda serta harapan baru bagi kaum muda untuk dapat terjun langsung ke dunia politik, akan tetapi dalam Strategi Sosialisasi PSI masih di rasa kurang efektif, karena PSI pada periode 2019 – 2021 masih terlalu memanfaatkan Media Sosial, dan kurang dalam membuat suatu program yang dapat menarik perhatian kaum muda khususnya di kota Jakarta Barat, dan hanya satu program Sosialisasi PSI yaitu Program Magang yang efektif dan diakui oleh Kaum muda di Kota Jakarta Barat karena banyak mengikutsertakan kepada kaum muda untuk terjun kelapangan langsung mengikuti program – program politik PSI.

2. Hasil dari pelaksanaan Strategi marketing politik ini kaum muda di Jakarta Barat berpandangan bahwa dalam pemasaran politik PSI yang mereka ketahui lebih banyak melalui media sosial, akan tetapi mereka berpandangan juga bahwa setiap kegiatan Bakti Sosial yang PSI jalankan untuk warga Jakarta Barat sangat baik dan positif, strategi ini sangat efektif untuk meningkatkan elektabilitas PSI, akan tetapi kaum muda di Jakarta Barat belum menemukan adanya kegiatan Bakti Sosial khusus Kaum Muda di Kota Jakarta Barat, dalam pendekatan secara langsung masih kurang tersampaikan kepada Kaum Muda di Jakarta Barat.

3. Cara PSI mempromosikan Partainya di media – media sosial PSI seperti Instagram, Facebook, Twitter, Chanel Youtube, Bahkan Tiktok yang dimana media sosial tersebut sangat mudah dijangkau oleh kaum muda, dengan konten –

konten serta postingan yang menggunakan Bahasa anak muda, sehingga strategi ini dapat meningkatkan Popularitas PSI kepada kaum muda di Kota Jakarta Barat.

4. PSI masih lemah dalam strategi pemasaran politik dengan menggunakan organisasi atau tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh besar di Kota Jakarta Barat, PSI memang pada saat itu belum memiliki Tokoh yang memiliki pengaruh besar dalam menarik perhatian kaum muda Jakarta Barat. maka dari itu PSI mengandalkan internal partai

5. Dan kesimpulan Pemilih kaum muda di Kota Jakarta Barat cenderung masuk kepada tipe Pemilih Rasional. Pemilih Rasional adalah pemilih yang memiliki orientasi tinggi pada "*policy-problem-solving*" dan berorientansi rendah untuk faktor ideology. Pemilih kaum muda di Kota Jakarta Barat lebih mengutamakan kemampuan partai politik atau calon-konstestan dalam program kerjanya. mereka cenderung melihat partai itu dari Program serta platform yang ditawarkan untuk kedepannya, dan tidak sedikit dari mereka juga melihat dari program – program yang lalu atau yang sudah dijalankan oleh PSI, dan orientansi mengenai ideology tidak begitu terlalu berpengaruh dalam alasan memilih bagi kaum muda di Kota Jakarta Barat.

## 5.2 Saran

Dalam pelaksanaan Strategi PSI Jakarta khususnya DPD PSI Jakarta Barat Peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Dengan hasil wawancara peneliti dengan beberapa kaum muda di Kota Jakarta Barat, tidak sedikit dari mereka yang melihat Partai Politik dari Program – program kerja yang ditawarkan, kaum muda di Kota Jakarta Barat khususnya mereka yang termasuk tipe pemilih rasional yang lebih mengedepankan program – program Partai kedepannya dan program – program partai yang dapat menyelesaikan permasalahan kaum muda, ini harus di rancang dengan strategi sesuai dengan kebutuhan dari kaum muda di Kota Jakarta Barat, dimana Kaum muda di Kota Jakarta Barat lebih tertarik pada program – program pendekatan secara langsung, dan mengikutsertakan kaum muda di setiap kegiatan – kegiatan politik di partai bukan hanya gencar di Media sosial saja. Karena kaum muda di Kota Jakarta Barat lebih tertarik dengan program nyata dari partai politik.

2. PSI sebagai Partai Anak Muda sudah sepatutnya untuk menghasilkan Tokoh politik muda yang inspiratif dan dapat menjadi pengaruh yang besar di lingkungan masyarakat Kota Jakarta Barat, karena dalam hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa PSI masih lemah dalam hal ketokohan, belum ada tokoh yang dapat menjadi alasan besar untuk Kaum muda memilih PSI.