

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Harianto Mamangkey adalah sosok inspirator politik kebangsaan bagi negara multikultural Indonesia. Berdomisili di desa Dulupi dan beragama Budha tidak membuat yang bersangkutan berafiliasi dan mengabdikan dirinya bagi masyarakat Kecamatan Dulupi yang hampir 97 % beragama Islam sementara Budha hanya 7 orang. Namun dengan jumlah yang ada, Harijanto Mamangkey selalu diprioritaskan oleh masyarakat di Kecamatan Dulupi. Sesuai dengan uraian hasil pembahasan *marketing politi* Harijanto Mamangkey di atas, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, pada aspek marketing politik, Harijanti Mamangkey mampu menempatkan dirinya pada sisi marketing politik sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat. Baik pada aspek pruduk, promosi, harga dan penempatan telah dilakukan oleh Harijanti Mamangky bukan hanya pada saat Pemilu, namun keberadaannya dalam lingkungan masyarakat di Kecamatan Dulupi telah menjalan proses strategi politik sehingga membuat kandidiat tersebut terpilih sebagai anggota Dewan Kabupaten Boalemo selama tiga periode.

Kedua, faktor yang mempengaruhi marketing politik Harojanto Mamangkey adalah *perfromance* yang selalu menonjilkan aspek kesederhaan hidupnya yang membuat pemilih merasa senang dengan pribadinya walaupun berbeda keyakinan atau agama. Faktor yang kedua adalah rekam jejak, kepiawaian, kesederhanaan dan keihkalasan dalam menyanggupi kebutuhan masyarakat membuat Harijanti Mamangkey terterima dalam setiap lapisan masyarakat

5.2 Saran

Berangkat dari kesimpulan di atas, peneliti memberikan rekomendasi atau saran menyangkut dengan temuan penelitian sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi rekomendasi bagi setiap elit politik di Boalemo agar sedapat mungkin mengalahkan politik kebangsaan dari tangan-tangan multikultural berbangsa dan bernegara.
- b. Sebagai acuan bagi partai politik dan calon anggota DPRD dalam menentukan grand strategi politik pada level setiap perhelatan demokrasi terminal pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adman Nursal. 2004. Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu . Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Arifin, Anwar. 2003. Komunikasi Poitik : Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia. Jakarta. PT. Balai Pustaka.
- Afan Gaffar, 2006. politik Indonesia: Transisi Menuju Demokrasi Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Asfar,M, 2004. Pemilu dan Perilaku Memilih 1955-2004. Surabaya: Pustaka Utama
- Cangara, Hafied. 2011. Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- C.S.T. Kansil . 1986. Dasar-dasar Ilmu Politik. Yogyakarta: UNY Press.
- Dede Rosyada dkk . 2005. Memilih dan Dipilih. Jakarta: P.T. Pradnya Paramita, cetakan ketiga yang disederhanakan.
- Emaya Suradinata, 1996. Ekologi Pemerintahan Dalam Pembangunan, Ramadhan, Bandung.
- Firmanzah. 2008. Marketing Politik. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.*
- Firmanzah, (2012), Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, Jakarta, Yayasan. Obor Indonesia.*
- Haroen, Dewi. 2014. Personal Branding. Jakarta : PT Gramedia Pusta.*
- Hamid Wirman, Dkk. Strategi Mobiliasi Partai Demokrasi Indonesia (PDIP) dalam Pemilu 2019 di desa Kota Raja Kecamatan Dulupi. Jurnal Politico Vomue 8 No 2 (2019)

- Jimly Asshiddiqie, 2006. Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi, Jakarta,
- Miriam Budirjo. 2008. Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Montoya, Peter. 2002. The Personal Branding Phenomenon, Nashville, VaughanPrinting.
- Nimmo, D. 2000. Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media). Bandung: Remadja Posdakarya.
- Putra, Dedi Kurnia Syah, 2015. Komunikasi CSR Politic Membangun Reputas, Etika dan Estetika PR Politik.
- Ramlan Surbakt'. 1992. Memahami Ilmu Politik. Jakarta: PT. Grasindo.
-, 1999. Memahami Ilmu Politik. Jakarta: Grasindo
- Satjipto Rahardjo. 2009. Penegakan Hukum (Suatu Tinjauan Sosiologis). Yogyakarta; Genta Publishing,
- Soewoto Mulyosudarmo, 2004. Pembaharuan Ketatanegaraan Melalui Perubahan Konstitusi, Asosiasi Pengajar HTN dan HAN dan In-TRANS, Malang.
- Sentanoe kertonegoro, Management Organisasi, Widya Press, Jakarta, 1994, hal 56.
- Schroder, Peter. 2003. Strategi politik. Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D