

BAB V PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemenangan Bupati Simalungun Jopinus Ramli Saragih dalam pemilihan umum kepala daerah Tahun 2016 memiliki strategi perencanaan (Planing Mode) dan strategi evolusioner (evolutionary mode). Strategi perencanaan (Planing mode) yaitu tidak terlepas dari fase pemerintahannya sewaktu menjabat sebagai Bupati Simalungun satu periode yang dekat dengan rakyat serta memiliki kinerja tersendiri yang dapat dinilai masyarakat.

Adapun strategi lain yang menjadi analisis penulis dalam strategi politik dari pemenangan Bapak JR Saragih adalah Strategi Kampanye Politik, Marketing Politik, dan komunikasi politik. Kampanye Politik dari pemenangan bupati simalungun JR saragihdikonsepskan dalam tema kampanye yaitu “Simalungun MANTAB”.Gagasan tema kampanye ini langsung dari Bapak Jopinus Ramli Saragih sendiri, karena memang beliau sudah menjabat satu periode menjadi Bupati Simalungun.Marketing politiknya disimpulkan Secara ekonomis Bapak JR Saragih adalah orang yang mampu dari segi materi.Jadi untuk masalah produk, promosi, harga, dan tempat, dikonsepskan yang bergerak adalah Tim relwan dan mesin partai.

Untuk Komunikasi politik dari pemenangan bupati simalungun dalam pemilu pada tahun 2016 disimpulkan bahwa penulis mengarahkan teori yang diungkapkan oleh Damsar yang membagi komunikasi politik dalam beberapa

focus yaitu Fungsi Komunikasi politik, actor politik, dan model komunikasi politik. Dari segi fungsi komunikasi politik fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi instruksi, fungsi persuasi dan fungsi hiburan, sudah terorganisir sedemikian rupa karena memang ini adalah tugas seluruh partai politik dalam menjalankan eksistensinya di masyarakat. Kemudian dari segi actor politik yang memiliki dampak yang berpengaruh adalah bapak JR Saragih langsung.

Kemudian diikuti oleh berbagai media yang meliput dan Media inilah yang menyebarluaskan ke masyarakat. Aktor politik yang dominan dalam kemenangan bupati simalungun JR Saragih adalah politisi yaitu bapak JR Saragih sendiri dan mesin partai yang bergerak di berbagai daerah di kabupaten Simalungun. Lebih lanjut untuk model komunikasi politik dari kemenangan bupati Simalungun menggunakan model Linear dan interaksi sumber penyampaian komunikasi politik langsung dari bapak JR Saragih. Sehingga partai politik, tim relawan, serta media yang merilis adalah yang menyebarluaskan komunikasi politik ke masyarakat.

SARAN

1. Dari segi popularitas Bapak JR Saragih memang telah terbukti cukup terkenal di kabupaten Simalungun. Namun dari segi kinerja beberapa daerah di Simalungun yang terdiri dari 31 kecamatan belum terdistribusi dengan baik. Dominasi kinerja bapak JR Saragih hanya di Ibukota kabupaten Simalungun yaitu Pematang Raya. Untuk itu penulis memiliki anggapan bahwa pelayanan masyarakat harus kembali ditingkatkan

terkhusus didaerah pelosok di kabupaten Simalungun yang belum memiliki akses jalan yang baik.

2. Penulis menyadari bahwa untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemenangan bupati Simalungun dalam Pemilihan Umum kepala daerah Tahun 2016 adalah dari Bapak JR Saragih. Untuk itu penulis berharap ada kaum akademisi yang melanjutkan penelitian ini dengan narasumber Bapak JR Saragih langsung untuk mendapatkan data secara akurat.
3. Seperti yang kita ketahui dalam strategi politik bapak JR Saragih lebih sering menggunakan kelebihan yang mampu dalam segi materi. Untuk hal ini beliau sering memberikan bantuan-bantuan dari beberapa kegiatan yang jumlahnya cukup tinggi. Penulis berharap untuk hal ini adalah contoh yang sedikit salah karena memang akan mendorong dan mengklaim bahwa bapak JR Saragih adalah gudang uang.