



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh selama proses penelitian yang telah diolah dalam pembahasan, peneliti menarik beberapa kesimpulan. Dari 11 taktik yang ada dalam Strategic Brand Management Process menurut Keller yang telah dimodifikasi oleh Downer, secara keseluruhan TKN hanya melakukan tujuh taktik. Adapun taktik yang TKN lakukan adalah pembentukan *mental map*, *competitive frame of reference*, *points of difference and parity*, *brand values and mantra*, *mixing and matching brand elements*, *integrating brand marketing activities* dan *brand equity chain*.

Secara keseluruhan, taktik yang dilakukan TKN melalui Jokowi App menurut Silih Agung merupakan pilihan yang tepat namun TKN masih perlu melakukan evaluasi mendalam mengenai aplikasi seperti apa yang milenial sukai beserta kontennya dan bagaimana evaluasi mengenai keberadaan Jokowi App untuk mempengaruhi milenial dalam memilih. Evaluasi yang dimaksudkan adalah evaluasi mengenai *ouptut*, *ouptakes*, serta *outcome* dari Jokowi App. Menurut Silih, Jokowi App memang sudah bertepatan dengan milenial dengan warna-warna yang ceria namun konten dalam Jokowi App masih terkesan konten orang tua, yang tidak masuk ke milenial. Silih menilai Jokowi App merupakan aplikasi yang kemasannya milenial namun dari segi gaya bahasa dan dengan adanya konten mengenai keberhasilan pembangunan infrastruktur tidak cocok dengan arti keberhasilan bagi milenial.

Jokowi App adalah *mobile apps* berbasis ios dan android yang dipergunakan TKN sebagai media untuk kampanye, menangkal *hoax*, serta menjadi sarana penampung aspirasi masyarakat dalam bentuk video maupun artikel. Target utama

peluncuran Jokowi App adalah generasi milenial. Berdasarkan riset FISIP UI mengenai karakter pemilih milenial dalam konteks pemilu 2019, menurut Silih Agung, milenial saat ini memilih lebih banyak berdasarkan *peer group* mereka yang artinya masuk ke dalam kategori *modest* dalam penelitian FISIP UI.

## 5.2 SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *political branding* paslon 01 pada masa kampanye pilpres 2019 di basis pemilih milenial (Studi Kasus Jokowi App) terdapat beberapa saran yang ditunjukkan sebagai salah satu upaya untuk pengembangan penelitian mengenai *political branding* melalui app.

### 5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengetahui bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini karena keterbatasan waktu dan kemampuan. Peneliti berhadapan penelitian ini dapat dilanjutkan untuk dikaji lebih dalam.

Peneliti juga berharap, penelitian ini dapat dilanjutkan dan mendapatkan hasil yang lebih mendalam dari sisi kajiannya. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam hal referensi baik bagi peneliti lain dan bagi keilmuan komunikasi khususnya terkait *political branding* melalui app.

### 5.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, masyarakat dapat memanfaatkan media baru seperti app untuk hal yang membawa dampak positif bagi politik Indonesia.