

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah pada komunikasi politik dengan model *hidden agenda* (agenda tersembunyi). Sesungguhnya, agenda-agenda tersembunyi bukan sesuatu yang buruk atau lebih baik daripada agenda yang tampak di permukaan, hanya saja agenda pribadi yang tersembunyi pada komunitas bisnis Melia Sehat Sejahtera yang tak hanya bentuk murni bisnis *multi level marketing* tetapi juga menjadi agenda tersembunyi untuk pengantar caleg bagi beberapa oknum. Dan ini merupakan pendorong utama dari hubungan dalam organisasi.

Bahkan agenda tersembunyi tidak seharusnya muncul ke permukaan, karena semua memiliki sejumlah hal yang tak akan diterima oleh seseorang padahal sama sekali tidak berbahaya. Namun ketika mereka merusak kredibilitas ataupun kemajuan suatu proses, itu berarti mereka merusak integritas orang-orang yang bersikap terbuka dan penuh komitmen.

Dapat menebak adanya agenda tersembunyi di dalam tim ketika tidak terjadi kemajuan yang dapat dijelaskan hanya dengan pengamatan biasa. Terkadang sinyal nonverbal seperti pertukaran tatapan diam-diam, kebosanan yang diperlihatkan, atau aksi memblokir yang konsisten serta menunjukkan keberadaan mereka.

Dalam penelitian ini terdapat agenda tersembunyi yang dilakukan oleh para *leader* PT Melia Sehat Sejahtera dengan bersembunyi di balik agenda yang tampak melalui bisnis *multi level marketing*. Agenda yang tampak dalam

bisnis ini adalah *marketing plan* perusahaan. Sedangkan agenda tersembunyi dalam bisnis ini adalah penempatan posisi leader pada partai politik tertentu. Agenda tersembunyi ini tidak hanya dilakukan oleh para *leader* saja, melainkan dimulai dari agenda tersembunyi anggota tim, agenda tersembunyi pemimpin tim, dan agenda tersembunyi antara satu anggota perseorangan dan tim, baik secara sadar maupun tidak sadar.

Agenda tersembunyi antara anggota tim atau tim jaringan dari *leader* dengan level kepemimpinan sebagai *presidium leader commite nasional* ditandai dengan manajemen memiliki solusi-solusi jalur belakang dalam mengembangkan jaringan. Untuk agenda tersembunyi pemimpin tim dapat diprediksi dengan pernahnya memblokir anggota tim yang berisik, juga memiliki solusi-solusi jalur belakang, melindungi orang-orang kesukaannya. Mengadakan konsolidasi yang dihadiri oleh *leader* tinggi dan minimal dihadiri oleh para member sebagai ajang penguat suara atau kampanye dalam mendekati pemilu caleg. Serta adanya rapat-rapat tertutup yang dihadiri oleh para *leader commite*.

Namun yang terlihat dan terekam dalam memory masyarakat luas khususnya para member baru yang tanpa sadar adalah komunikasi tentang kebenaran yang disampaikan dengan keterbukaan yang penuh perhatian akan meningkatkan kesadaran, membangkitkan komitmen baru, menciptakan lebih banyak energy, dan melimpahi para *member* dengan keinginan untuk belajar. Itulah yang nampak pada tahap awal proses komunikasi politik pada PT Melia Sehat Sejahtera melalui *marketing* bisnis *multi level marketing*. Akhirnya, “sistem perusahaan yang transparan” bisa jadi hanya kata-kata persuasif dalam

agenda terbuka untuk menutupi sistem penempatan caleg pada partai politik tertentu.

B. Rekomendasi

Setelah pengolahan data dilakukan, analisis hingga yang terakhir rekomendasi. Rekomendasi ini diharapkan bisa dijadikan sebagai masukan bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap penelitian ini:

1. Untuk Masyarakat Kota Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat kota Surabaya sebagai saran, kontribusi sekaligus evaluasi dalam memahami suatu komunikasi politik yang tersembunyi dalam transparansi yang dilakukan oleh PT Melia Sehat Sejahtera. Khususnya bagi para *member* yang tidak akan pernah menyadari hal ini karna hasil pencucian otak.

2. Untuk PT Melia Sehat Sejahtera

Agar semakin meningkatkan intensitas komunikasi tidak hanya kepada para member baru tetapi juga pada *leader-leader* baru yang sudah lama berada dalam komunitas bisnis perusahaan namun tidak aktif dalam mengikuti pertemuan-pertemuan agar di evaluasi kembali dan menjadi catatan perusahaan untuk terus melakukan terobosan strategi kreatif, mengena dan berbasis peningkatan efektifitas program kerja para *leader* dan *member*.

3. Untuk UIN Sunan Ampel Surabaya terutama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan teori mengenai penelitian marketing komunikasi politik yang terkait dengan studi kasus dalam penempatan *leader* perusahaan MLM sebagai caleg partai politik tertentu.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang studi ilmu komunikasi dan sebagai bahan pertimbangan untuk bacaan atau referensi untuk semua pihak
4. Untuk Riset Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut yakni:

1. melakukan kajian kuantitatif guna melakukan tes bagaimana respon para *member* PT Melia Sehat Sejahtera bila diketahui bahwa jumlah member jaringan yang dimiliki oleh tiap-tiap penyandang gelar *leader* merupakan basis dukungan suara untuk penempatan leader sebagai caleg partai politik tertentu.
2. Melakukan kajian kualitatif bagaimana mekanisme sistem media marketing komunikasi politik yang dilakukan oleh para *head leader* PT Melia Sehat Sejahtera untuk dapat bersaing kursi caleg pada partai politik tertentu.