

Strategi *Political Branding* Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) di Media Sosial Instagram @pdiperjuangan Pada Tahun 2022

Allymatul

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *political branding* Partai PDI Perjuangan di media sosial instagram @pdiperjuangan pada tahun 2022. Sejak diterapkannya sistem multipartai di Indonesia partai – partai saling berlomba untuk memperebutkan kekuasaan. Hal ini tentunya membuat persaingan yang ketat antar partai politik. Sehingga partai membutuhkan strategi dalam menjaring dukungan suara. Penelitian ini meneliti strategi *political branding* Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) di media sosial instagram @pdiperjuangan pada tahun 2022 dengan menggunakan metode penelitian netnografi dengan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data wawancara dan studi pustaka berupa buku, berita, dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Adanya kesesuaian strategi yang dilakukan PDI-P dengan teori *Political Branding* dalam menjaring dukungan suara. PDI-P menjadi satu – satunya partai di pemilu era reformasi yang berhasil memenangkan Pemilihan Legislatif dan Pemilihan Presiden dua kali berturut-turut pada tahun 2014 & 2019 serta selalu unggul dalam setiap survei elektabilitas partai politik di Indonesia. Teori *political branding* Pich & Newman digunakan untuk menjelaskan strategi politik yang dilakukan PDI-P di media sosial instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *political branding* yang dilakukan PDI-P di instagram @pdiperjuangan terdapat relasi kuat dalam meningkatkan *engagement* antara pemilih dan partai. Hal ini dapat dilihat dari respon masyarakat yang berkomentar di instagram @pdiperjuangan yang sebagian besar cenderung positif terhadap postingan PDI-P.

Kata Kunci: Strategi *Political Branding*, PDI Perjuangan, Media Sosial Instagram

Political Branding Strategy of the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI-P) on Social Media Instagram @pdiperjuangan in 2022

Allymatul

ABSTRACT

This study aims to determine the PDI Perjuangan Party's political branding strategy on the social media Instagram @pdiperjuangan in 2022. Since the implementation of the multiparty system in Indonesia, parties have competed with each other to fight for power. This of course makes intense competition between political parties. So the party needs a strategy in capturing vote support. This research examines the political branding strategy of the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI-P) on the social media Instagram @pdiperjuangan in 2022 using the netnographic research method with primary and secondary data sources. Interview data collection techniques and literature review in the form of books, news, and previous research journals that are relevant to this research. There is a conformity of the strategy carried out by PDI-P with the theory of Political Branding in capturing votes. PDI-P is the only party in the reformation election era that has succeeded in winning the Legislative and Presidential Elections twice in a row in 2014 & 2019 and has always excelled in every electability survey of political parties in Indonesia. Pich & Newman's political branding theory is used to explain the political strategy carried out by PDI-P on Instagram social media. The results of the study show that the political branding strategy carried out by PDI-P on Instagram @pdiperjuangan has a strong relationship in increasing engagement between voters and parties. This can be seen from the response of the people who commented on Instagram @pdiperjuangan, most of whom tended to be positive about PDI-P posts.

Keywords: *Political Branding Strategy, PDI Perjuangan, Social Media Instagram*