



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

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Politik pada Prodi Ilmu Politik

**Disusun Oleh :**

**Allymatul**

**1910413071**

**PRODI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dari semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Allymatul

NIM : 1910413071

Program Studi : Ilmu Politik

Bilamana di kemudian hari ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Mei 2023

Yang Menyatakan



Allymatul

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PROPOSAL PENELITIAN  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Allymatul  
NRP : 1910413071  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Proposal Penelitian saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 16 Mei 2023  
Yang menyatakan,



Allymatul

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Allymatul

NIM : 1910413071

Program Studi : Ilmu Politik

Judul Skripsi : STRATEGI POLITICAL BRANDING PARTAI DEMOKRASI  
INDONESIA PERJUANGAN (PDI-P) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@pdiperjuangan PADA TAHUN 2022

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian dari pernyataan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana dan Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing Utama



(Anwar Ilmar S.Sos., M.IP)

Pembimbing Pendamping



(Restu Rahmawati S.IP., MA)

Ketua Program Studi



(Restu Rahmawati S.IP., MA)

## **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 menjangking 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 menjangking 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*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dimampukan untuk menyelesaikan skripsi ini dan mampu menjalankan empat tahun studi Ilmu Politik UPNVJ. Penulisan skripsi ini dilakukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Politik Program Studi Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan skripsi yang berjudul **Strategi Political Branding Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) di Media Sosial Instagram @pdiperjuangan Pada Tahun 2022.**

Terselesainya skripsi ini tidak luput dari peran, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan ini, penulis dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya yang selalu menyertai penulis setiap saat
2. Ayah, Ibu, Cessy, dan seluruh keluarga terima kasih banyak senantiasa mendampingi penulis setiap saat, beserta doa, dukungan moril, dan kasih sayang yang tak terhingga.
3. Diri saya sendiri, Allymatul yang telah berjuang sampai ditahap ini dan mampu menyelesaikan penulisan ini.
4. Bapak Anwar Ilmar, S.Sos., M.IP selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, pikiran, saran-saran terbaik serta motivasi yang sangat berharga kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.
5. Ibu Restu Rahmawati S.IP., MA selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan energi, saran, dan pikirannya yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Para Dosen Prodi Ilmu Politik UPNVJ
7. Bapak Armuji, Bapak Kawier, dan Kak Berry selaku narasumber yang telah memberikan informasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

8. Sahabat seperjuangan di UPNVJ Anit, Mba Von, Cyin, Eca, Ijat, Daqi, dll telah menjadi sahabat yang selalu menemani saat mengerjakan skripsi, tiada bosan mendengarkan keluh kesah saya, selalu menghibur saya, dan selalu ada apapun kondisi saya. Terima kasih yaa.
9. Sahabat sedari SMA Pita, Dedes, Puspita, Indah selalu sabar mendengarkan keluh kesah yang dialami penulis, baik hati selalu menemani saat pengerjaan skripsi, selalu memberikan nasihat, saran, dan referensi yang sangat berharga bagi penulis.
10. Sahabat sedari SMP Rana, Via, Cegit selalu sabar mendengarkan keluh kesah yang dialami penulis, baik hati, selalu menyemangati penulis saat mengerjakan skripsi.
11. Semua teman-teman di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta khususnya Prodi Ilmu Politik Angkatan 19 yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
12. Segenap pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas kehadirannya telah memberikan makna dan warna. Semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Besar harapan penulis skripsi ini dapat berguna dan berkontribusi bagi segala pihak.

Jakarta, 16 Mei 2023

Allymatul



## DAFTAR ISI

COVER .....	i
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
PENGESAHAN SKIRPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xii
BAB 1 Pendahuluan.....	13
1.1 Latar Belakang Masalah.....	13
1.2 Rumusan Masalah .....	23
1.3 Tujuan Penelitian .....	23
1.4 Manfaat Penelittian .....	24
1.5 Sistematika Penulisan.....	24
BAB 2 Tinjauan Pustaka.....	26
2.1 Konsep dan Teori Penelitian .....	26
2.1.1 Partai Politik.....	26
2.1.2 Media Sosial Instagram.....	28
2.1.3 Strategi <i>Political Branding</i> .....	30
2.2 Kerangka Pemikiran .....	37
BAB 3 Metodologi Penelitian.....	38
3.1 Objek Penelitian .....	38
3.2 Jenis Penelitian .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4 Sumber Data .....	42
3.5 Teknik Analisis Data .....	43
3.6 Tabel Rencana Waktu .....	44

BAB 4 Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	46
4.1 Fenomena Persaingan Partai Politik di Indonesia Pasca Reformasi.....	46
4.2 Dinamika Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) di Tengah Persaingan Partai Politik Pasca Reformasi .....	52
4.3 Strategi <i>Political Branding</i> PDI-P di Media Sosial Instagram @pdiperjuangan Pada Tahun 2022 .....	64
4.3.1 <i>Personal Political Brand</i> .....	65
4.3.2 <i>Positive Brand Associations</i> .....	80
4.3.3 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	94
4.3.4 <i>Internal Alignment</i> .....	99
4.3.5 <i>Political Communication</i> .....	105
4.3.6 <i>Policy</i> .....	112
4.3.7 <i>Branding Media Sosial</i> .....	117
BAB 5 Kesimpulan dan Saran .....	127
5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Saran.....	130
5.2.1 Saran Praktis.....	130
5.2.2 Saran Teoritis .....	130
Daftar Pustaka .....	131
Riwayat Hidup .....	136
Lampiran A .....	138
Lampiran B.....	139
Lampiran C.....	141
Lampiran D .....	153
Lampiran E.....	156

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	14
Gambar 1.2 .....	16
Gambar 1.3 .....	16
Gambar 1.4 .....	17
Gambar 1.5 .....	18
Gambar 4.1 .....	51
Gambar 4.2 .....	54
Gambar 4.3 .....	56
Gambar 4.4 .....	66
Gambar 4.5 .....	66
Gambar 4.6 .....	70
Gambar 4.7 .....	70
Gambar 4.8 .....	71
Gambar 4.9 .....	72
Gambar 4.10 .....	73
Gambar 4.11 .....	74
Gambar 4.12 .....	75
Gambar 4.13 .....	76
Gambar 4.14 .....	77
Gambar 4.15 .....	79
Gambar 4.16 .....	80
Gambar 4.17 .....	83
Gambar 4.18 .....	84
Gambar 4.19 .....	85
Gambar 4.20 .....	86
Gambar 4.21 .....	89
Gambar 4.22 .....	90
Gambar 4.23 .....	92
Gambar 4.24 .....	95
Gambar 4.25 .....	96
Gambar 4.26 .....	98
Gambar 4.27 .....	100
Gambar 4.28 .....	102
Gambar 4.29 .....	103
Gambar 4.30 .....	104
Gambar 4.31 .....	105
Gambar 4.32 .....	106
Gambar 4.33 .....	108
Gambar 4.34 .....	109
Gambar 4.35 .....	110
Gambar 4.36 .....	112
Gambar 4.37 .....	114
Gambar 4.38 .....	115
Gambar 4.39 .....	116
Gambar 4.40 .....	118
Gambar 4.41 .....	119
Gambar 4.42 .....	120
Gambar 4.43 .....	123
Gambar 4.44 .....	125

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	19
Tabel 3.1.....	42
Tabel 4.1.....	60
Tabel 4.2.....	69
Tabel 4.3.....	80
Tabel 4.4.....	88
Tabel 4.5.....	117