

# **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK HASAN BASRI UMAR PADA PEMILIHAN LEGISLATIF DPRD PROVINSI DKI JAKARTA TAHUN 2019**

**Febrila**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik Hasan Basri Umar dalam mendapatkan partisipasi suara pada pemilihan umum tahun 2019 di wilayah Jakarta Utara. Dalam penelitian ini, menggunakan analisis beberapa teori, diantaranya yaitu strategi komunikasi politik oleh Dr. Gun Gun Heryanto dan teori branding politik oleh Peter Montoya (2002). Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan teknik mengumpulkan data dari metode wawancara, dokumentasi dan studi pustaka berupa buku, jurnal atau penelitian terdahulu dan website. Data yang diperoleh diambil langsung dari sumber asli di lapangan dan dapat digunakan untuk menyatakan reliabilitas data yang dihasilkan dengan menggunakan teknik wawancara dengan narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterpilihan Hasan Basri Umar pada Pemilu Legislatif Kota Jakarta Utara pada tahun 2019 dengan menggunakan dua pendekatan yaitu komunikasi politik dengan melakukan interaksi secara langsung dan juga personal branding terhitung berhasil. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun interaksi yang baik antara calon legislatif dan konstituen, penting untuk membangun kepercayaan dan dukungan dari berbagai lapisan masyarakat yang akan memilih dalam pemilihan umum 2019. Selain faktor kekuatan popularitas dan ketokohan Hasan Basri Umar menjadi faktor utama dalam meraih suara pemilih. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik dan personal branding Hasan Basri Umar efektif dalam membangun kepercayaan dan dukungan dari konstituen. Temuan ini menekankan pentingnya interaksi langsung dan keterlibatan dalam kegiatan sosial untuk menciptakan kedekatan dengan pemilih. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi politik dengan menawarkan strategi yang relevan bagi politisi dalam konteks pemilu.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Politik, Personal Branding, Pemilu 2019

***HASAN BASRI UMAR'S POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY IN THE  
2019 DKI JAKARTA PROVINCE DPRD LEGISLATIVE ELECTION***

***Febrila***

***ABSTRACT***

This research aims to determine Hasan Basri Umar's political communication strategy in gaining vote participation in the 2019 general election in the North Jakarta area. In this research, we used analysis of several theories, including political communication strategies by Dr. Gun Heryanto and political branding theory by Peter Montoya (2002). The method used is a qualitative approach with descriptive research and techniques for collecting data from interview methods, documentation and literature studies in the form of books, journals or previous research and websites. The data obtained was taken directly from original sources in the field and can be used to state the reliability of the data produced using interview techniques with sources. The research results show that Hasan Basri Umar's election in the 2019 North Jakarta City Legislative Election using two approaches, namely political communication by direct interaction and also personal branding, was successful. This approach aims to build good interactions between legislative candidates and constituents, it is important to build trust and support from various levels of society who will vote in the 2019 general election. Apart from the strength of Hasan Basri Umar's popularity and character, this is the main factor in winning voters' votes. This research shows that Hasan Basri Umar's political communication and personal branding strategies are effective in building trust and support from constituents. These findings emphasize the importance of direct interaction and involvement in social activities to create closeness with voters. This research contributes to the development of political communication science by offering relevant strategies for politicians in the election context.

***Keywords:*** *Political Communication Strategy, Personal Branding, 2019 Election*