

Strategi Marketing Sonic Branding Partai Amanat Nasional Dalam Meningkatkan Elektabilitas Menghadapi Pemilu Legislatif Tahun 2024 Di DKI Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran sonic branding Partai Amanat Nasional dalam meningkatkan elektabilitas menghadapi pemilihan umum legislatif 2024 di DKI Jakarta. Strategi ini diterapkan dan digunakan PAN untuk menarik perhatian dan membangun koneksi emosional dengan para pemilih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi sonic branding dapat meningkatkan elektabilitas PAN dan meningkatkan representasi politik di parlemen pada Pemilihan Umum Legislatif 2024 di DKI Jakarta. Penggunaan teori kampanye dan konsep partai politik, political branding, pemilu dan elektabilitas akan membantu menganalisis penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan kader dan calon legislatif PAN, dan juga diperkuat melalui informasi data penelitian dari buku, jurnal, artikel, internet dan sebagainya, serta menambahkan dokumentasi yang semakin melengkapi data dari penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sonic branding oleh PAN berhasil menciptakan identitas pemilih yang konsisten dan membedakan partai dengan pesaingnya, sehingga meningkatkan elektabilitas. Tidak hanya itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi sonic branding memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan dukungan pemilih, terbukti dengan peningkatan jumlah kursi yang diperoleh PAN baik di DPR RI maupun DPRD DKI Jakarta. Penelitian ini memberikan peningkatan penggunaan strategi sonic branding dibandingkan penelitian sebelumnya dan memberikan gambaran penggunaan dan implementasi, kemudian pengembangan, dan efektivitas strategi sonic branding serta meningkatkan representasi politik, implementasi dan penggunaan strategi yang terpadu dan inovatif, membuktikan bahwa PAN berhasil menarik lebih banyak dukungan dari pemilih, memperkuat posisinya di lanskap politik. Penelitian ini diakhiri dengan saran praktis dan teoritis.

Kata Kunci: Sonic Branding, Pemilu Legislatif, Elektabilitas.

**Sonic Branding Marketing Strategy of the National Mandate Party in
Increasing Electability in Facing the 2024 Legislative Election in DKI
Jakarta**

ABSTRACT

This research aims to analyze the sonic branding marketing strategy of the National Mandate Party in increasing electability in facing the 2024 legislative elections in DKI Jakarta. This strategy is implemented and used by PAN to attract attention and build emotional connections with voters. The aim of this research is to find out how the sonic branding strategy can increase the electability of PAN and increase political representation in parliament in the 2024 Legislative Election in DKI Jakarta. The use of campaign theory and the concept of political parties, political branding, elections and electability will help analyze this research. This research uses qualitative methods, by collecting data through interviews with PAN cadres and legislative candidates, and is also strengthened through research data information from books, journals, articles, the internet and so on, as well as adding documentation that further complements the data from this research. The results of this research show that PAN's use of sonic branding succeeded in creating a consistent voting identity and distinguishing the party from its competitors, thereby increasing electability. Not only that, this research shows that the sonic branding strategy contributed significantly to increasing voter support, as evidenced by the increase in the number of seats held. obtained by PAN both in the Indonesian DPR and the Jakarta DPRD. This research provides an increase in the use of the sonic branding strategy compared to previous research and provides an overview of the use and implementation, then development, and effectiveness of the sonic branding strategy as well as increasing political representation, the implementation and use of integrated and innovative strategies, proving that PAN has succeeded in attracting more support from voters, strengthening their position in the political landscape. This research concludes with practical and theoretical suggestions.

Keywords: Sonic Branding, Legislative Elections, Electability.