



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**POLITICAL BRANDING HJ. DESY YUSANDI DALAM MEMBANGUN  
CITRA KANDIDAT PADA KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF 2024 DI  
KOTA TANGERANG**

Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik

Nama : Cantika Sashi Kirana

NIM : 2010413158



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

**POLITICAL BRANDING HJ. DESY YUSANDI DALAM MEMBANGUN  
CITRA KANDIDAT PADA KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF 2024 DI  
KOTA TANGERANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Awal untuk Mencapai  
Gelar Sarjana Ilmu Politik**



**Disusun Oleh:**

**CANTIKA SASHI KIRANA – 2010413158**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINTALIS

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

Nama : Cantika Sashi Kirana  
NIM : 2010413158  
Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

Jakarta, 14 Juni 2024

Yang menyatakan,

  
(Cantika Sashi Kirana)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cantika Sashi Kirana  
NIM : 2010413158  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 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:

#### **POLITICAL BRANDING HJ. DESY YUSANDI DALAM MEMBANGUN CITRA KANDIDAT PADA KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF 2024 DI KOTA TANGERANG**

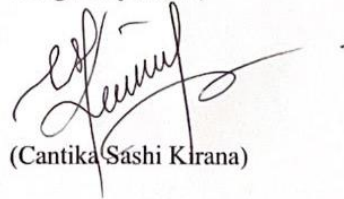
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta, 17 Juli 2024

Pada tanggal : Rabu, 17 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Cantika Sashi Kirana)

## PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR

NAMA : Cantika Sashi Kirana  
NIM : 2010413158  
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik  
JUDUL : Political Branding Hj. Desy Yusandi Dalam Membangun Citra Kandidat Pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 Di Kota Tangerang

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

Pembimbing



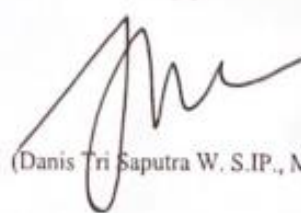
(Restu Rahmawati, S.IP., MA.)

Penguji 1



(Dr. Ardli Johan Kusuma, M.H.I)

Penguji 2



(Danis Tri Saputra W. S.IP., M.IP)

Ketua Program Studi  
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.IP., MA.

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : Senin, 1 Juli 2024

**POLITICAL BRANDING HJ. DESY YUSANDI DALAM MEMBANGUN  
CITRA KANDIDAT PADA KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF 2024 DI  
KOTA TANGERANG**

**CANTIKA SASHI KIRANA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini berfokus pada strategi political branding yang diterapkan oleh Hj. Desy Yusandi dalam membangun citra kandidat selama kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang. Menggunakan teori Brand Identity Prism dari Kapferer sebagai kerangka analisis, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana elemen fisik, hubungan, refleksi, kepribadian, budaya, dan citra diri dimanfaatkan untuk menciptakan identitas politik yang kuat dan positif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, melibatkan wawancara mendalam dengan tim kampanye, pemilih, dan pengamat politik, serta analisis dokumentasi kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hj. Desy Yusandi berhasil membangun identitas visual yang konsisten melalui penggunaan logo dan warna khas partai, serta penampilan pribadi yang mencerminkan nilai-nilai yang ingin disampaikan. Hubungan yang dekat dengan masyarakat, melalui kegiatan sosial dan interaksi langsung, berhasil meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemilih. Strategi ini mirip dengan pendekatan "blusukan" Presiden Jokowi, yang menekankan interaksi langsung dan konsistensi dalam membangun citra positif. Pemanfaatan budaya lokal dan kepribadian inklusif memperkuat hubungan dengan pemilih, sementara program pemberdayaan masyarakat mengubah persepsi negatif. Penelitian ini menegaskan pentingnya elemen Brand Identity Prism dalam political branding untuk meningkatkan dukungan dan membangun citra kandidat yang tepercaya, serta memberikan rekomendasi strategi branding efektif bagi kandidat lain.

**Kata Kunci:** *Political Branding, Brand Identity Prism, Hj. Desy Yusandi, Citra Kandidat, Kampanye Pemilihan Legislatif 2024.*

***POLITICAL BRANDING OF HJ. DESY YUSANDI IN BUILDING THE  
CANDIDATE'S IMAGE DURING THE 2024 LEGISLATIVE ELECTION  
CAMPAIGN IN TANGERANG CITY***

**CANTIKA SASHI KIRANA**

***ABSTRACT***

*This study focuses on the political branding strategies employed by Hj. Desy Yusandi in building her candidate image during the 2024 Legislative Election campaign in Tangerang City. Utilizing Kapferer's Brand Identity Prism theory as the analytical framework, this research explores how physical elements, relationships, reflection, personality, culture, and self-image are leveraged to create a strong and positive political identity. The research methodology employed is a case study with a qualitative approach, involving in-depth interviews with campaign team members, voters, and political analysts, as well as an analysis of campaign documentation. The findings reveal that Hj. Desy Yusandi successfully established a consistent visual identity through the use of the party's distinctive logo and colors, along with a personal appearance that reflects the values she aims to convey. Close relationships with the community, through social activities and direct interactions, significantly enhanced voter trust and loyalty. Direct interaction with the public, similar to President Jokowi's "blusukan" approach, strengthened voter trust. The application of local cultural values and an inclusive personality fostered closeness, while empowerment programs helped shift negative perceptions related to her past. Thus, this study emphasizes the importance of Brand Identity Prism elements in political branding strategies and how their application can boost support and build a strong, trusted candidate image. Recommendations are provided for other political candidates in implementing effective branding strategies to achieve success in political campaigns.*

**Keywords:** *Political Branding, Brand Identity Prism, Hj. Desy Yusandi, Candidate Image, 2024 Legislative Election Campaign.*

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dan menjalani empat tahun studi Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Veteran Jakarta. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Politik dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Veteran Jakarta. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah ***Political Branding* Hj. Desy Yusandi dalam Membangun Citra Kandidat pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang.**

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang tua saya, Ibu Narulita dan Bapak Yudi Mufti Ali, Adik saya Al-Raafi Ghifachri Ramadhan, dan Umi yang saya sayangi, serta kepada seluruh anggota keluarga, penulis mengucapkan terima kasih yang sangat besar atas dukungan mereka yang senantiasa menyertai penulis setiap saat. Doa, dukungan moral, dan kasih sayang yang tak berujung merupakan anugerah yang sangat berharga.
3. Kepada diri saya sendiri, Cantika Sashi Kirana yang sudah kuat berjuang sampai hari ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
4. Ibu Restu Rahmawati, S.Sos, MA. Selaku dosen pembimbing saya yang selalu meluangkan waktu, pemikiran, saran terbaik, serta motivasi yang sangat berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ardil Johan Kusuma, Bapak Danis Tri Saputra Wahidin, M.IP. Selaku dosen penguji saya yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Para Dosen Prodi Ilmu Politik yang sudah mendidik dan megajari saya.



7. Ibu Hj. Desy Yusandi, Bapak Adriyanto, Bapak Iwan, dan Ibu Sri Hartati selaku narasumber yang telah memberikan bantuan informasi kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.
8. Muhammad Zhafran Gonzales, Ibu Noveliani Hastuti, Bapak Jaidi, dan keluarga, selaku orang terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, solusi terbaik, dan kasih sayang, sehingga menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman dekat saya, Zahra Awalia Amir, Nur Indah Arba'a, Habibah, Meylani Arum, Shanika Karin, Burger Bangor, Madagascar, yang telah mendengarkan keluh kesah saya, dan juga memberikan semangat.
10. Semua teman-teman bimbingan saya bersama bu Restu, Novita, Sarah Finka, Adillah, dan teman-teman saya di UPNVJ Hening, Azril, Debra, Ica, dan seluruh teman kampus yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
11. Segenap pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Sebagai penutup, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam memberikan makna dan nilai pada penulisan ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan dan ketulusan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari sempurna. Namun dengan tulus penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan *impact* positif bagi semua pihak.

Tangerang, 20 Juni 2024



Cantika Sashi Kirana

## DAFTAR ISI

<b>COVER.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINTALIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
<b>Tabel 1.1.....</b>	<b>6</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Praktis.....	13
1.3.2 Tujuan Teoritis.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Praktis.....	13
1.4.2 Manfaat Akademis.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
2. 1 Konsep dan Landasan Teori .....	17
2.1.1 Teori Branding Politik Kapferer ( <i>Brand Identity Prism</i> ).....	17
2.2.1 Kampanye Politik .....	20

2.2.2 Pemilu Legislatif.....	21
2.1.3 Identitas Kandidat.....	23
2.1.4 Pencitraan Politik.....	25
2. 2 Kerangka Pemikiran.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Objek Penelitian .....	28
3.2 Jenis Penelitian .....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.3.1 Wawancara.....	29
3.3.2 Studi Pustaka.....	30
3.3.3 Studi Dokumentasi.....	31
3.4 Sumber Data .....	31
1. Data Primer .....	31
2. Data Sekunder .....	31
3.5 Teknik Analisis Data .....	32
3.6 Tabel Rencana Waktu .....	33
<b>Tabel 3.1.....</b>	<b>33</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Profil Kota Tangerang .....	36
4.1.1. Profil Kota Tangerang .....	36
4.2 Profil Hj. Desy Yusandi sebagai Anggota DPRD Provinsi Banten .....	43
<b>Tabel 4.1.....</b>	<b>44</b>
4.2.1 Strategi Keberhasilan Hj. Desy Yusandi dalam Membangun Citra diri dimata Masyarakat.....	46
4.3 Branding politik Hj. Desy Yusandi dalam membangun Citra Kandidat dalam Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang .....	48
4.3.1 Branding politik Hj. Desy Yusandi dalam membangun Citra Kandidat pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang Melalui Analisis Fisik .....	50

4.3.2 Branding politik Hj. Desy Yusandi dalam membangun Citra Kandidat pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang Melalui Analisis Hubungan.....	55
4.3.3 Branding politik Hj. Desy Yusandi dalam membangun Citra Kandidat pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang Melalui Analisis Refleksi .....	61
4.3.4 Branding politik Hj. Desy Yusandi dalam membangun Citra Kandidat pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang Melalui Analisis Kepribadian.....	68
4.3.5 Branding politik Hj. Desy Yusandi dalam membangun Citra Kandidat pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang Melalui Analisis Budaya .....	74
4.3.6 Branding politik Hj. Desy Yusandi dalam membangun Citra Kandidat pada Kampanye Pemilihan Legislatif 2024 di Kota Tangerang Melalui Analisis Citra Diri.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2.1 Saran Praktis .....	92
5.2.2 Saran Teoritis.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN A.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN B .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN C.....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN D.....</b>	<b>131</b>
<b>LAMPIRAN E .....</b>	<b>133</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Daftar Calon Tetap Anggota DPRD Provinsi Banten 2024 Dapil Banten 8 .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1.2 Daftar Calon Legislatif Mantan Narapidana Kasus Korupsi ....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1.3 Perolehan Suara Calon Legislatif DPRD Provinsi Banten tahun 2019.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 2.1 Brand Identity Prism .....</b>	<b>19</b>
<b>Gambar 4.1 Lambang Kota Tangerang.....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 4.2 Tingkat Partisipasi Masyarakat Pemilu Tahun 2024 di Kota Tangerang .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 4.3 Grafik Partisipasi Pemilih dalam Pemilu Legislatif 2024 di Kota Tangerang .....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 4.4 Jumlah Daftar Pemilih Tetap, Daftar Calon Tetap &amp; Alokasi Kursi DPRD Provinsi Banten .....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 4.5 Profil Hj. Desy Yusandi .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 4.6 Poster atau Brosur Hj. Desy Yusandi.....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4.7 Penampilan yang Dikenakan Hj. Desy Yusandi Ketika Berkampanye.....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4.8 Kegiatan Sosialisasi yang Dilakukan Hj. Desy Yusandi .....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 4.9 Kegiatan Sosialisasi di Kediaman Hj. Desy Yusandi .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4.10 Kegiatan Hj. Desy Yusandi Bersama Kelompok Wanita Tani Sekar Sari 09 .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 4.11 Foto Kampung Nastar dan Ibu-ibu yang Sedang Membuat Nastar.....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 4.12 Kampanye Hj. Desy Yusandi.....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 4.13 Hj. Desy Yusandi Menghadiri Acara yang Diadakan Warga Tangerang B .....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 4.14 Hj. Desy Yusandi Menghadiri Pengajian Ibu-ibu .....</b>	<b>75</b>

<b>Gambar 4.15 Hj. Desy Yusandi Menghadiri Kegiatan Kampung Pemuda dalam Acara Kesenian Budaya .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 4.16 Profil Hj. Desy Yusandi .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.17 Kegiatan Merangkai Bunga Artificial Bersama Masyarakat Guna Mendukung UMKM .....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 4.18 Kegiatan Hj. Desy Yusandi dalam Bakti Sosial Memberikan Bantuan Kepada Masyarakat Bencana Alam Banjir .....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Perolehan Suara Calon Legislatif DPRD Provinsi Banten Tahun 2019.....</b>	<b>6</b>
<b>Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 4.1 Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Banten Nomor 30 Tahun 2024 Tentang Pendapatan Hasil Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan akyat Daerah Provinsi Banten Tahun 2024 .....</b>	<b>44</b>