

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Teori *Brand Identity Prism* Kapferer yang mencakup enam elemen diantaranya, fisik, hubungan, kepribadian, refleksi, budaya, dan citra diri menunjukkan bahwa penerapan teori tersebut secara efektif memainkan peran kunci dalam membangun identitas politik yang kuat. Melalui penggunaan elemen fisik seperti logo dan warna yang mencerminkan nilai-nilai partai, Desy Yusandi berhasil menciptakan identitas visual yang jelas dan dikenali dengan baik oleh pemilih. Strategi hubungan yang aktif dan personal dengan masyarakat, mirip dengan pendekatan "blusukan" yang terkenal digunakan oleh Presiden Jokowi, juga memperkuat hubungan emosional dan kepercayaan. Selain itu, Desy Yusandi berhasil menunjukkan kepribadian yang inklusif dan komitmen nyata melalui tindakan langsung, memperkuat citra positifnya. Dengan memanfaatkan nilai-nilai budaya lokal dan menghindari kampanye negatif, Desy Yusandi berhasil membangun citra diri yang kuat sebagai pemimpin yang dekat dan dipercaya oleh masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya memenangkan dukungan pemilih, tetapi juga membuktikan bahwa strategi branding yang efektif dalam politik dapat mengatasi tantangan citra negatif dan meningkatkan keterlibatan masyarakat secara signifikan. Hasil dari pembahasan ini merupakan sebuah jawaban mengapa Hj. Desy Yusandi memiliki elektabilitas yang tinggi meskipun memiliki latar belakang sebagai mantan narapidana korupsi, teori *Brand Identity Prism* enam elemen tersebut secara nyata mempengaruhi dalam pembentukan citra positif seorang kandidat dihadapan masyarakat. Sehingga Hj. Desy Yusandi berhasil memperoleh suara terbanyak dan memenangkan Pemilu Legislatif 2024 di daerah pemilihan Kota Tangerang B, dengan total suara sebanyak 24. 924.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan elemen-elemen *Brand Identity Prism* oleh Hj. Desy Yusandi secara efektif berhasil

Cantika Sashi Kirana, 2024

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

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Politik

[www.upnvj.ac.id — www.library.upnvj.ac.id — www.repository.upnvj.ac.id]

membangun citra positif yang kuat dalam kampanye pemilihan legislatif 2024 di Kota Tangerang. Melalui penggunaan logo dan warna partai, interaksi sosial yang erat, program pemberdayaan masyarakat, partisipasi dalam kegiatan budaya lokal, dan menampilkan kepribadian yang inklusif dan empatik, Hj. Desy Yusandi dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemilih. Pendekatan ini menegaskan pentingnya strategi branding yang terintegrasi dan konsisten dalam kampanye politik untuk mencapai kesuksesan dan dukungan luas dari masyarakat.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa rekomendasi yang diajukan berdasarkan hasil penelitian ini:

5.2.1 Saran Praktis

1. Disarankan kepada Hj. Desy Yusandi untuk menjaga konsistensi dalam penyampaian pesan dan komunikasi selama kampanye serta setelah terpilih. Konsistensi ini akan membantu membangun reputasi yang kuat dan memelihara kepercayaan masyarakat.
2. Disarankan kepada Hj. Desy Yusandi mengelola jejak digital dengan baik dengan mempromosikan informasi positif dan prestasi melalui platform online dan media sosial. Ini akan membantu mengontrol narasi yang berkembang di masyarakat dan memperkuat citra positifnya.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam terkait analisis lebih mendalam tentang persepsi publik, melakukan penelitian yang lebih terfokus terhadap bagaimana persepsi publik terbentuk dan berubah terhadap seorang kandidat politik.