



Judul Skripsi :

ANALISIS PERBANDINGAN STRATEGI POLITICAL BRANDING FARAH PUTRI NAHLIA PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2019 DAN TAHUN 2024

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik (S.IP).

Nama : Icas Velaninda

NIM 2010413040



PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

**ANALISIS PERBANDINGAN STRATEGI POLITICAL BRANDING FARAH PUTRI
NAHLIA PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2019 DAN TAHUN 2024**

**COMPARATIVE ANALYSIS OF FARAH PUTRI NAHLIA'S POLITICAL
BRANDING STRATEGIES IN THE 2019 AND 2024 LEGISLATIVE ELECTIONS**

Oleh :

Icas Velaninda

2010413040

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana pada
Program Studi Ilmu Politik

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada
tanggal seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 13 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Danis Tri Saputra Wahidin, S.IP., M.IP.



Program Studi Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Tahun 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Icas Velaninda
NIM : 2010413040
Program Studi : S1 Ilmu Politik

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

Jakarta, 12 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Icas Velaninda

**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 : Icas Velaninda
NIM : 2010413040
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:

**ANALISIS PERBANDINGAN STRATEGI POLITICAL BRANDING FARAH
PUTRI NAHLIA PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2019 DAN TAHUN 2024**

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:

Jakarta, 12 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Icas Velaninda

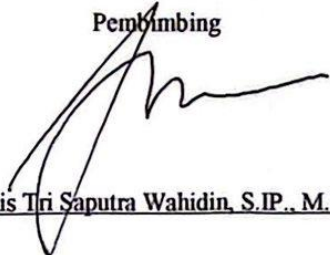
PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR

NAMA : ICAS VELANINDA
NIM : 2010413040
PROGRAM STUDI : SI ILMU POLITIK

JUDUL : ANALISIS PERBANDINGAN STRATEGI POLITICAL
BRANDING FARAH PUTRI NAHLIA PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2019
DAN TAHUN 2024

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


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

Penguji 1


(Dr. Deni Angela, M.IP.)

Penguji 2


(Lia Wulandari, S.Sos.M.PP.)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik


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

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 8 Juli 2024

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Icas Velaninda
NIM : 2010413040
Program Studi : S1 Ilmu Politik
Judul Skripsi : Analisis Perbandingan Strategi Political Branding Farah Putri Nahlia
Pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 Dan Tahun 2024

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 6X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **SKRIPSI** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing

I



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

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi political branding yang digunakan oleh Farah Putri Nahlia dalam pemilu legislatif tahun 2019 serta strategi yang diterapkannya untuk mempertahankan dan meningkatkan perolehan suaranya dalam pemilu tahun 2024. Political branding merupakan isu utama yang disorot dalam penelitian ini, mengingat pentingnya citra dan identitas politik dalam meraih dukungan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metodologi studi kasus, yang dijabarkan secara deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan analisis konten dari media sosial dan publikasi lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Farah Putri Nahlia berhasil membangun dan memperkuat brand politiknya, dengan fokus pada nilai-nilai yang relevan bagi generasi muda dan perempuan. Penggunaan slogan-slogan yang inspiratif dan strategi komunikasi yang lebih elegan pada pemilu 2024 juga menjadi kunci dalam mempertahankan citra positif dan dukungan publik. Temuan ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana politisi dapat mengembangkan dan mempertahankan brand politik yang kuat dalam lingkungan politik yang dinamis.

Kata Kunci: *political branding*, pemilu legislatif, Farah Puteri Nahlia, strategi politik

ABSTRACT

This study aims to provide a deeper understanding of the political branding strategies employed by Farah Putri Nahlia during the 2019 legislative elections and the strategies she implemented to maintain and increase her vote share in the 2024 elections. Political branding is the main issue highlighted in this research, considering the importance of political image and identity in garnering public support. This research uses a qualitative approach with a case study methodology, described descriptively. Data were collected through in-depth interviews and content analysis from social media and other publications. The findings show that Farah Putri Nahlia successfully build and strengthen her political brand, focusing on values relevant to young people and women. The use of inspirational slogans and more elegant communication strategies in the 2024 elections were also key in maintaining a positive image and public support. These findings provide important insights into how politicians can develop and maintain a strong political brand in a dynamic political environment.

Keywords: political branding, legislative elections, Farah Puteri Nahlia, political strategy

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 **“ANALISIS PERBANDINGAN STRATEGI POLITICAL BRANDING FARAH PUTRI NAHLIA PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2019 DAN TAHUN 2024”**. terselesaikannya 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, 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, Icas Velaninda yang telah berjuang sampai ditahap ini dan mampu menyelesaikan penulisan ini.
4. Bapak Danis Tri Saputra Wahidin, S.IP., M.IP dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, pikiran, saran-saran terbaik serta motivasi yang sangat berharga kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Deni Angela selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan energi, saran, dan pikirannya yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Ibu Lia Wulandari selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan energi, saran, dan pikirannya yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Para Dosen Prodi Ilmu Politik UPNVJ
8. Narasumber yang telah memberikan informasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

9. Sahabat seperjuangan di UPNVJ

10. 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, 20 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Icas Velaninda

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Praktis.....	13
1.3.2 Tujuan Teoritis	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Konsep dan Teori Penelitian.....	16
2.1.1 Partai Politik	16
2.1.2 Strategi Komunikasi	18
2.1.3 Political Branding	20
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian	26
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Sumber Data	28
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	30
BAB IV	31
PEMBAHASAN	31

4.1 Deskripsi Objek Penelitian: Profil Hj. Farah Puteri Nahlia, B.A,M.Sc.	31
4.1 Dinamika Pemilu Legislatif Tahun 2019 dan Tahun 2024	34
4.2 Strategi Political Branding Farah Puteri Nahlia pada Pemilu Legislatif 2019.....	44
4.3 Strategi Political Branding Farah Puteri Nahlia pada Pemilu Legislatif 2024.....	61
4.4 Perbandingan Strategi Political branding Farah Puteri Nahlia Pemilu Tahun 2019 dan Tahun 2024.....	81
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2. Saran	87
DAFTAR REFERENSI.....	88
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perolehan Suara Farah pada Pemilu 2019	4
Tabel 3. 1 Tabel Rencana Waktu	30
Tabel 4. 1 Tabel Perbandingan Strategi Political Branding Farah Puteri Nahlia Pemilu 2019 dan Pemilu 2024.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perolehan Suara PAN Pada Pemilu 1999-2024	1
Gambar 1. 2 Perolehan Suara PAN di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Profil Farah Puteri Nahlia.....	3
Gambar 2. 1 Parameter Political Branding oleh Pich & Newman.....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4. 1 Profil Farah Puteri Nahlia.....	31
Gambar 4. 2 Grafik Elektabilitas Parpol	37
Gambar 4. 3 Potret Farah saat melakukan kampanye pada pemilu 2019	46
Gambar 4. 4 Farah melakukan sosialisasi pada kampanye 2019.....	48
Gambar 4. 5 Kunjungan Farah ke Subang	50
Gambar 4. 6 Kunjungan Farah ke Sumedang Tahun 2019.....	54
Gambar 4. 7 Dimensi Brand Personality	55
Gambar 4. 8 Kolom Instagram @farahputerinahlia.....	58
Gambar 4. 9 Profile Farah pada Kampanye 2024.....	63
Gambar 4. 10 Farah melakukan kunjungan pada Kampanye 2024.....	64
Gambar 4. 11 Kunjungan Farah pada kampanye 2024 kepada UMKM.....	68
Gambar 4. 12 Kolom Instagram @farahputerinahlia.....	76
Gambar 4. 13 Kolom Instagram @farahputerinahlia.....	77

Gambar 4. 14 Baliho "Neng Farah" 78