

Marketing Politik Verrell Bramasta pada Pemilihan Legislatif 2024 di Dapil Jawa Barat VII

Nazwa Sabrina Bahari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing politik yang dilakukan oleh selebritas Verrell Bramasta dalam memenangkan Pemilihan Legislatif 2024 di Daerah Pemilihan Jawa Barat VII. Fenomena keterlibatan selebritas dalam politik bukanlah hal baru, namun kehadiran Verrell yang berasal dari latar belakang non-politik menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi pustaka, serta analisis konten media sosial TikTok dan Instagram milik Verrell. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing politik Verrell menggabungkan tiga pendekatan utama lewat teori Philip Kotler dalam *Political Marketing*, yaitu push marketing (kampanye langsung ke masyarakat), pull marketing (penggunaan media sosial), dan pass marketing (penyebaran informasi melalui media konvensional dan digital). Selain itu, popularitas, personal branding, serta dukungan partai (coattail effect) menjadi modal penting dalam keberhasilannya meraih 94.810 suara. Temuan ini memperlihatkan bagaimana strategi selebritas dalam politik dapat menjadi alat efektif untuk menjangkau pemilih, khususnya generasi muda.

Kata kunci: Marketing Politik, Verrell Bramasta, Media Sosial, Pemilu Legislatif

Verrell Bramasta's Political Marketing in the 2024 Legislative Election in West Java District VII

Nazwa Sabrina Bahari

ABSTRACT

This study explores the political marketing strategies employed by celebrity Verrell Bramasta in winning the 2024 Legislative Election in the West Java VII Electoral District. The phenomenon of celebrities entering politics is not new, but Verrell's entry coming from a non-political background presents a unique case to examine. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through interviews, literature review, and content analysis of Verrell's TikTok and Instagram activities. The findings indicate that Verrell applied three key political marketing strategies: push marketing (direct engagement with constituents), pull marketing (social media use), and pass marketing (distribution of political messaging via digital and conventional media). In addition, his popularity, personal branding, and party support (coattail effect) served as critical assets that helped him gain 94,810 votes. This research highlights how celebrity strategies in politics can be effective in reaching voters, especially the younger generation.

Keywords: *Political Marketing, Verrell Bramasta, Social Media, Legislative Election*