

BRANDING POLITIK YUDHA PERMANA PADA PEMILIHAN LEGISLATIF TAHUN 2024 DI DAPIL 10 DKI JAKARTA

FARHAN ALDIRA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis branding politik Yudha Permana pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024 di Daerah Pemilihan (Dapil) 10 DKI Jakarta. Fokus penelitian ini adalah pada strategi kampanye konvensional dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembentukan citra politik. Branding politik dipahami sebagai proses komunikasi politik yang terintegrasi antara identitas personal kandidat, aktivitas politik di lapangan, serta representasi simbolik melalui media digital.

Penelitian ini menggunakan teori Branding dari Bruce I Newman yang terdiri dari 4P yaitu (Product, Promotion, Place, dan Price) penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan empat narasumber yang terdiri dari kandidat, tim kampanye, pengawas pemilu, dan pengamat politik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye konvensional memiliki peran utama dalam membangun citra politik Yudha Permana sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat. Kehadiran langsung di tengah warga, komunikasi interpersonal yang terbuka, serta keterlibatan dalam kegiatan sosial membentuk persepsi “merakyat” yang kuat di kalangan pemilih. Pemanfaatan media sosial Instagram berfungsi sebagai sarana pendukung untuk memperluas jangkauan komunikasi politik dan menjaga keberlanjutan interaksi dengan pemilih.

Keberhasilan branding politik tidak hanya ditentukan oleh intensitas kampanye, tetapi juga oleh autentisitas, konsistensi, dan kemampuan kandidat dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pemilih. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi antara kerja politik di lapangan dan media sosial merupakan strategi yang relevan dalam konteks pemilihan legislatif di wilayah perkotaan.

Kata kunci: branding politik, kampanye konvensional, media sosial, komunikasi politik, pemilihan legislative, Dapil 10

POLITICAL BRANDING OF YUDHA PERMANA IN THE 2024 LEGISLATIVE ELECTION IN DKI JAKARTA'S ELECTORAL DISTRICT 10

FARHAN ALDIRA

This study aims to analyze the political branding of Yudha Permana in the 2024 Legislative Election in Electoral District (Dapil) 10 of DKI Jakarta. The focus of this research is on conventional campaign strategies and the use of social media as a medium for shaping political image. Political branding is understood as an integrated process of political communication that combines the candidate's personal identity, on the ground political activities, and symbolic representation through digital media.

This study employs Bruce I. Newman's political branding theory, which consists of four elements: Product, Promotion, Place, and Price (4P). A qualitative descriptive approach with a case study method is applied in this research. Data were collected through in depth interviews with four key informants, including the candidate, a campaign team member, an election supervisor, and a political observer.

The findings indicate that conventional campaigning plays a central role in building Yudha Permana's political image as a figure who is close to the community. Direct engagement with citizens, open interpersonal communication, and involvement in social activities contribute to the formation of a strong "grassroots oriented" perception among voters. Meanwhile, Instagram functions as a supporting platform that expands the reach of political communication and maintains continuous interaction with voters.

The success of political branding is not solely determined by the intensity of campaign activities, but also by authenticity, consistency, and the candidate's ability to build long term relationships with voters. These findings suggest that the integration of on the ground political work and social media utilization represents a relevant and effective strategy in the context of legislative elections in urban areas.

Keywords: political branding, conventional campaign, social media, political communication, legislative election, Electoral District 10.