



Judul Skripsi :

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

Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Nama : Farhan aldira

NIM : 2110413136



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

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

Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta



**Disusun oleh:**

**Farhan Aldira  
2110413136**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Farhan Aldira  
NIM : 2110413136  
Program Studi : Ilmu politik

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

Jakarta, 14 Januari 2026

Yang menyatakan.



(Nama Lengkap)

Farhan Aldira

**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 : Farhan Aldira  
NIM : 2110413136  
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:

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

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

Pada tanggal : 16 Desember 2025

Yang menyatakan,



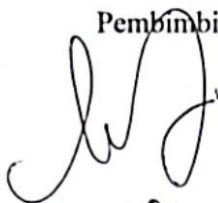
Farhan Aldira

## PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Farhan Aldira  
NIM : 2110413136  
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik  
JUDUL : Branding Politik Yudha Permana pada Pemilihan Legislatif 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




( Muhammad Rakoso Aji, S.Sos., MIP )

Penguji 1



( Dr. Deni Angela Sif, M.P. )

Penguji 2



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

Ketua Program Studi  
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 12 Januari 2026

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

**FARHAN ALDIRA**

## **ABSTRAK**

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 pendekatan kualitatif 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. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa konten media sosial Instagram Yudha Permana sebagai data pendukung yang dianalisis secara eksploratif menggunakan perangkat lunak RapidMiner. 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. Konten media sosial cenderung merepresentasikan aktivitas kerja politik yang dilakukan di lapangan, sehingga menciptakan keselarasan antara citra digital dan realitas politik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa branding politik Yudha Permana dibangun melalui konsistensi antara kampanye konvensional dan komunikasi digital. 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**

### **ABSTRACT**

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 instruments for building 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 research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with four informants consisting of the candidate, a campaign team representative, an election supervisory officer, and a political observer. In addition, secondary data in the form of Instagram content from Yudha Permana were used as supporting data and analyzed exploratively using RapidMiner software. The findings indicate that conventional campaigning plays a central role in shaping Yudha Permana's political image as a figure who is close to the community. Direct engagement with citizens, interpersonal communication, and involvement in social activities contribute to the formation of a strong "grassroots-oriented" image among voters. The use of Instagram functions as a supporting medium to extend the reach of political communication and to maintain continuous interaction with voters. Social media content predominantly represents on-the-ground political activities, thereby creating consistency between digital representation and political reality. This study concludes that Yudha Permana's political branding is constructed through the consistency between conventional campaign practices and digital political communication. The effectiveness of political branding is not solely determined by campaign intensity, but also by authenticity, consistency, and the candidate's ability to build long-term relationships with voters. These findings suggest that the integration of grassroots campaigning and social media communication is a relevant strategy in the context of legislative elections in urban areas.

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

## DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	I
LEMBAR PERSTUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	II
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK.....	VI
ABSTRACT.....	VII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.3.1. Tujuan teoritis.....	16
1.3.2 Tujuan praktis.....	16
1.4 Manfaat Peneltian.....	17
1.4.1 Manfaat praktis.....	17
1.4.2 Manfaat teoritis.....	18
1.5 Sistematika Penuisan.....	18
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Kajian Litelatur.....	20
2.2 Konsep dan Teori Penelitian.....	24
2.2.1 Teori Branding.....	24
2.2.2 Konsep Komunikasi Politik.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28

2.2.1 Keterangan Kerangka Berfikir.....	29
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Wawancara.....	32
3.4 Sumber Data.....	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder.....	33
3.5 Teknik Analisis data.....	33
3.6 Alur Waktu Penelitian.....	35
BAB IV.....	37
HASIL PENELITIAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Lokasi dan Subjek Penelitian.....	37
4.1.1 Profil Wilayah Daerah Pemilihan (Dapil) 10 DKI Jakarta.....	39
4.2 Profil Narasumber Penelitian.....	41
4.2.1 Profil Yudha Permana.....	41
4.3 Branding Politik Yudha Permana di Dapil 10 DKI Jakarta pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024.....	43
4.3.1 Gambaran Umum Strategi Kampanye Yudha Permana.....	46
4.3.2 Peran dan Posisi Aktor dalam Strategi Branding Politik Yudha Permana.....	50
4.3.3 Aktivitas Kampanye sebagai Proses Pembentukan Branding Politik Yudha Permana.....	53
4.3.4 Makna Branding Politik Yudha Permana bagi Pemilih di Dapil 10 DKI Jakarta.....	57
4.3.4.1 Pemaknaan pemilih terhadap identitas politik Yudha Permana.....	60
4.3.4.2 Branding Politik Yudha Permana dan Pembentukan Kepercayaan Pemilih.....	62
4.3.4.3 Branding Politik Yudha Permana dan Persepsi Kedekatan Sosial Pemilih.....	65

4.3.5 Kegiatan Kampanye Yudha Permana melalui Media Sosial.....	67
4.3.5.1 Media Sosial sebagai Sarana Representasi Identitas dan Branding Politik Yudha Permana.....	70
4.3.5.2 Konten Media Sosial sebagai Narasi Kerja Politik Yudha Permana.....	73
4.3.5.3 Media Sosial sebagai Penguat Kedekatan dan Kepercayaan Publik.....	75
BAB V.....	79
PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
Profil Tris.....	85
Profil Idam.....	88
Profil Abdul Rauf.....	91

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia Nya sehingga skripsi yang berjudul “ **BRANDING POLITIK YUDHA PERMANA PADA**

**PEMILIHAN LEGISLATIF TAHUN 2024 DI DAPIL 10 DKI JAKARTA ”** berhasil diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang mana dalam proses penyusunannya tak sedikit ditemui hambatan dan rintangan yang dilalui. Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak yang terlibat. Bantuan yang bersifat materi dan non materi tersebut amat sangat berharga untuk peneliti, karena berkat mereka semua peneliti sanggup untuk menyelesaikan kewajiban ini. Oleh karena itu, peneliti dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Allah SWT karena Berkat dan Karunia Nya yang tak terhingga telah memberikan petunjuk dan jalan dalam setiap langkah peneliti.
2. Kedua orang tua peneliti, Ayah Daniel Tanudjaya dan Ibu Yulyanih, terima kasih atas segala pengorbanan, motivasi, dan doa yang selalu diberikan dalam setiap langkah peneliti.
4. Bapak Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu UPN Veteran Jakarta.
5. Bapak Muhammad Prakoso Aji, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, pikiran, saran saran terbaik serta motivasi yang sangat berharga kepada peneliti selama pembuatan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Deni Angela. selaku penguji pertama yang telah memberikan saran dan kritik selama proses persidangan.
7. Ibu Lia Wulandari M.PP selaku penguji kedua yang telah memberikan saran dan kritik selama proses persidangan.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
9. Bapak Yudha Permana, Tris selaku timses, Abdul Rauf selaku perwakilan Bawaslu, dan Idhan selaku narasumber yang telah memberikan informasi dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Zalsabila Natasya sebagai pasangan yang sudah menjadi penyemangat dan membantu dalam peneliti sejak awal perkuliahan hingga peneliti menyusun skripsi.
- 1.1. 11. Teman teman seperjuangan grup RABC yang telah menemani dan memberi warna dalam proses penyusunan dan penelitian peneliti dalam penyusunan skripsi.
12. Teman teman seperjuangan grup margasatwa yang telah menemani dan memberi warna dalam proses perkuliahan dan penelitian peneliti dalam penyusunan skripsi.
13. Teman teman Prodi Ilmu Politik Angkatan 2021.
15. Segala pihak lainnya yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Demikian kata pengantar ini peneliti buat dengan setulus tulusnya dari hati terdalam. Semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai harapan yang diinginkan. Kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini akan menjadi sangat berarti. Peneliti berharap bahwa melalui skripsi ini, dapat memberikan kontribusi yang berharga di dunia akademis, serta membuka pintu penelitian dan membuka ruang perbaikan demokrasi di sikap politik.

Jakarta, 19 Desember 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Farhan Aldira', with a stylized, cursive script.

Farhan Aldira