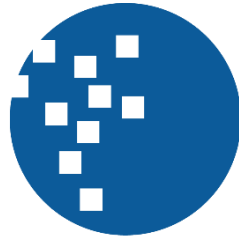


**STRATEGI POLITICAL BRANDING PSI DALAM UPAYA
MEMBANGUN ELEKTABILITAS PARTAI JELANG PEMILU
2024**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Felix Darren Nathaniel

00000048127

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**STRATEGI POLITICAL BRANDING PSI DALAM UPAYA
MEMBANGUN ELEKTABILITAS PARTAI JELANG PEMILU
2024**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Felix Darren Nathaniel

00000048127

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Felix Darren Nathaniel

NIM 00000048127

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul:

STRATEGI *POLITICAL BRANDING* PSI DALAM UPAYA
MEMBANGUNELEKTABILITAS PARTAI JELANG PEMILU
2024

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 juni 2024



Handwritten signature of Felix Darren Nathaniel.

Felix Darren Nathaniel

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI *POLITICAL BRANDING* PSI DALAM UPAYA MEMBANGUN
ELEKTABILITAS PARTAI JELANG PEMILU 2024

Oleh

Nama : Felix Darren Nathaniel
NIM : 00000048127
Program Studi : ilmu komunikasi
Fakultas : ilmu komunikasi

Telah diujikan pada hari selasa, 11 june 2024

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

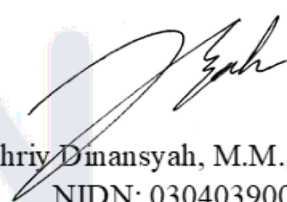
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Silvanus Alvin
Digitally signed
by Silvanus Alvin
Date: 2024.06.27
14:12:34 +07'00'
Silvanus alvin, S.I Kom, M.A.
NIDN: 0309109001


Penguji


Fakhriy Dimansyah, M.M., M.I.Kom
NIDN: 0304039001

Pembimbing


Digitally signed by Eko Hadi Saputro
Reason: I am approving this document
Location: Universitas Multimedia Nusantara
Nusantara
Date: 2024-06-27 21:12+07:00
EKO HADI SAPUTRO, S.E., M.M
NIDN: 0303056102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.28
09:39:54 +07'00'
Cendera Rizky Anugrah Bangun S.Sos.,
M.Si. NIDN 0304078404

iii

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Felix Darren Nathaniel
NIM : 00000048127
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya : Strategi *Political Branding* PSI Dalam
Ilmiah Upaya Membangun Elektabilitas Partai
Jelang Pemilu 2024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ✓ Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)**.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Felix Darren Nathaniel)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul *STRATEGI POLITICAL BRANDING PSI DALAM UPAYA MEMBANGUN ELEKTABILITAS PARTAI JELANG PEMILU 2024* ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S.I. KOM pada Universitas Multimedia Nusantara. Maka dari itu, saya mengucapkan terima kasih kepada: Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.d., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. C. Eko Saputro, S.E., M.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Silvanus Alvin, S.I Kom, M.A. selaku ketua sidang yang telah memberikan referensi dan pandangan mengenai skripsi tersebut
6. Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom selaku penguji skripsi yang telah berperan untuk memberikan masukan dan kritikan yang kritis selama sidang
7. Seluruh informan yang telah meluangkan waktu dan bersedia untuk melakukan wawancara, juga termasuk kepada Christian lois yang turut serta membantu dalam proses wawancara.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman dekat penulis Elice, Wyni, Veline, jejes dan yang cowok yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama penulisan skripsi.

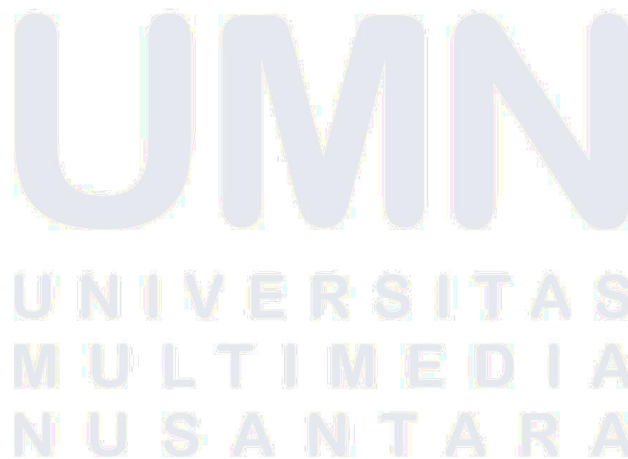
10. Dan kepada diri saya sendiri, yang menyemangati diri saya hingga bisa sampai sini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat baik berupa sumber inspirasi maupun informasi bagi pada pembacanya, para peneliti dan pihak Universitas Multimedia nusantara.

Tangerang, 3 juni 2024



(Felix Darren Nathaniel)



**STRATEGI POLITICAL BRANDING PSI DALAM UPAYA
MEMBANGUN ELEKTABILITAS PARTAI JELANG PEMILU 2024**

(Felix Darren Nathaniel)

ABSTRAK

Pemilihan Umum (Pemilu) di Indonesia menandai momen penting dalam perkembangan demokrasi suatu negara. Strategi *political branding* digunakan oleh PSI dalam menghadapi Pemilu 2024, serta dampaknya terhadap elektabilitas partai dan dinamika politik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivist*. Paradigma ini mirip dengan paradigma *positivist*, mengetahui realitas material tunggal dan mencari penjelasan kausal dari fenomena yang terpola. Peneliti menemukan bahwa aspek yang paling dominan yang menjadi kekuatan *political branding* PSI adalah dari figur pak Jokowi dan Kaesang, yang menjadikan PSI melanjutkan apa yang sudah di bangun oleh presiden sebelumnya. Berdasarkan hasil dari wawancara direktur DPP PSI Yus Ariyanto, menemukan bahwa PSI bukan milik pak Jokowi, namun secara linier dan gagasan mengikuti jejak beliau. Seperti halnya PDIP yang mengambil visi dan misi dari presiden pertama, PSI merupakan bentuk dari gagasan dan ide pak Joko Widodo. Bukan hanya itu, peran paling utama dari PSI dalam implementasi *political branding* adalah melalui media sosial dimana proses yang dilakukan memanfaatkan *instagram, youtube* dan *tiktok*.

Kata kunci: PSI, *Political Branding*, Elektabilitas



**STRATEGI POLITICAL BRANDING PSI DALAM UPAYA
MEMBANGUN ELEKTABILITAS PARTAI JELANG PEMILU 2024**

(Felix Darren Nathaniel)

ABSTRACT (English)

General Elections (Pemilu) in Indonesia mark an important moment in the development of a country's democracy. The political branding strategy used by PSI in facing the 2024 elections, as well as its impact on party electability and political dynamics in Indonesia. This research uses a post-positivist paradigm. This paradigm is similar to the positivist paradigm, recognizing a single material reality and seeking causal explanations of patterned phenomena. Researchers found that the most dominant aspect of PSI's political branding strength was the figures of Pak Jokowi and Kaesang, who made PSI continue what the previous president had built. Based on the results of interviews with DPP PSI director Yus Ariyanto, it was found that PSI does not belong to Pak Jokowi, but in a linear way and the idea follows in his footsteps. Like PDIP which took the vision and mission from the first president, PSI is a form of Mr. Joko Widodo's thoughts and ideas. Not only that, PSI's most important role in implementing political branding is through social media where the process is carried out using Instagram, YouTube and TikTok.

Keywords: PSI, Political Branding, Electability



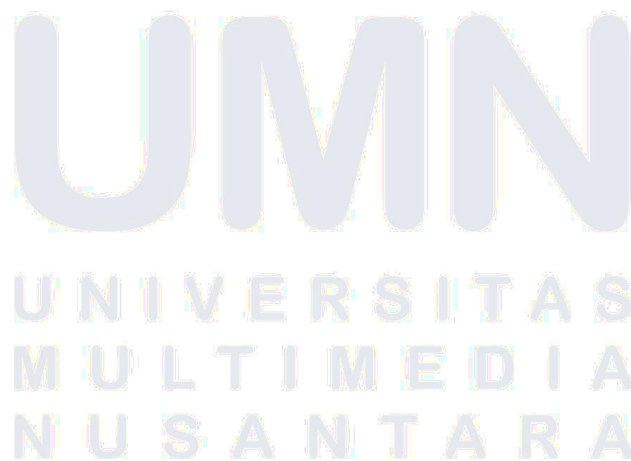
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English).....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	9
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	10
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	11
2.1 <i>State of The Art</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Teori atau Konsep yang digunakan	19
2.3.1 Komunikasi Politik.....	19
2.3.2 Partai Politik.....	24
2.3.3 <i>Political Marketing</i>	25
2.3.4 <i>Political Branding</i>	29
2.3.5 Hubungan Masyarakat	33
2.3.6 Citra.....	34
2.4 Kerangka Penelitian.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma penelitian	40
3.2 Jenis & Sifat Penelitian.....	42
3.3 Metode Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5 Partisipan Penelitian	45
3.6 Keabsahan Data	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Subjek/Objek Penelitian.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Komunikasi Politik PSI.....	50
4.2.2 Pemasaran Politik.....	55
4.2.3 <i>Political Branding</i>	57
4.2.4 Aktivitas Pencitraan Politik.....	61
4.2.5 Implementasi <i>Political Branding</i>	64
4.3 Pembahasan	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Akademis	76
5.2.2 Saran Praktis.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Elektabilitas Partai Politik menurut Survei <i>Polling Institute</i> (Oktober 2023)	5
Tabel 1.2 Elektabilitas Partai Politik dibawah 4%	6
Tabel 2.1 <i>State of the Art</i> 1.....	11
Tabel 2.1 <i>State of the Art</i> 2.....	12
Tabel 2.1 <i>State of the Art</i> 3.....	13
Tabel 2.1 <i>State of the Art</i> 4.....	14
Tabel 2.1 <i>State of the Art</i> 5.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29



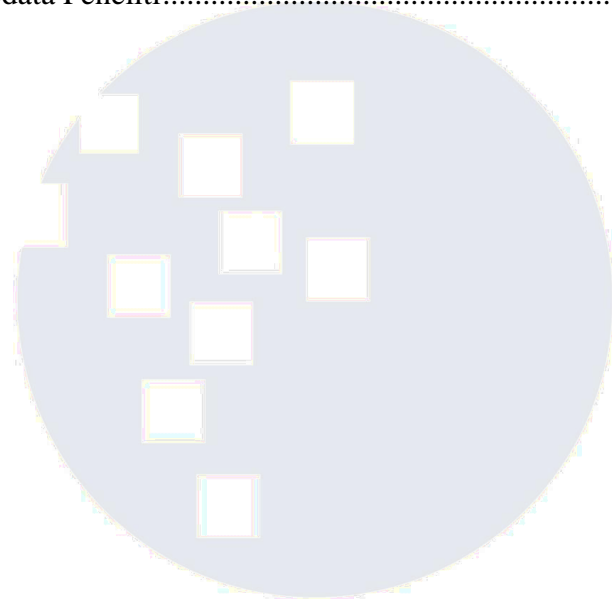
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	39
Gambar 3.1 Prosedur Melakukan Studi Kasus.....	43
Gambar 4.1 Logo PSI versi Horizontal.....	49
Gambar 4.2 Elektabilitas PSI.....	52
Gambar 4.3 Instagram PSI.....	56
Gambar 4.4 Kampanye Kaesang.....	58
Gambar 4.5 Poster PSI jelang pemilu 2024.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Uji Turnitin.....	81
Lampiran B Form Bimbingan Skripsi.....	82
Lampiran C Transkrip Wawancara	83
Lampiran D Biodata Peneliti.....	143



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA