

ABSTRAK

POLITICAL BRANDING PARTAI POLITIK BARU DI PROVINSI LAMPUNG UNTUK PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2024

Oleh
Melinda Putri Aryanti

Tren jumlah partai politik yang mengikuti pemilihan umum legislatif terus meningkat pada kurun waktu tiga periode pemilihan. Pada Provinsi Lampung, terdapat empat partai yang baru mengikuti pemilu legislatif, yaitu Partai Buruh, Partai Gelora, Partai Ummat dan Partai Kebangkitan Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk melihat upaya *political branding* keempat partai tersebut dengan menggunakan konsep *political branding* dan partai politik serta metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, studi dokumentasi yang dianalisis menggunakan paradigma interpretatif. Hasilnya yaitu terdapat tujuh *item* atau unsur yang muncul sebagai upaya *political branding*, yakni isu sentral, keanggotaan, penokohan, tujuan, sentimen berkoalisi, dasar partai dan sentimen terhadap penguasa. Selain itu, keempat partai juga menggunakan prinsip-prinsip *political branding* yang dibagi menjadi tiga prinsip, yakni 1) refleksi kekuatan, komitmen dan *core value*; 2) janji dan tujuan partai; dan 3) dimensi emosional. Kemudian, keempat partai tersebut turut menggunakan media sosial sebagai media penyalur pesan-pesan untuk membentuk *brand* partai. Meski begitu, tidak semua media digunakan dengan optimal.

Kata Kunci: Partai Politik Baru, Provinsi Lampung, Prinsip Branding, Unsur Political Branding, Tingkat Keterlibatan

ABSTRACT

POLITICAL BRANDING OF NEW POLITICAL PARTIES IN LAMPUNG PROVINCE FOR THE 2024 LEGISLATIVE GENERAL ELECTION

By
Melinda Putri Aryanti

The trend in the number of political parties participating in legislative elections has consistently increased over the past three election periods. In Lampung Province, four new parties joined the legislative election, namely the Labor Party, Gelora Party, Ummat Party, and Nusantara Awakening Party. This research aims to examine the political branding efforts of these four parties using the concept of political branding and political party and using qualitative research method, with data collection techniques including interviews and document studies that analyze using interpretative paradigm. The results reveal that seven items or elements emerged as part of the political branding efforts: central issues, membership, leadership figures, goals, coalition sentiments, foundational principles of the party, and sentiments toward the ruling power. Additionally, the four parties also applied political branding principles divided into three main principles: 1) reflection of strength, commitment, and core values; 2) the party's promises and goals; and 3) emotional dimensions. Furthermore, these parties used social media as a medium to convey messages and shape their party brands, although not all platforms were utilized optimally.

Keywords: New Political Party, Lampung Province, Branding Principle, Political Branding Element, Engagement Rate