

***PERSONAL BRANDING* ANGGOTA LEGISLATIF TERPILIH DALAM
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024**

(Studi di Partai Keadilan Sejahtera Provinsi Lampung)

Skripsi

Oleh:

SITI NURHALIZAH

NPM 2116021083



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2025

**PERSONAL BRANDING ANGGOTA LEGISLATIF TERPILIH DALAM
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024 (Studi di Partai Keadilan Sejahtera
Provinsi Lampung)**

Oleh

SITI NURHALIZAH

Pemilihan umum sangat erat kaitannya dengan masalah politik dan pergantian pemimpin. Dalam sebuah negara demokrasi, pemilu merupakan salah satu pilar utama dari sebuah proses akumulasi kehendak rakyat. Pemilu diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pada pemilu legislatif 2024 Partai Keadilan Sejahtera mengalami penurunan jumlah kursi di DPRD Provinsi Lampung, dari 9 kursi pada periode sebelumnya menjadi 7. Penurunan jumlah kursi PKS di DPRD tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu faktor, namun lemahnya personal branding menjadi salah satu aspek krusial yang mencerminkan kegagalan dalam membangun kedekatan emosional dan citra politik yang kuat di mata konstituen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara kepada anggota legislatif terpilih serta Ketua Tim Bapil Partai Keadilan Sejahtera dan tentunya Akademisi atau Pengamat Politik untuk mempertajam hasil penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori marketing politik Adman Nursal yaitu Push, Pull, dan Pass marketing politik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye yang dilakukan oleh anggota legislatif terpilih yaitu strategi *push marketing* atau tatap muka secara langsung dengan masyarakat. Selain strategi push marketing, strategi Pull atau strategi membangun *personal branding* melalui media baik media sosial maupun media konvensional tetap dioptimalkan. Selain kedua pendekatan di atas, didukung juga dengan pendekatan *pass marketing* politik atau pendekatan melalui tokoh-tokoh masyarakat maupun kelompok-kelompok sosial.

Kata Kunci : Pemilu Legislatif, *Personal branding*, Marketing politik, Anggota Legislatif Terpilih, Partai Keadilan Sejahtera

ABSTRACT

PERSONAL BRANDING OF ELECTED LEGISLATIVE MEMBERS IN THE 2024 GENERAL ELECTION (Study at the Prosperous Justice Party of Lampung Province)

By

SITI NURHALIZAH

General elections are closely related to political issues and changes in leaders. In a democratic country, elections are one of the main pillars of a process of accumulating the will of the people. Elections are held directly, generally, freely, secretly, honestly, and fairly. In the 2024 legislative elections, the Prosperous Justice Party experienced a decrease in the number of seats in the Lampung Provincial DPRD, from 9 seats in the previous period to 7. The decrease in the number of PKS seats in the DPRD cannot be explained by just one factor, but weak personal branding is one of the crucial aspects that reflects the failure to build emotional closeness and a strong political image in the eyes of constituents. This study uses qualitative methods and data collection techniques through interviews with elected legislative members and the Head of the Prosperous Justice Party Bapilu Team and of course Academics or Political Observers to sharpen the results of this study. This study uses Adman Nursal's political marketing theory, namely Push, Pull, and Pass political marketing. The results of this study indicate that the campaign strategy carried out by elected legislative members is the push marketing strategy or face-to-face directly with the community. In addition to the push marketing strategy, the Pull strategy or strategy of building personal branding through media, both social media and conventional media, is still optimized. In addition to the second approach above, it is also supported by the political pass marketing approach or approach through community leaders and social groups.

Keywords: Legislative Election, Personal branding, Political marketing, Elected Legislative Members, Prosperous Justice Party

***PERSONAL BRANDING* ANGGOTA LEGISLATIF TERPILIH DALAM
PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024**

(Studi di Partai Keadilan Sejahtera Provinsi Lampung)

Oleh

SITI NURHALIZAH

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai
Gelar SARJANA ILMU PEMERINTAHAN**

Pada

**Jurusan Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PERSONAL BRANDING ANGGOTA LEGISLATIF TERPILIH DALAM PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024 (Studi di Partai Keadilan Sejahtera Provinsi Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Siti Nurhalizah**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2116021083**

Program Studi : **S-1 Ilmu Pemerintahan**

Jurusan : **Ilmu Pemerintahan**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Darmawan Purba, S. IP, M. IP
NIP. 198106012010121003

Bendi Juantara, S.IP., M.A
NIP. 198809232019031011

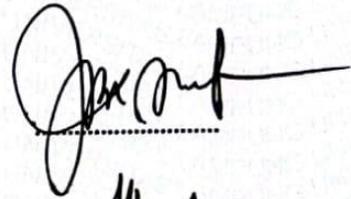
2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

Tabah Maryamah

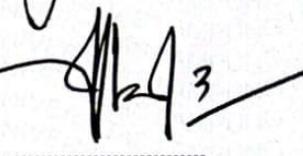
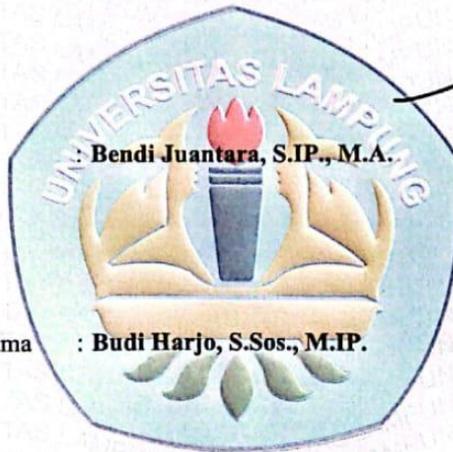
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

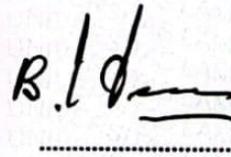
Ketua : Darmawan Purba, S. IP, M. IP.



Sekretaris : Bendi Juantara, S.IP., M.A.



Penguji Utama : Budi Harjo, S.Sos., M.IP.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 09 April 2025
Yang Membuat Pernyataan



Siti Nurhalizah
NPM 2116021083

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Siti Nurhalizah, dilahirkan di Lampung Tengah pada tanggal 28 Juni 2002. Peneliti merupakan putri bungsu dari 4 bersaudara dari pasangan Sukarman dan Fatonah. Jenjang pendidikan penulis di mulai dari SDN1 Terbanggi Subing pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2014. Pendidikan tingkat pertama di SMPN 4 Gunung Sugih pada tahun 2014 dan lulus tahun 2017.

Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Punggur tahun 2017 dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) dan dinyatakan lulus pada Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2021. Selama berkuliah di Universitas Lampung, penulis aktif mengikuti kegiatan mahasiswa seperti pada tahun 2021 penulis aktif di kegiatan UKM tingkat fakultas yaitu FSPI, kemudian pada tahun 2022 penulis menjadi anggota magang Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan. Kemudian pada tahun 2023 penulis diamanahkan menjadi Ketua Biro 1 yang membidangi Kajian dan Keilmuan di HMJ Ilmu Pemerintahan. Selain aktif di organisasi internal kampus, penulis juga aktif di organisasi eksternal kampus seperti HMI Komsopol Unila. Pada saat menjadi mahasiswa penulis mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata pada tahun 2024 di Desa Fajar Asri, Kecamatan Panca Jaya, Kabupaten Mesuji. Selanjutnya penulis mengikuti Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di DPW PKS Provinsi Lampung.

MOTTO

“Hidup itu 1% Bakat, 99% Kerja Keras”

(Nur Yasin)

“Kalau hari ini malas, besok akan lebih malas”

(Sukarman)

PERSEMBAHAN



Alhamdulillah rabbil'alamiin segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah meridhai segala ikhlar hamba-Mu, sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan

Shalawat teriring salam, selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW,
yang selalu dinantikan syafa'atnya di Yaumul Akhir

dan

Ku persembahkan tulisan sederhana ini teruntuk ...

Ayahanda dan Ibunda tercinta

Sukarman dan Fatonah

Kakak-kakakku

Nur Khamid, Nur Yasin, Ana Safitri, Siti Kolifah dan Hartanto

Terima kasih untuk semua teman-teman seperjuangan di Jurusan Ilmu
Pemerintahan, semoga segala kebaikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Almamater Tercinta

Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillaahirrohmaanirrohim.

Syukur Peneliti haturkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan nikmat, anugerah serta hidayahnya yang sangat luar biasa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Personal Branding Anggota Legislatif Terpilih Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024 (Studi di Partai Keadilan Sejahtera Provinsi Lampung)**. Tak lupa Shalawat serta salam tercurah limpahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik dan pemimpin bagi kaumnya.

Skripsi ini merupakan sebuah karya ilmiah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan karena adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini mustahil terwujud dengan baik.

Suatu kehormatan dan kebanggaan bagi Peneliti melalui sanwacana ini mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang berkenan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Lampung;
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
3. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik;

4. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum;
5. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan.
6. Ibu Dr. Tabah Maryanah selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Bapak Darmawan Purba, S.IP., M.IP. selaku Dosen Pembimbing Utama. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dan bimbingan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kesabaran, perhatian, serta saran-saran yang Bapak berikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik.
8. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Bendi Juantara, S.IP., M.A. selaku dosen pembimbing kedua sekaligus menjadi Pembina selama penulis menjadi Pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan. Terima kasih atas segala saran, kritik, dan masukan yang membangun dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Tak lupa juga kepada Bapak Budi Harjo, S.Sos., M.IP. selaku dosen penguji penulis yang telah banyak memberikan kritik dan saran dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran Bapak dalam membantu proses penulisan skripsi ini
10. Bapak Dr. Maulana Mukhlis, S.Sos, M.I.P. selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis.
11. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung meski tidak disebutkan satu persatu, tetapi tidak mengurangi rasa hormat penulis kepada Bapak dan Ibu semua. Terimakasih atas dedikasi yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis bisa sampai pada posisi saat ini. Semoga Bapak dan Ibu sehat selalu dan diberkahi oleh Allah SWT.
12. Seluruh keluarga besar DPW PKS Lampung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih atas segala bentuk bantuan dan dukungan kepada penulis, baik semasa magang maupun selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Informan penelitian Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Fraksi PKS Bapak H. Ade Utami Ibnu, S.E., Bapak H. Puji Sartono, S.H., S.Kep., Bapak M. Syukron Mughtar, LC., M.Ag., Bapak H. Heni Susilo, M. Pd., Bapak H. Amrullah BS, Bapak Muhammad Ghofur, S.Si., dan Bapak H. Yusnadi, S.T. Serta Bapak Aep Saripudin, SP. sebagai Tim Bapilu PKS Provinsi Lampung dan Bapak Tiyas Apriza, S.IP. M.IP. selaku Pengamat Politik.
14. Dengan penuh cinta dan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis, Bapak Sukarman dan Ibu Fatonah, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi

dalam setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa yang tiada henti, serta dukungan tanpa batas yang telah diberikan sejak awal hingga saat ini. Tanpa pengorbanan, kerja keras, dan doa tulus dari Bapak dan Ibu, penulis tidak akan berada di titik ini. Segala pencapaian ini adalah buah dari kesabaran dan perjuangan kalian dalam membesarkan, mendidik, dan membimbing penulis dengan penuh kasih. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud rasa hormat dan terima kasih penulis atas segala cinta dan pengorbanan yang telah Bapak dan Ibu berikan. Semoga penulis dapat terus membanggakan kalian dan menjadi anak yang selalu berbakti. Semoga Allah SWT. Senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, dan kebahagiaan kepada Bapak dan Mama.

15. Terima kasih kepada Abang sulung penulis Nur Khamid yang selalu memberikan nasihat dan kasih sayang kepada penulis.
16. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Abang kedua penulis, Nur Yasin dan Mba Ana Safitri.
Terima Kasih atas segala dukungan moral maupun materil, perhatian, serta doa yang telah diberikan selama penulis menjalani proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan kasih sayang yang telah kalian berikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis sangat bersyukur memiliki keluarga yang selalu mendukung dalam setiap langkah perjalanan hidup ini.
17. Ayuk Siti Kholifah dan Mas Hartanto yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk kelancaran penulis. Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu memberikan semangat, nasihat, dan perhatian di setiap langkah yang penulis tempuh. Kehangatan keluarga yang kalian ciptakan serta dukungan yang tidak pernah putus menjadi salah satu alasan penulis tetap kuat dan terus berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
18. Teruntuk Keponakan-keponakan tersayang, Qaireen Zada Aniqah, Fazia Shanum Maulida, Ainun Mahya Ramadhani, dan Ahmad Arkan Al Hakim. Terima kasih telah menjadi salah satu sumber kebahagiaan dan semangat dalam hidup penulis. Senyuman, keceriaan, dan kehadiran kalian selalu menjadi penyegar di tengah lelahnya perjuangan menyelesaikan skripsi ini. Semoga suatu hari nanti, penulis bisa menjadi contoh dan inspirasi untuk kalian.
19. Keluarga besar Alm. Dul Karim dan keluarga besar Ahmad Salimun.
20. Kepada Muhammad Tegar Tirta Laksana, S.Kom. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan kebahagiaan selama proses panjang penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga niat baik yang selalu kita semogakan selalu dipermudah.

21. Kepada sahabat-sahabat penulis sedari kecil, Prima Apriliana, Alfin Aprianistia, S.Pi., Febry Anggraini, Syifa Masayu Putri, Nabila Zahra, Tiwi Femelia Tika, dan Syaira Ramadanti. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak dulu hingga saat ini.
22. Kepada sahabat penulis yang sangat penulis sayangi, Yuyun Dwi Lestari. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita hidup penulis selama di bangku kuliah. Terima kasih telah menjadi teman suka duka penulis dan selalu ada di samping penulis. Semoga Yuyun selalu dimudahkan dalam setiap proses yang Yuyun lewati. Semoga kebersamaan kita tetap terjaga dan kita bisa menggapai impian kita masing-masing.
23. Kepada sahabat-sahabat Lambe Turah, Rizqi Harlian Mulyo, Rizki Aditia, Nico Alifiansyah, dan Yuyun Dwi Lestari. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup dan perjuangan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kebersamaan kita bukan hanya tentang belajar dan berbagi ilmu, tetapi juga tentang tawa, cerita, dan momen-momen berharga yang akan selalu penulis ingat. Semoga persahabatan ini tetap erat sampai nanti.
24. Kepada sahabat-sahabat perempuan penulis, Adinda Eka Listiara, Patri Resna, Siti Dwi Lestari, Cinta Samosir, Anisa Agustina, Mustika Ayu Alsa, Puput Dwi Cahya, Triana Putri Ayu, dan Yuyun Dwi Lestari. Kalian adalah support system yang selalu ada, baik dalam diskusi serius maupun dalam momen-momen santai yang membuat perjalanan ini lebih menyenangkan. Semoga kita semua terus melangkah maju, mencapai impian masing-masing, dan tetap menjaga persahabatan ini selamanya.
25. Untuk sahabat-sahabat terbaik yang telah mewarnai masa SMA penulis, Rahayu Lestari, S. Psi., Dwi Putri Cahyani, S. Pd, dan Zaria Adninda. Terima kasih atas persahabatan, kenangan, dan dukungan yang kalian berikan.
26. Kepada Anggun Zairatul Arifa teman yang pertama penulis kenal di Jurusan Ilmu Pemerintahan dan Shoffi Silva Salsabilla sebagai teman seperjuangan selama di HMJ, Magang, sampai penyusunan skripsi, tak lupa juga kepada Ropelia Santika, Refina Amelia Taufiq, Teman-teman dari Tim Ranjau Yola, Sindi, Salsa, Juhi, Amimi Serta teman-teman angkatan 21 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dalam suka duka selama perkuliahan.
27. Bang Rama, Bang Zaky, Bang Diska, Bang Fadhil, Bang Nendy, Bang Restu, Bang Rayhan, Bang Iko, Mba Yulisa, Mba Wenti, dan Mba Desi selaku kating penulis di Jurusan Ilmu Pemerintahan yang memberikan gambaran, saran, dan tempat bertanya selama penulis berkuliah.
28. Keluarga besar pengurus HMJ Ilmu Pemerintahan angkatan 2023

kabinet Asik.

29. Kepada keluarga besar HMI Komisariat Sosial Politik Universitas Lampung yang telah menjadi tempat penulis berkembang.
30. Kepada teman-teman KKN Desa Fajar Asri, Oka, Karin, Niken, Yazid, Ikbar, dan Subhan.
31. Kepada adik tingkat angkatan 2022, 2023, dan 2024 Jurusan Ilmu Pemerintahan.
32. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun, penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca. Aamiin.

Bandar Lampung, April 2025

Penulis

Siti Nurhalizah

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR SINGKATAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan <i>Personal branding</i>	13
2.1.1 <i>Personal branding</i> dalam Konteks Politik	14
2.1.2 Tujuan <i>Personal branding</i>	15
2.1.3 Cara Membangun <i>Personal branding</i>	15
2.1.4 Elemen <i>Personal branding</i>	17
2.1.5 Konsep <i>Personal branding</i>	19
2.2 Tinjauan Pemilihan Umum.....	21
2.2.1 Pemilihan Umum.....	21
2.2.2 Fungsi Pemilihan Umum.....	22
2.2.3 Tujuan Pemilihan Umum.....	23
2.3 Peserta Pemilihan Umum	24
2.4 Tinjauan Teori Marketing Politik	26
2.5 Kerangka Pikir.....	28
III. METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Fokus Penelitian.....	31
3.3 Lokasi Penelitian	32
3.4 Penentuan Informan.....	32
3.5 Jenis Data.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	37
IV. GAMBARAN UMUM	39
4.1 Gambaran Umum PKS Provinsi Lampung	39
4.1.1. Sejarah Berdirinya Partai Keadilan Sejahtera Lampung.....	39

4.1.2. Visi dan Misi PKS.....	40
4.1.3. Tujuan dan Fungsi Partai Keadilan Sejahtera.....	41
4.2. Gambaran Umum Dewan Perwakilan Daerah Provinsi Lampung.....	42
4.2.1. Sejarah Pembentukan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung.....	42
4.2.2. Fungsi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung....	43
4.2.3. Tugas dan Wewenang Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung.....	44
4.3. Profil Calon Legislatif Terpilih Fraksi PKS Lampung.....	46
4.3.1. Ade Utami Ibnu.....	46
4.3.2. Puji Sartono.....	46
4.3.3. M. Syukron Muchtar.....	47
4.3.4. Heni Susilo.....	48
4.3.5. H. Amrullah BS.....	48
4.3.6. M. Ghofur.....	49
4.3.7. Yusnadi.....	50
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
5.1 Hasil Penelitian terhadap Teori Marketing Politik.....	51
5.1.1 Push Marketing Politik.....	53
5.1.2 Pull Marketing Politik.....	73
5.1.3 Pass Marketing Politik.....	89
5.2 Efektivitas Marketing Politik.....	98
VI. PENUTUP.....	101
6.1 Simpulan.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Daftar Nama Calon Anggota Legislatif DPRD Provinsi Lampung Fraksi PKS Priode 2024-2029	6
Tabel 2. Rentang Usia Caleg PKS Pada Setiap Dapil	7
Tabel 3 Profil Ade Utami Ibnu	46
Tabel 4 Profil Puji Sartono	46
Tabel 5 Profil M. Syukron Muchtar	47
Tabel 6 Profil Heni Susilo	48
Tabel 7 Profil H. Amrullah BS.....	48
Tabel 8 Profil M. Ghofur.....	49
Tabel 9 Profil Yusnadi.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Jumlah Kursi DPRD Provinsi Lampung Fraksi PKS Dalam 3 Priode Terakhir	4
Gambar 2. Kelompok Usia Caleg Fraksi PKS.....	8
Gambar 3 Kerangka Pikir	29
Gambar 4 Daftar Nama Informan	33
Gambar 5 Anggota DPRD Terpilih M. Syukron Muchtar Bersama Ibu-ibu Muslimat.....	57
Gambar 6 Salah Satu Perayaan Ulang Tahun Kelompok Kuntum Bunga	59
Gambar 7 Anggota DPRD terpilih Yusnadi memberikan bantuan Kambing	61
Gambar 8 Pemberitaan Caleg Incumbent PKS	74
Gambar 9 alat peraga berupa kalender	76
Gambar 10 alat peraga berupa.....	76
Gambar 11 alat peraga berupa contoh surat	76
Gambar 12 Akun Sosial Media Instagram Ade Utami Ibnu	80
Gambar 13 Akun instagram puji sartono	80
Gambar 14 Akun instagram M. Syukron Muchtar.....	80
Gambar 15 Akun instagram Heni Susilo81	
Gambar 16 Akun instagram Amrullah Bs	81
Gambar 17 Akun instagram M. Ghofur	81
Gambar 18 Akun instagram Yusnadi	82
Gambar 19 Akun Facebook Ade Utami Ibnu.....	83
Gambar 20 Akun Facebook Puji Sartono.....	83
Gambar 21 Akun Facebook Muhammad Syukron Muchtar	83
Gambar 22 Akun Facebook Heni Susilo.....	84
Gambar 23 Akun Facebook Amrullah BS	84
Gambar 24 Akun Facebook Yusnadi ST.....	84
Gambar 25 Akun Facebook Muhammad Ghofur.....	85
Gambar 26 Anggota terpilih dapil 8 Yusnadi menepati janji memberikan Ambulan.....	87
Gambar 27 Kedekatan M. Ghofur dengan Muhaimin Iskandar dan Herman Hn.....	89
Gambar 28 Syukron Muchtar Bersama Anis Baswedan	90

DAFTAR SINGKATAN

1. AD/ART : Anggaran Dasar/ Anggaran Rumah Tangga
2. BAPILU : Badan Pemenangan Pemilu
3. DAPIL : Daerah Pemilihan
4. DCT : Daftar Calon Tetap
5. DPRD : Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
6. DPW : Dewan Pengurus Wilayah
7. JURDIL : Jujur Adil
8. KPU : Komisi Pemilihan Umum
9. LUBER : Langsung Umum Bebas Rahasia
10. PEMILU : Pemilihan Umum
11. PKS : Partai Keadilan Sejahtera
12. UU : Undang Undang
13. BCAD : Bakal Calon Anggota Dewan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demokrasi telah menjadi salah satu sistem pemerintahan yang paling dominan di dunia saat ini, salah satunya Indonesia. Perwujudan demokrasi di Indonesia yaitu terlaksananya pemilihan umum (pemilu). Pemilu merupakan salah satu bentuk demokrasi yang memberikan kedaulatan bebas kepada rakyat untuk memilih perwakilan, baik lembaga legislatif maupun eksekutif. (Agus Dedi, 2022). Tujuan dari pemilu itu sendiri yaitu agar masyarakat dapat memilih pemimpin dari partai politik yang memiliki visi-misi sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pelaksanaan pemilu di Indonesia menggunakan azas-azas yang perlu ditegakan yaitu azas langsung, umum, bebas, dan rahasia (Luber) serta dua azas lainnya yaitu jujur dan adil (Jurdil) demi terciptanya sistem pemerintahan yang demokratis berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, sesuai dengan pasal 2 ayat (1) yang berbunyi bahwa “Kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan dengan undang-undang”.

Tahun 2024, Indonesia akan mengadakan pemilu dengan sistem proporsional terbuka. Sistem proporsional terbuka merupakan sistem pemilu yang memberikan akses ke masyarakat untuk memilih langsung calon anggota legislatif yang didukungnya. Hal yang menarik pada tahun 2024 ini adalah adanya pemilu serentak untuk memilih calon Presiden, Wakil Presiden, DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota.

Menjelang pemilu para kandidat calon anggota legislatif membangun *personal branding* agar mampu merebut atensi masyarakat dan tentunya agar mencapai elektabilitas yang tinggi di pemilu 2024. Upaya memenangkan suara rakyat tersebut para calon anggota legislatif saling bersaing membangun *personal branding*. *Personal branding* sangat penting bagi calon anggota legislatif. Calon anggota legislatif dengan *personal branding* yang positif akan mudah mendapatkan kepercayaan dan suara dari masyarakat (Nurfadilah & Khoirotunnisa, 2023).

Dukungan publik merupakan syarat yang paling utama keberhasilan seorang politisi, dukungan yang tidak hanya melalui kata-kata tetapi sampai pada tindakan nyata. Secara teori maupun praktik, *personal branding* sangat membantu bagi kesuksesan seseorang di panggung politik. Politisi di Indonesia menjelang pelaksanaan pemilu gencar membangun *personal branding*. *Personal branding* yang baik diyakini dapat menciptakan citra positif dan berdampak besar terhadap dukungan yang diperoleh. Pada perkembangannya, *personal branding* di Indonesia sering digunakan oleh para politisi atau calon anggota legislatif serta yang lainnya untuk dapat menciptakan citra diri melalui kampanye politik agar dapat menarik perhatian masyarakat dengan tujuan memenangkan pemilu. Para calon anggota legislatif berlomba-lomba untuk melakukan konstruksi dalam persepsi masyarakat mengenai identitasnya masing-masing melalui *personal branding* (Adah & Murbantoro, 2023).

Sebagai negara demokrasi, pada pelaksanaan pemilu tersebut terdapat organisasi yang memiliki peran yang sangat penting dan bertanggung jawab atas berputarnya roda demokrasi di suatu negara. Partai politik inilah yang bertanggung jawab penuh untuk melahirkan calon-calon pemimpin yang memiliki kualitas melalui rekrutmen, seleksi, dan kaderisasi politik yang berguna untuk membentuk jiwa dan karakter pemimpin. Undang-undang Nomor 2 Tahun 2008 pasal 29 mengenai partai politik telah mengatur mengenai proses rekrutmen untuk para calon pemimpin dengan menganut keputusan dari masing-masing pengurus partai politik sesuai dengan AD

(Anggaran Dasar) dan ART (Anggaran Rumah Tangga) di masing-masing partai politik. Pada dasarnya partai politik merupakan organisasi yang sangat penting dalam tatanan demokrasi. Partai politik merupakan satu-satunya organisasi yang berhak mengikuti pemilu, guna menyampaikan aspirasi masyarakat (Hendrawati, 2024).

Keberlangsungan demokrasi di Indonesia sangat bergantung pada peran Partai politik. Tanpa partai politik, demokrasi akan kehilangan legitimasi, yang mengakibatkan ketidakstabilan kekuasaan. Oleh karena itu, partai politik merupakan satu-satunya lembaga yang bertanggung jawab dalam menjaga kondusifitas demokrasi nasional. Tanggung jawab partai politik tidak hanya terbatas pada konstituennya, tetapi juga terhadap keberlangsungan negara dan bangsa (Elviandri; Damyanti, 2017). Demi terlaksananya demokrasi, partai politik berfungsi sebagai platform bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat dan aspirasi politik mereka. partai politik tidak hanya berpengaruh pada konstituennya, tetapi juga pada keberlangsungan negara dan bangsa, karena jabatan-jabatan pemerintah diisi oleh individu yang berasal dari Partai politik melalui proses pemilihan umum (Shaleh & Wisnaeni, 2019).

Salah satu partai politik yang memiliki peran dalam proses rekrutmen politik tersebut adalah Partai Keadilan Sejahtera (PKS). PKS memiliki peran untuk menyiapkan kader-kader partai terbaik yang akan diusung agar dapat menjadi pemimpin dan mengisi jabatan politik baik di tingkat daerah maupun nasional. PKS memberikan kesempatan kepada kader-kader yang memiliki integritas, dan dedikasi yang tinggi dalam memperjuangkan kepentingan rakyat.

Melalui proses yang panjang, PKS memastikan bahwa para kader yang diusung menjadi calon anggota legislatif mampu menyuarakan aspirasi masyarakat serta mendukung visi misi partai dalam membangun kebijakan yang sejalan dengan nilai-nilai keadilan dan kesejahteraan. Seperti halnya pada kontestasi pemilu Tahun 2024, sejumlah calon legislatif dari PKS,

baik petahana maupun calon anggota legislatif baru melakukan berbagai cara untuk menarik dukungan dari masyarakat. Akan tetapi, PKS mengalami penurunan jumlah kursi pada pemilu 2024 dibandingkan periode pemilu sebelumnya. Penurunan ini mengindikasikan bahwa meskipun PKS mengusung calon yang memiliki kompetensi dan integritas sebagai langkah positif untuk pembaharuan partai, namun PKS masih menghadapi tantangan dalam memperkuat elektabilitasnya di hadapan pemilih yang semakin dinamis. Berikut disajikan tabel hasil perolehan suara PKS dalam tiga periode berturut-turut :



Gambar 9. Jumlah Kursi DPRD Provinsi Lampung Fraksi PKS Dalam 3 Periode Terakhir

Sumber: DPW PKS Lampung

Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas yang menunjukkan penurunan jumlah kursi PKS dari periode sebelumnya menunjukkan adanya masalah struktural yang cukup besar. Grafik penurunan jumlah kursi PKS pada pemilu tahun ini menunjukkan penurunan jumlah kursi, di mana terlihat jelas bahwa jumlah kursi yang berhasil diraih mengalami penurunan dibandingkan dengan pemilu sebelumnya. Berdasarkan data tersebut dipaparkan juga jumlah perolehan suara PKS selama tiga periode terakhir, Penurunan jumlah kursi PKS tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu faktor, namun lemahnya *personal branding* menjadi salah satu aspek krusial yang mencerminkan kegagalan dalam membangun kedekatan emosional

dan citra politik yang kuat di mata konstituen. Ketika caleg tidak mampu membangun citra pribadi yang kuat melalui media sosial, rekam jejak yang terlihat, atau komunikasi yang efektif dengan masyarakat mereka cenderung kurang dikenal dan kurang dipercaya oleh pemilih. Dalam setiap tahapan pemilu, *personal branding* membantu menentukan bagaimana pesan yang akan disampaikan oleh caleg, media apa yang digunakan, serta gaya komunikasi yang mudah dipahami pemilih. Personal branding yang kuat memudahkan caleg dalam membangun kepercayaan, menciptakan kedekatan emosional, serta memperkuat posisi di tengah persaingan politik. Hal ini juga mempengaruhi persepsi publik terhadap integritas seorang caleg. Dengan demikian, *personal branding* bukan hanya tentang bagaimana seseorang ingin dikenal, tetapi juga menjadi fondasi yang mengarahkan seluruh strategi pemenangan agar lebih fokus, terarah, dan mampu menjawab ekspektasi pemilih. Dalam situasi politik yang kompetitif, kekuatan personal branding dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan dalam menentukan keberhasilan dalam meraih dukungan dan suara.

Meskipun demikian, PKS masih mendapatkan dukungan dari sejumlah masyarakat, grafik di atas menggambarkan tantangan yang dihadapi partai dalam mempertahankan posisinya di tengah dinamika politik yang semakin kompetitif. Penurunan ini mungkin mencerminkan perubahan preferensi pemilih dan meningkatnya persaingan dari partai-partai lain, yang berhasil menarik perhatian dan dukungan publik. Meskipun mengalami penurunan, PKS masih memiliki beberapa calon anggota legislatif yang berhasil memenangkan suara, hal ini menunjukkan bahwa terdapat aspek-aspek tertentu dari partai yang masih mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Grafik ini menjadi indikator penting bagi PKS untuk mengevaluasi strategi politiknya dan merencanakan langkah-langkah yang diperlukan untuk membangun kembali dukungan pada periode selanjutnya. Berikut disajikan daftar calon anggota legislatif DPRD Provinsi Lampung fraksi PKS yang berhasil memenangkan perolehan suara :

Tabel 1. Daftar Nama Calon Anggota Legislatif DPRD Provinsi Lampung Fraksi PKS Priode 2024-2029

No.	Nama	Asal Dapil	Jenis Kelamin	Usia	Perolehan suara sah
1.	H. Ade Utami Ibnu, S.E.	Dapil 1	L	47	13.869
2.	Puji Sartono, S.H.	Dapil 2	L	49	19.125
3.	M.Syukron Muchtar,Lc., M.Ag.	Dapil 3	L	35	12.348
4.	Heni Susilo, S.Pd.	Dapil 4	P	53	14.345
5.	H. Amrullah BS	Dapil 5	L	61	12.504
6.	Muhammad Ghofur, S.Si.	Dapil 7	L	44	13.362
7.	H. Yusnadi, S.T.	Dapil 8	L	52	13.548

Sumber : [Data Salinan KPU Provinsi Lampung](#)

Berdasarkan data hasil pemilu di atas, sejumlah calon anggota legislatif terpilih baik *incumbent* maupun calon anggota legislatif baru masing-masing menampilkan berbagai latar belakang dan pengalaman yang berbeda. Terdapat satu nama menonjol karena memiliki usia yang masih terbilang muda di antara calon anggota terpilih lainnya yaitu M. Syukron, Lc. M. Ag. Salah satu calon anggota legislatif dari dapil 3 yang berhasil meraih kursi di DPRD Provinsi Lampung dengan suara yang cukup besar, menjadi sorotan di antara para calon lainnya yang sebagian besar berusia lebih dewasa atau telah memiliki pengalaman sebagai politisi pada periode sebelumnya. Keberhasilan M. Syukron, Lc., M. Ag. tidak hanya mencerminkan dukungan kuat dari pemilih Milenial dan Gen Z, tetapi juga menandakan adanya harapan akan perubahan dan inovasi dalam proses pengambilan keputusan politik. Kehadiran calon legislatif baru tersebut menandakan komitmen yang kuat PKS dalam memberikan ruang bagi para aktivis untuk berkontribusi di ranah politik.

Berangkat dari latar belakang yang berbeda-beda tersebut menunjukkan bahwa PKS berupaya menghadirkan calon legislatif yang tidak hanya memiliki kompetensi, akan tetapi relevan juga dengan isu-isu ekonomi,

pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur, maupun hukum dan keamanan yang sedang dihadapi oleh masyarakat saat ini. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bersama bahwa PKS mengupayakan representasi yang beragam, baik dari sisi pengalaman politik, profesionalisme, maupun keterlibatan sosial sebagai strategi untuk memperluas dukungan masyarakat pada pemilu 2024.

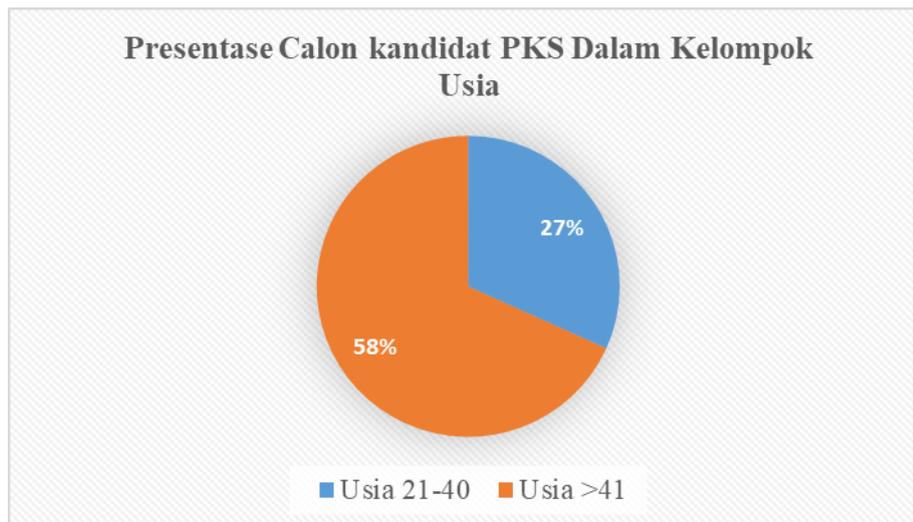
Berdasarkan data tersebut juga dapat diketahui bahwa PKS tidak hanya mencalonkan kader yang akan mengisi jabatan politik dari kalangan senior saja, akan tetapi PKS mencoba mempresentasikan calon legislatif pada rentang usia muda menurut Undang-undang yaitu berkisar antara usia 21-40 tahun sejak penetapan DCT. Tentunya hal tersebut tetap berpedoman pada persyaratan Undang-undang pemilihan umum pasal 7 butir a yang mengatur bahwa bakal calon legislatif adalah Warga Negara Indonesia dan telah berumur 21 (dua puluh satu) tahun atau lebih terhitung sejak penetapan DCT.

Berikut merupakan distribusi usia pada masing-masing Dapil yang diusung oleh PKS pada Pemilihan umum 2024, antara lain sebagai berikut :

Tabel 2. Rentang Usia Caleg PKS Pada Setiap Dapil

Dapil	Rentang Usia			
	21-30(%)	31-40(%)	41-50(%)	>51(%)
Dapil 1	1	1	5	4
Dapil 2	1		8	1
Dapil 3	3	2	4	2
Dapil 4	1		6	3
Dapil 5	3	3	3	2
Dapil 6	1	2		7
Dapil 7	3	2	5	2
Dapil 8	3	1	1	5

Sumber : DPW PKS Lampung



Gambar 10. Kelompok Usia Caleg Fraksi PKS
Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan dari dua diagram yang telah disajikan di atas dapat dilihat mengenai distribusi usia calon legislatif dari PKS yang terbagi menjadi dua kelompok besar. Kelompok pertama adalah kelompok dengan rentang usia 21-40 tahun dan masuk ke dalam kategori calon legislatif muda menurut Undang-undang. Pada rentang usia tersebut, PKS mengusung sebanyak 27%. Dengan jumlah persentase yang tidak sedikit tersebut menggambarkan bahwa PKS memberikan peluang yang sangat besar bagi generasi muda untuk aktif dalam politik, sekaligus mencerminkan upaya PKS yang berusaha menarik perhatian massa dari kalangan pemilih muda yang pada tahun 2024 ini didominasi oleh kelompok Gen Z dan millennial sebesar 56%. Kemudian kelompok kedua adalah calon legislatif pada rentang usia lebih dari 40 tahun. PKS mengusung sebesar 58% calon legislatif. Pada rentang usia tersebut, para calon legislatif umumnya telah memiliki pengalaman dan rekam jejak sebelumnya sebagai anggota DPRD.

Berdasarkan dari persentase usia tersebut, PKS berharap dapat memberikan keseimbangan antara energi baru dan kebijaksanaan dari calon legislatif yang telah memiliki pengalaman sebelumnya. Berdasarkan proses pencalonan kedua kelompok umur tersebut, PKS juga mengharapkan dapat menarik perhatian pemilih dari berbagai segmen, baik dari kalangan pemilih milenial maupun para pemilih dari rentang usia yang lain. Meskipun PKS

telah mengusung banyak kader muda sebagai strategi untuk meningkatkan dan menarik dukungan dari massa pemilih kelompok Milenial dan Gen Z, akan tetapi hasil pemilihan umum tidak sebanding dengan ekspektasi yang telah diharapkan. Berdasarkan calon anggota legislatif muda yang telah diusung, hanya satu yang mampu memenangkan dan mempertahankan kursi di DPRD Provinsi Lampung yaitu calon legislatif dari Dapil 3 atas nama calon legislatif M. Syukron Muchtar, Lc., M.Ag. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi yang telah diupayakan oleh PKS dalam mengusung anak muda sebagai regenerasi kepemimpinan belum optimal, tantangan elektabilitas bagi calon legislatif muda masih cukup tinggi serta *personal branding* di kelompok pemilih belum maksimal.

Adapun penelitian sejenis untuk menunjang penelitian ini adalah :

1. Pertama adalah penelitian yang ditulis oleh (Royani & Rusdiana, 2023). Penelitian ini menggunakan teori *personal branding* menurut McNally & Speak yaitu kekhasan, relevansi dan konsistensi. Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Fokus pada penelitian adalah untuk mengetahui *personal branding* yang dilakukan oleh Muhammad Shoma sebagai calon legislatif generasi Z. Tiga hal yang membentuk *personal branding* yang dilakukan oleh Muhammad Shoma melalui instagramnya yaitu kekhasan, ditampilkan melalui postingannya dengan berpenampilan, gesture, dan cara berbicara. Yang kedua relevansi, ditampilkan melalui postingan berupa tulisan hasil karya dirinya yang telah dipublikasikan di beberapa *platform* dan publikasi online. Lalu yang terakhir yaitu konsistensi, ditampilkan melalui postingannya bahwa ia konsisten memposting hanya pada bulan Juli saja, selebihnya ia hanya memposting melalui instagram *stories*.
2. Kedua, adalah penelitian oleh (Mentari Putri dkk., 2022) . Fokus penelitian ini adalah *personal branding* politikus Edy Baskoro Yudhoyono melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara kepada lima orang informan. Hasil dari penelitian ini adalah Edy

Baskoro Yudhoyono telah memenuhi delapan hukum *personal branding* yaitu *the law of specialization, the law of leadership, the law of personality, the law of distinctiveness, the law of visibility, the law of unity, the law of persistence, dan the law of goodwill*. Branding Edy Baskoro Yudhoyono yaitu branding peduli kepada rakyat, muda, dan sederhana.

3. Ketiga, adalah penelitian yang dilakukan oleh (Khotijah & Mundiri, 2020). Penelitian ini berfokus pada *Personal branding* kiai politisi berbasis *circle C*. Penelitian ini menggunakan metode *library research* yang berpedoman pada filsafat postpositivisme dan menekankan pada metode etnografi yang bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik kultural. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kiai politisi yang berpotensi besar membawa pandangan baru mengenai kehidupan pesantren kepada ranah politik tanpa harus merusak reputasi seorang kiai itu sendiri. Disinilah peranan seorang kiai politisi yang membutuhkan sebuah formula *circle-C* dalam sebuah *personal branding* politisi seorang kiai. Diharapkan mampu mengubah pandangan masyarakat terhadap kiai politisi.
4. Keempat, penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Rochmaniah, 2024). Fokus penelitian ini adalah *branding politik* pemimpin muda menguasai instagram untuk mempengaruhi politik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang mengungkapkan bahwa elemen-elemen ini secara konsisten diintegrasikan ke dalam unggahan yang dapat mempengaruhi *personal branding* yang dapat menggambarkan sebagai seorang politisi yang ideal.
5. Kelima, penelitian yang dilakukan oleh (Zulham & Syaputra, 2023). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui *branding politik* calon wakil presiden sandiagano melalui media sosial instagramnya pada saat kampanye berlangsung pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model

analisis. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *branding politik* yang mengungkapkan bahwa sandiaga uno memiliki rasa simpati, berintelektual, empati, dan dekat dengan ibu-ibu.

Berdasarkan data penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki kesamaan dengan topik yang akan diteliti, antara lain terdapat pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif, serta penggunaan judul yang memiliki fokus pada *personal branding* seorang politisi, akan tetapi penelitian ini memiliki perbedaan yang paling utama yaitu lokasi penelitian dan teori yang dipakai. Pada penelitian ini dilakukan di DPW PKS Provinsi Lampung dengan fokus penelitian “*Personal branding* Anggota Legislatif Terpilih dalam Pemilihan Umum 2024 (Studi di Partai Keadilan Sejahtera Provinsi Lampung).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan untuk rumusan masalah yang akan diteliti lebih lanjut adalah mengenai “Bagaimana anggota legislatif terpilih yang diusung oleh PKS membangun *personal branding* dengan pendekatan strategi marketing politik pada pemilihan umum 2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana *personal branding* yang dibangun oleh anggota legislatif terpilih PKS dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di Provinsi Lampung pada pemilu 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan informasi mengenai strategi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat yang dibangun oleh seorang calon anggota legislatif.
 - b. Untuk dapat menjelaskan strategi yang tepat dalam membangun *personal branding* seorang calon anggota legislatif dalam meningkatkan suara.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengalaman dan pengetahuan bagi pembaca.
 - b. Untuk memberikan sebuah informasi kepada masyarakat luas mengenai *personal branding* yang digunakan oleh caleg muda dari PKS.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan *Personal branding*

Personal branding berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari kata “*personal*” dan “*brand*”. Kata *personal* yang artinya pribadi, kemudian *branding* memiliki arti sebuah merek atau brand. Jadi, *personal branding* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam membentuk karakter pribadi di media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari. Apabila didefinisikan terhadap seseorang atau secara personal, maka *personal branding* dapat didefinisikan sebagai suatu kesan atau emosional orang lain mengenai seseorang, yang mengartikan keahlian dan nilai yang melibatkan diri sendiri, individu lain dan interaksi yang sedang atau telah terjadi (Anggarini, 2021).

Menurut definisi yang lain, *personal branding* dapat dipahami sebagai suatu bentuk seni yang dengan sengaja membentuk opini publik untuk mempertahankan dan menarik sejumlah besar perhatian masyarakat. Singkatnya, *personal branding* adalah proses mengembangkan seluruh pandangan individu, termasuk kepribadian, kemampuan, dan keyakinan guna membangun pandangan publik yang menguntungkan dan pada akhirnya dimanfaatkan sebagai alat mempromosikan diri (Mardiah & Amri, 2024).

Berdasarkan pandangan ahli tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa *Personal branding* merupakan suatu cara yang dibangun oleh seseorang untuk membentuk persepsi publik yang positif.

2.1.1 *Personal branding* dalam Konteks Politik

Definisi *personal branding* dalam konteks politik dapat didefinisikan sebagai salah satu cara bagi seorang calon anggota legislatif dalam melakukan marketing politik termasuk di dalamnya melakukan presentasi psikologikal pada sebuah organisasi yang lebih mengarah pada simbol dibandingkan nilai tangible. *Personal branding* adalah cara strategis dari seorang politisi untuk membangun citra politik (Jamil dkk., 2023).

Personal branding dalam politik dapat dimaknai lebih dari figur politik itu sendiri. *Personal branding* pada politik lebih menekankan pada faktor yang tidak terlihat seperti persepsi pada publik atau apa saja yang terlintas di benak publik saat melihat atau mendengar nama brand seorang politisi. Agar kontestasi politik mencapai tujuannya, maka partai politik maupun calon anggota legislatif menggunakan branding yang terkoneksi dan diharapkan dapat memperoleh dukungan dari masyarakat. *Political branding* membantu calon anggota legislatif menciptakan relasi dan identitas diri dengan publik, terkoneksi dengan target pemilih, mengubah dan menjaga reputasinya. Dukungan dari masyarakat dapat diperoleh melalui kesan positif terhadap politisi dan percaya bahwa pilihannya dapat membawa perubahan positif bagi masyarakat (Mulyani, 2021).

Maka dapat disimpulkan bahwa *personal branding* di sini merupakan proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, di antaranya seperti kemampuan, kepribadian, karakteristik, kekuatan, dan bagaimana respon dari masyarakat mengarah pada penilaian yang positif terhadap budaya dominan akhirnya dapat digunakan sebagai alat berpolitik (Mardiah & Amri, 2024).

2.1.2 Tujuan *Personal branding*

Tujuan dari *personal branding* adalah untuk menarik dan meningkatkan kepercayaan orang lain terhadap seorang individu. Berikut beberapa indikator yang dapat menggambarkan pentingnya membangun *personal branding* menurut Friantin (2023), antara lain sebagai berikut:

1. Mengembangkan Kepercayaan

Personal branding mampu membangun kepercayaan, meskipun belum pernah bertemu sebelumnya, orang akan merasa lebih nyaman dan percaya diri sebba banyak yang mengenal.

2. Membangun Kredibilitas

Dengan *personal branding* yang baik, maka akan terwujud rasa hormat, kekaguman, dan kepercayaan publik secara tidak langsung.

3. Membangun Rasa Percaya Diri

Personal branding sangat penting dalam meningkatkan rasa percaya diri seseorang. Hal ini disebabkan karena akan timbul perasaan lebih antusias dan memiliki rasa percaya pada kemampuan yang dimiliki.

4. Memperluas Koneksi

Personal brandin mampu meningkatkan exposure dengan lebih mudah. Hasilnya akan memiliki jaringan atau koneksi yang tumbuh luas, bakan mampu melebihi kemampuan yang dimiliki.

5. Menunjukkan diri sendiri apa adanya

Personal branding membantu seseorang menjadi otentik, sehingga lebih mudah dalam memenuhi sesuatu yang diinginkan.

2.1.3 Cara Membangun *Personal branding*

Setelah memahami tujuan dari *personal branding*, Friantin (2023) menjelaskan bagaimana membangun *personal branding* yang baik, antara lain sebagai berikut :

1. Deskripsikan diri sendiri

Hal yang paling utama adalah mampu mengenali diri sendiri, apa kelebihan dan keunikan yang menjadi pembeda dengan orang lain.

2. Menentukan Tujuan yang Jelas

Tujuan yang jelas adalah membangun citra diri. Diperlukan tujuan yang hendak akan dicapai. Dengan begitu, seorang individu dapat menentukan strategi yang tepat untuk membentuk.

3. Menjaga konsistensi

Membangun *personal branding* artinya ingin menunjukkan perbedaan yang dimiliki dari orang lain, oleh sebab itu untuk membangun kepercayaan publik maka seorang individu harus memiliki sikap konsisten dalam membangun citra diri tersebut.

4. Membuat konten yang sesuai dengan ciri khas yang dimiliki

Bagi individu yang gemar bermain sosial media, ada baiknya memanfaatkan platform tersebut dengan membangun *personal branding*. Dengan menunjukkan kreativitas yang dimiliki, seperti public speaking, mendesain, dan lain sebagainya. Namun, keberhasilan *personal branding* melalui digital tidak terjadi secara kebetulan. Dibutuhkan strategi yang tepat untuk membangun dan mempertahankan citra diri yang positif. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam mengenai target audiens, pembuatan konten yang relevan dan menarik, serta penggunaan analitik untuk mengukur dan mengoptimalkan strategi yang digunakan.

5. Perluas relasi

Relasi atau networking yang luas merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam membangun *personal branding*. Berdasarkan cara membangun *personal branding* yang telah dijabarkan di atas, peneliti ingin mencari tahu bagaimana calon anggota legislatif yang diusung oleh PKS membangun *personal branding* mereka dalam kontestasi di pemilihan umum 2024. Penelitian ini akan menjadi menarik apabila peneliti dapat menemukan satu atau dua konsep yang telah dilakukan oleh calon anggota legislatif dan peneliti dapat memberikan saran serta mengambil pembelajaran mendalam terkait *personal branding* dalam praktik sesuai dengan teori yang ada.

2.1.4 Elemen *Personal branding*

Membangun *personal branding* dibutuhkan adanya elemen-elemen utama yang saling berinteraksi. Menurut Montoya dan Vandehey (2008), dalam (Nurfadilah & Khoirotunnisa, 2023) mendefinisikan elemen-elemen tersebut kedalam 3 jenis, yaitu :

1) *You*

You adalah diri sendiri. Artinya seseorang itu dapat membentuk *personal branding* melalui strategi dan metode komunikasi yang harus disusun dengan baik. Strategi dan metode tersebut disusun untuk menjawab pertanyaan publik, yaitu :

- Siapakah dirinya seorang pribadi ?
- Spesialisasi apa yang dilakukannya?

Seperti yang diketahui mengenai definisi *personal branding* yaitu sebuah gambaran mengenai apa yang masyarakat pikirkan tentang seseorang, maka hal tersebut harus mencerminkan nilai-nilai, kepribadian, keahlian, dan kualitas yang menjadi pembeda dengan yang lainnya.

2) *Promise*

Dalam membangun sebuah *personal branding*, seorang politisi tentunya memberikan janji, sebuah tanggung jawab untuk memenuhi harapan masyarakat pada saat kampanye yang akan direalisasikan apabila ia terpilih menjadi seorang wakil rakyat.

3) *Relationship*

Personal branding yang baik tentunya akan menciptakan suatu relasi/hubungan yang baik dengan masyarakat. Semakin banyak branding yang diterima oleh masyarakat dan semakin tinggi tingkat kekuasaan seseorang, akan menunjukkan semakin tinggi pula relasi yang ada pada *personal branding* tersebut.

Selain ketiga elemen diatas, dalam konteks politik, *Personal branding* juga mencakup tiga elemen yaitu partai, kepemimpinan, dan kebijakan. Ketiga elemen tersebut yang menjadi dasar adanya perbedaan tipe *personal branding* dalam politik dan pendekatan pemasaran politik. Pada branding partai, kredibilitas dan *brand image* menjadi sangat krusial (Jain & B. E, 2020) mendefinisikan bahwa media sosial juga memiliki peran pesona yang kredibel dan autentik secara konsisten.

Selanjutnya, dalam konteks kepemimpinan, *personal branding* memiliki posisi yang sangat penting dalam membangun kepercayaan publik (Susila dkk., 2020). Pada saat pelaksanaan pemilihan umum brand yang dapat dipercaya dapat memobilisasi pemilih dan mampu meningkatkan partisipasi dalam pemilihan umum. Sama halnya dengan konteks parlementer, *personal branding* pada kepemimpinan memiliki dua dimensi yaitu tidak berwujud baik simbol maupun nilai serta dimensi terwujud seperti gaya dan pakaian. Kemudian dalam konteks kebijakan, *personal branding* memerlukan strategi manajemen impresi yang berguna untuk membentuk identitas yang

positif dan mampu mengkomunikasikan impresi tersebut sesuai yang diinginkan (Susila dkk., 2020).

2.1.5 Konsep *Personal branding*

Menurut Peter Montoya (2002), dalam Dwitasari dkk.,(2024) terdapat beberapa konsep dalam membangun *personal branding*. Konsep tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Spesialisasi (*The law Of Specialization*)

Menurut Peter Mentoya, spesialisasi merupakan ciri khas yang unik yang dimiliki oleh seorang individu, akan tetapi merupakan strategi penting untuk mencapai keunggulan. Kemudian, dengan memfokuskan pada keahlian dan keterampilan, seorang individu dapat membangun fondasi yang kuat untuk membedakan diri di dalam bidang masing-masing.

Berdasarkan teori ini seorang calon legislatif harus menekankan diri dan menunjukkan kemampuan demi bersaing dengan kandidat yang lain. Seorang politisi harus mampu membranding dengan karakteristik nya yang menjadi pembeda dengan kandidat lain.

2. Kepemimpinan (*The Law Of Leadership*)

Menurut Peter Mentoya, sebuah kemampuan untuk memimpin dan memberikan pengaruh positif kepada orang lain bukan hanya menjalankan profesinya sebagai seorang pemimpin. Akan tetapi seorang pemimpin harus mampu memberikan inovasi, motivasi, serta memiliki komunikasi yang baik. Seorang individu harus diakui sebagai salah satu yang paling berpengetahuan, dihormati, atau terampil di bidang yang ia geluti.

Dalam hal ini, kepemimpinan menjadi nilai utama bagi masyarakat dalam menilai bagaimana seorang pemimpin atau memberikan motivasi kepada masyarakat. Seorang pemimpin yang baik akan mendengarkan segala aspirasi masyarakat, membuat keputusan yang bijak, dan bertindak dengan integritas

dan etika. Jika kepemimpinan tersebut memenuhi kriteria masyarakat, maka al tersebut akan menjadi nilai tambah bagi seorang caleg dalam memenangkan suara rakyat.

3. Kepribadian (*The Law Of Distinctiveness*)

Seorang Caleg harus mampu menciptakan ciri khas baik dengan menonjolkan karakter yang unik maupun nilai-nilai yang unik, dengan demikian dapat membedakan dirinya dengan yang lain. Hal ini dapat membangun daya tarik dan kepercayaan di kalangan pemilih, sebab masyarakat melihat bahwa caleg tersebut mengusung hal-hal yang inovatif dan tidak membosankan serta tidak terjebak dalam citra yang dibuat-buat atau meniru orang lain.

4. Kemampuan (*The Law Of Visibility*)

Salah satu menumbuhkan *personal branding* yang efektif agar melekat pada publik adalah dengan melakukannya secara terus menerus. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh para Caleg adalah dengan rutin menyapa langsung masyarakat sehingga dapat menciptakan ruang bagi interaksi yang dapat memungkinkan mereka untuk lebih memahami aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Selain itu juga diperlukan konsistensi dalam menggunakan sosial media dalam bentuk memposting berbagai kegiatan dan pencapaian yang telah dilakukan. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya mengenal secara interaksi langsung saja, namun juga melalui update terkini di media sosial yang dapat membangun citra mereka secara konsisten dan memperkuat hubungan antara masyarakat.

5. Kesatuan (*The Law Of Unity*)

Kesatuan bahwa *personal branding* yang dibangun tidak hanya menjadi citra luar, melainkan juga tercermin karakter dan prinsip yang sebenarnya dari individu. Pada praktiknya seorang calon legislatif harus mampu konsisten dalam hal apa yang mereka

perlihatkan kepada masyarakat arus sesuai dengan perilaku dalam kehidupan sehari-hari, begitupun konten dan media yang mereka tunjukan di depan masyarakat, serta strategi dan tujuan yang telah mereka bangun harus selaras dengan pribadi yang ada.

6. Nama baik (*The Law Of Good will*)

Seorang individu harus selalu menjaga nama baik yang telah ia bangun dalam proses membangun *personal branding* di hadapan pemilih. Hal ini berarti tidak hanya mengenai bagaimana berinteraksi di hadapan publik, melainkan juga tentang bagaimana mempresentasikan diri di berbagai situasi.

2.2 Tinjauan Pemilihan Umum

2.2.1 Pemilihan Umum

Pemilihan umum merupakan suatu elemen penting dalam kehidupan kenegaraan Indonesia sebagai negara yang menganut sistem demokrasi. Pemilihan umum dapat dikatakan sebagai wujud implementasi sistem demokrasi, di mana rakyat memilih wakil rakyat untuk menjabat posisi dalam pemerintahan, dengan partai politik sebagai peserta pemilu yang berupaya menyalurkan keinginan rakyat (Kansil dkk., 2023). Pemilu merupakan salah satu wujud nyata demokrasi prosedural yang dilakukan rakyat sebagai perwujudan kehidupan tata negara yang demokratis (Handita & Anggraini, 2021). Demokrasi dipilih karena sejalan dengan kaidah normatif yang terdapat didalam ideologi negara, yaitu pancasila (Dewantara & Nurgiansah, 2020).

Menurut Undang-undang Dasar Republik Indonesia asas-asas pemilu terdiri dari :

1. Langsung, artinya dalam pelaksanaan pemilu masyarakat dapat memilih secara langsung berdasarkan hati nurani yang dikehendakinya tanpa perantara orang lain.

2. Umum, artinya pemilihan umum berlaku bagi semua warga negara Indonesia yang telah berusia 17 tahun tanpa terkecuali.
3. Bebas, artinya setiap warga negara bebas memilih siapapun kontestan yang dikehendaki tanpa paksaan, tekanan, pengaruh, maupun intimidasi dari orang lain.
4. Rahasia, artinya setiap pemilih terjamin kerahasiaannya dalam menyalurkan suaranya dan tidak ada satupun yang mengetahui terhadap pilihan tersebut.
5. Jujur, artinya bahwa setiap penyelenggara yang terlibat termasuk rakyat dalam pelaksanaan pemilihan umum harus bersikap jujur serta tidak melakukan kecurangan dalam hal apapun sesuai dengan aturan perundang-undangan yang berlaku.
6. Adil, berarti semua pihak yang terlibat harus mendapat perlakuan yang sama tanpa diskriminasi.

2.2.2 Fungsi Pemilihan Umum

Menurut Arif Prasetyo dkk., (2022) pemilihan umum memiliki fungsi antara lain sebagai berikut :

1. Membentuk legitimasi antara penguasa dan pemerintah. Setelah terlaksananya pemilihan umum, maka setiap penguasa yang terpilih betul-betul sah dan legal sesuai dengan amanat konstitusi.
2. Pembentukan perwakilan politik rakyat. Berdasarkan sila keempat Pancasila yakni “permusyawaratan/perwakilan”, artinya kontestan yang terpilih merupakan wakil rakyat yang mengemban amanat dan tanggung jawab.

3. Sirkulasi elit penguasa. Dengan diadakannya pemilihan umum secara rutin, maka tidak akan terjadi dinasti politik sehingga akan terwujud iklim demokrasi yang sehat.
4. Sebagai pendidikan politik, berarti pemilu mengajarkan masyarakat berpartisipasi secara aktif, dan memiliki kepedulian terhadap dinamika politik di Indonesia.

2.2.3 Tujuan Pemilihan Umum

Menurut Arif Prasetyo dkk., (2022) selain memiliki fungsi, pemilihan umum pun memiliki tujuan, antara lain :

1. Pemilihan umum sebagai implementasi kedaulatan rakyat, bagi negara Indonesia maka kedaulatan berada di tangan rakyat, akan tetapi dalam hal ini rakyat tidak bisa memerintah atau memimpin secara langsung sehingga rakyat perlu memilih dan menentukan wakil-wakilnya di pemerintahan yang akan menampung aspirasi dan merealisasikannya.
2. Pemilihan umum merupakan sarana dalam membentuk perwakilan politik, melalui pelaksanaan pemilihan umum, rakyat dapat memilih wakil-wakilnya yang dipercaya dan dianggap kompeten serta menjalankan kepentingan rakyat.
3. Pemilihan umum sebagai sarana pergantian pemimpin secara konstitusional.
4. Pemilihan umum sebagai sarana bagi pemimpin memperoleh legitimasi, pemungutan suara saat pelaksanaan pemilihan umum merupakan pemberian mandat dari rakyat kepada pemimpin yang terpilih menjalankan roda pemerintahan.
5. Pemilihan umum sebagai sarana partisipasi politik masyarakat, melalui pemilihan umum rakyat dapat terlibat

secara langsung dalam menentukan kebijakan publik melalui dukungannya kepada kontestan politik yang memiliki program kerja unggulan.

6. Pemilihan umum sebagai ajang seleksi para pemimpin pemerintahan baik eksekutif maupun legislatif sehingga kontestan yang terpilih merupakan yang terbaik dan layak dalam mengemban amanat rakyat.

2.3 Peserta Pemilihan Umum

Berdasarkan Undang-undang Nomor 7 tahun 2017 yang mengatur mengenai pemilihan umum pada pasal 1 ayat 28 menyebutkan “Peserta pemilihan umum adalah partai politik untuk pemilihan umum anggota DPR, anggota DPRD Provinsi, anggota DPRD Kabupaten/kota, perseorangan untuk pemilihan umum anggota DPD, dan pasangan calon yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik untuk pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden .

a. Partai politik (Parpol)

Partai politik merupakan organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa, dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemilihan umum dan Partai politik merupakan instrumen yang tidak dapat dipisahkan. Proses pemilihan para jajaran wakil-wakil rakyat yang akan duduk di kursi parlemen tidak lepas dari peranan partai politik sebagai kendaraan para calon anggota legislatif peserta pemilihan umum, yang pada umumnya akan menduduki anggota DPR berasal dari Partai politik Peserta pemilihan umum. Hal ini tertuang pada Undang-Undang Pemilihan umum Buku Ke-tiga, Bagian Kedua

Paragraf 1, Pasal 72 yang menjelaskan bahwa “Peserta Pemilihan umum untuk Pemilihan Umum anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/kota adalah partai politik”.

b. Perseorangan

Selain Partai politik, ada juga peserta pemilihan umum untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) yakni perseorangan. Pada Undang-undang Pemilihan umum Bagian Ke-tiga, pasal 181 dan pasal 182 UU Pemilihan umum telah menyebutkan untuk persyaratan menjadi peserta pemilihan umum sebagai berikut :

- a. warga Negara Indonesia yang telah berumur 21 (dua puluh satu) tahun atau lebih;
- b. bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;
- c. bertempat tinggal di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- d. dapat berbicara, membaca, dan/atau menulis dalam bahasa Indonesia;
- e. berpendidikan paling rendah tamat sekolah menengah atas, madrasah aliyah, sekolah menengah kejuruan, madrasah aliyah kejuruan, atau sekolah lain yang sederajat;
- f. setia kepada Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara, Republik Indonesia Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan Bhinneka Tunggal Ika;
- g. tidak pernah dipidana penjara berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap karena melakukan tindak pidana yang diancam dengan pidana penjara 5 (lima) tahun atau lebih, kecuali secara terbuka dan jujur mengemukakan kepada publik bahwa yang bersangkutan mantan terpidana ;
- h. sehat jasmani dan rohani, dan bebas dari penyalahgunaan narkoba;

- i. terdaftar sebagai Pemilih;
- j. bersedia bekerja penuh waktu;
- k. mengundurkan diri sebagai kepala daerah, wakil kepala daerah, Kepala Desa dan perangkat desa, Badan Permusyawaratan Desa, aparatur sipil negara, anggota Tentara Nasional Indonesia, anggota Kepolisian Negara Republik Indonesia, direksi, komisaris, dewan pengawas dan karyawan pada badan usaha milik negara dan/atau badan usaha milik daerah dan/atau badan usaha milik desa, atau badan lain yang anggarannya bersumber dari keuangan negara, yang dinyatakan dengan surat pengunduran diri yang tidak dapat ditarik kembali;
- l. bersedia untuk tidak berpraktik sebagai akuntan publik, advokat, notaris, pejabat pembuat akta tanah, dan/atau tidak melakukan pekerjaan penyedia barang dan jasa yang berhubungan dengan keuangan negara serta pekerjaan lain yang dapat menimbulkan konflik kepentingan dengan tugas, wewenang, dan hak sebagai anggota DPD sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- m. bersedia untuk tidak merangkap jabatan sebagai pejabat negara lainnya, direksi, komisaris, dewan pengawas dan karyawan pada badan usaha milik negara dan/atau badan usaha milik daerah serta badan lain.

2.4 Tinjauan Teori Marketing Politik

Menurut Adman Nursal, marketing politik merupakan strategi kampanye politik dalam rangka makna politik tertentu di dalam pikiran masyarakat. Makna politik inilah yang pada akhirnya mempengaruhi pikiran para pemilih untuk memilih kandidat tertentu. Konsep Marketing yang digagaskan oleh Adman Nursal menjelaskan mengenai variabel-variabel

lingkup instrument yang berbeda dan saling berkaitan satu sama lain. Berikut ini konsep yang dipopulerkan oleh Adman Nursal :

1. *Push Marketing*

Push Marketing adalah suatu usaha agar produk politik dapat menyentuh langsung kepada para pemilih dengan cara yang lebih personal, dalam hal ini kontak langsung dan personal memiliki beberapa keunggulan. Pertama, interaksi ini dapat membawa pemilih ke tingkat pemahaman yang berbeda dibandingkan metode kampanye lainnya, karena komunikasi langsung dari politisi memberikan dampak yang lebih kuat dibandingkan iklan. Kedua, cara ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Ketiga, kontak langsung membantu menciptakan citra yang lebih manusiawi bagi kandidat. Terakhir, pendekatan ini dapat meningkatkan semangat pendukung serta menarik perhatian media massa. Secara sederhana *push marketing* merupakan strategi yang dilakukan para kandidat dengan menemui masyarakat secara langsung.

2. *Pull Marketing*

Pull Marketing merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan politik yang disampaikan melalui media massa, media cetak, media elektronik maupun internet. Banyak caleg yang memanfaatkan media ini dengan cara memanfaatkan baleho, spanduk-spanduk dan juga pamphlet agar lebih efisien dari segi harga dibandingkan dengan media yang lain. Pada strategi *pull marketing*, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh para caleg sebelum produk politik disampaikan, yaitu pesan yang ingin disampaikan dan bagaimana cara menyampaikannya. Pesan politik yang disampaikan harus memperhatikan kebutuhan yang ada di masyarakat. Penyampaian pesan haruslah tepat sasaran agar segala pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat.

3. *Pass Marketing*

Pass marketing merupakan strategi kampanye yang digunakan melalui orang atau kelompok masyarakat tertentu yang dinilai mempengaruhi

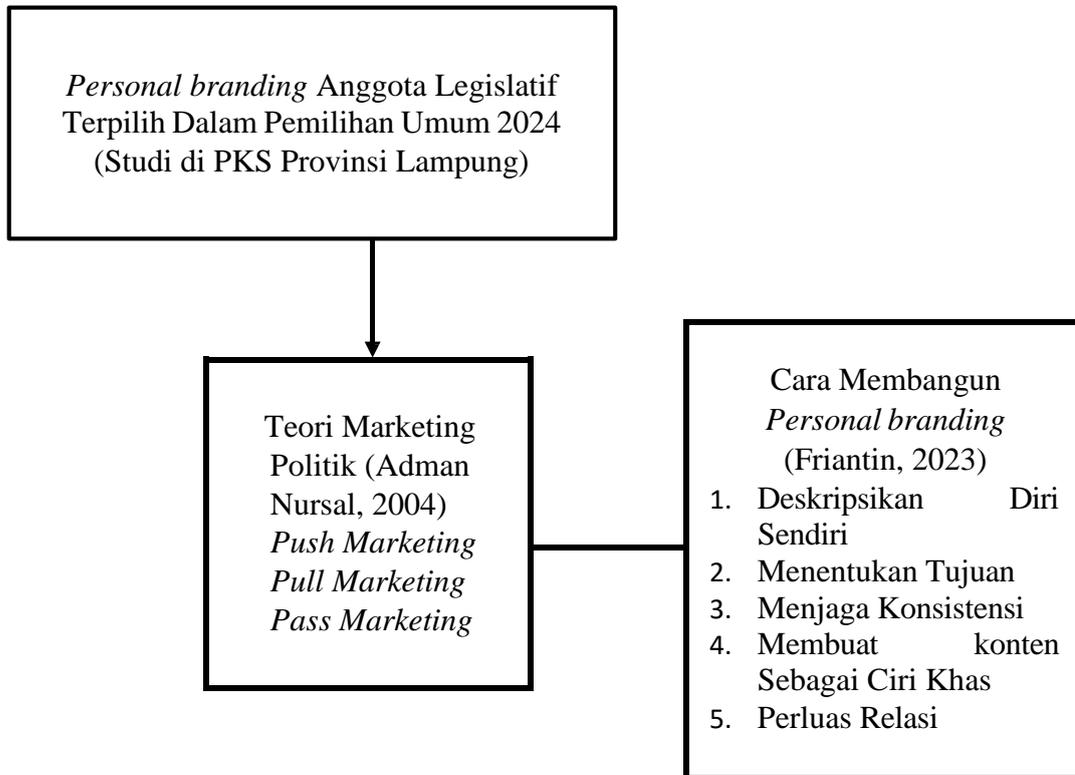
opini masyarakat, diantaranya tokoh masyarakat, tokoh pemuda, atau tokoh-tokoh lain yang berpengaruh. Pihak-pihak yang memiliki pengaruh pada masyarakat memiliki nilai strategi bagi kandidat karena dengan adanya pengaruh tokoh tersebut dapat menyampaikan pesan politik kandidat kepada pemilih kepada masyarakat atau pemilih.

Ketiga strategi pemasaran politik tersebut merupakan sebuah strategi yang digunakan para calon kandidat untuk mendapatkan suara di masyarakat.. Dalam marketing, hasil yang didapatkan tentunya berupa citra yang positif yang didapat melalui kampanye, pidato, postingan-postingan diberbagai sosial media serta kegiatan-kegiatan politik lainnya (Aminulloh dan Fianto, 2023). Pada definisi yang lebih sempit, marketing politik adalah manajemen partai politik dan usaha pemenangannya pada pemilihan umum yang berorientasi pada pemilih, sehingga dapat dimaknai secara sederhana bawa area pokok dari political marketing dalam manajemen partai dan usaha pemenangannya dalam ranah politik. *Political marketing* adalah manajemen partai politik dan pemenangan pemilihan umum yang berorientasi pada pemilih. Partai politik diharuskan mengutamakan sudut pandang pemilih apabila ingin memenangkan suara pada kontestasi pemilihan umum.

2.5 Kerangka Pikir

Penulis memulai kerangka pemikiran dengan judul penelitian “*Personal branding* Anggota Legislatif Terpilih dalam Pemilihan Umum 2024. Objek kajian pada penelitian ini adalah PKS Provinsi Lampung. Penulis tertarik untuk meneliti pada trik dan strategi *personal branding* calon anggota legislatif yang gencar dilancarkan para politisi saat kampanye guna merebut suara rakyat. Penulis menggunakan teori marketing politik. Adapun strategi politik yang digunakan menurut Adman Nursal yaitu *Pass, Pull, dan Push Marketing*. Teori marketing politik pemilu telah banyak digunakan sebagai strategi pemenangannya. Banyak dari strategi tersebut memiliki kekhasan yang dapat diterima baik oleh masyarakat. Konsep marketing yang diadaptasi dalam dunia politik, dapat digunakan untuk meningkatkan

efisiensi dan efektifitas transfer ideologi dan program kerja, dari sang aktor politik kepada masyarakat pada saat pelaksanaan kampanye.



Gambar 11 Kerangka Pikir
Sumber : Diolah Peneliti (2024)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang berjudul “*Personal branding* Anggota Legislatif Terpilih dalam Pemilihan Umum 2024 (Studi di PKS Provinsi Lampung). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Melalui pendekatan kualitatif, penulis telah menyajikan temuan penelitian secara naratif berdasarkan pernyataan subjek penelitian berkenaan dengan *personal branding* anggota legislatif terpilih guna merebut dukungan konstituen di kontestasi politik tahun 2024. Menurut Moelong penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah yang memiliki tujuan agar dapat memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi yang mendalam. Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena mengenai apa yang sedang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, yang lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan anggota legislatif terpilih fraksi PKS, tim BAPILU PKS dan pengamat politik. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara dan studi dokumentasi tertulis, foto, dan statistik yang diperoleh dari dokumen maupun media massa resmi yang dimiliki oleh anggota legislatif terpilih maupun DPW PKS Provinsi Lampung.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan hal yang sangat penting untuk membatasi peneliti dalam melakukan penelitiannya. Tujuannya adalah untuk membatasi diskusi yang terlalu kompleks dan menyimpang dari fokus utama penelitian, sehingga membantu dalam mengidentifikasi informan untuk dapat memberikan informasi yang lebih diandalkan (Sugiyono, 2019:275). Menurut pandangan penelitian kualitatif, gejala dari suatu objek adalah bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisahkan), sehingga peneliti tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti meliputi kedekatan caleg dengan masyarakat, efektivitas pemanfaatan sosial media oleh caleg, serta pengaruh dengan kedekatan para tokoh. Selain melihat dari aspek tersebut, penelitian ini juga berfokus pada bagaimana calon anggota legislatif fraksi PKS dapat membangun *personal branding* dengan baik, dengan menjunjung tinggi indikator *personal branding*, dimulai dari :

1. Mendeskripsikan diri sendiri, meliputi :
 - a. Keunikan, yaitu dapat menemukan ciri khas yang menonjol yang menjadi daya tarik *personal branding*
 - b. Prinsip hidup, mampu mengemukakan nilai-nilai atau prinsip yang menjadi pedoman hidup
 - c. Keahlian, dapat mengenalkan keterampilan dan kemampuan yang menjadi keunggulan dibandingkan dengan calon legislatif yang lain.
2. Menentukan tujuan, meliputi :
 - a. Terukur, pastikan tujuan dari membangun *personal branding* dapat diukur dan dipantau kemajuannya
 - b. Dapat dicapai, dan Relevan tujuan harus sesuai dengan kemampuan dan situasi
 - c. Tepat waktu, tetapkan tenggat waktu untuk memotivasi agar tujuan dapat tercapai.

3. Konsisten, meliputi :
 - a. Intrekuensi yang konsisten, tetap selalu terhubung dengan masyarakat secara terus menerus
4. Membuat konten sebagai ciri khas, meliputi :
 - a. Kreatif, membuat konten secara menarik untuk membangun *personal branding*
 - b. Ciri khas, membuat konten dengan gaya penulisan, tata letak gambar yang mencerminkan ciri khas,
5. Perluas relasi, meliputi :
 - a. Kolaborasi, aktif terlibat kegiatan bersama dengan lembaga maupun kegiatan sosial yang dapat memperluas relasi dan memperkuat *personal branding*
 - b. Aktif di komunitas, terlibat aktif dalam komunitas maupun organisasi.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan observasi untuk memperoleh fenomena dari peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang akan diteliti dalam rangka mendapatkan data-data yang akurat (Moloeng, 2017:128). Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah DPW PKS Provinsi Lampung dan DPRD Provinsi Lampung. Alasan memilih DPW PKS Provinsi Lampung sebagai lokasi penelitian ini didasarkan karena PKS kerap memanfaatkan kader-kadernya yang terdidik dan memiliki latar belakang profesional untuk tampil sebagai wajah partai dalam pemilihan umum, kemudian DPRD Provinsi Lampung dipilih karena keberhasilan kader PKS yang memperoleh kursi di DPRD Provinsi Lampung.

3.4 Penentuan Informan

Hal yang sangat penting dalam pelaksanaan penelitian kualitatif adalah informan yang akan menjadi narasumber penelitian. Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2021:289-290) adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Keterlibatan informan dalam penelitian sangat penting untuk

memperoleh data yang relevan dengan objek yang akan dikaji. Informan tersebut kemudian dikaji untuk memperoleh data yang valid, oleh sebab itu sangat penting untuk melibatkan individu yang memiliki pemahaman menyeluruh tentang informasi tertentu yang kita butuhkan agar data yang kita peroleh tepat untuk pelaksanaan upaya penelitian yang efektif (Moeloeng, 2017:132).

Berdasarkan pernyataan di atas maka peneliti memilih beberapa informan yang memiliki cukup data penelitian. Pemilihan informan ini dilakukan dengan sangat hati-hati untuk memastikan bahwa informasi yang didapat relevan dengan objek yang akan dikaji. Beberapa informan yang berhasil dihimpun oleh peneliti antara lain :

Gambar 12 Daftar Nama Informan

Nama	Jabatan
Aep saripudin, SP.	Tim BAPILU PKS Lampung
H. Ade Utami Ibnu, S.E	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Dapil 1
Puji Sartono, S.H	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Dapil 2
M. Syukron Muchtar, Lc., M.Ag.	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Dapil 3
Heni Susilo, S.Pd.	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Dapil 4
H. Amrullah BS	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Dapil 5
Muhammad Ghofur, S.Si.	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Dapil 7
H. Yusnadi, S.T.	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2024-2029 Dapil 8
Tiyas Apriza, S.I.P., M.I.P.	Akademisi/Pengamat Politik
Ato dan Nopi	Masyarakat Dapil 1 Kota Bandar Lampung
Tegar dan Oka	Masyarakat Dapil 2 Lampung Selatan

Nama	Jabatan
Prima dan Bila	Masyarakat Dapil 3 Pesawaran, Pringsewu, Kota Metro
Ropelia dan Soffi	Masyarakat Dapil 4 Tanggamus, Pesisir Barat, Lampung Barat
Dian dan Yuyun	Masyarakat Dapil 5 Lampung Utara dan Way Kanan
Syifa dan Tiwi	Masyarakat Dapil 6 Lampung Tengah
Amel dan Rizki	Masyarakat Dapil 8 Lampung Timur

Data diolah oleh peneliti, 2024

3.5 Jenis Data

Terdapat bermacam-macam data yang dikumpulkan oleh peneliti. Jenis data dapat dibagi menjadi data hasil penelitian di lapangan dan data dokumentasi (Sugiyono, 2021:8-9). Data dokumentasi dapat berupa data hasil yang telah lalu yang dilakukan sendiri atau orang lain. Data yang didapatkan dari lapangan bisa disebut data primer dan data dokumentasi disebut data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari objek kajian yang telah ditentukan. Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan yang ditentukan melalui keterkaitan informan tersebut dengan topik penelitian. Wawancara juga dilakukan melalui panduan wawancara. Pada saat menentukan informan, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yakni dengan menggunakan sampel sumber data dengan mempertimbangkan aspek tertentu.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sekumpulan informasi yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian, produk hukum, website, dan sebagainya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data umumnya menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara. Peneliti melakukan observasi agar dapat melihat secara langsung kondisi di lapangan. Adapun beberapa faktor pengumpulan data dalam penelitian, antara lain :

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu, wawancara dilakukan oleh dua orang. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data yang mendalam mengenai persepsi, pendapat, kepercayaan dan sikap dari informan. Sebelum melakukan wawancara peneliti harus menyusun terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan yang kemudian jawaban dari informan nantinya dicatat oleh peneliti untuk dikaji ulang. Model pertanyaan yang akan diajukan sifatnya tidak mengikat sehingga akan banyak pertanyaan baru yang muncul pada saat wawancara terkait dengan topik yang sedang diteliti. Pada penelitian ini wawancara dilakukan secara bertatap muka langsung dengan informan serta dilakukan daring melalui google meet. .

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah metode pengumpulan data dalam bentuk sumber data tertulis atau visual. Data ini digunakan sebagai data pendukung setelah dilakukan wawancara. Dokumen dapat berupa gambar, tulisan maupun karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2017). Dokumentasi berguna karena dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian. Alasan penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dalam pengumpulan data adalah sebagai bukti yang riil bahwa telah melakukan penelitian ke lokasi penelitian dengan menggunakan wawancara yang telah dibuat dan observasi sehingga memperoleh data maupun jawaban yang diharapkan dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu juga penelitian ini didukung dengan dokumen-dokumen seperti PKPU serta Petunjuk Teknis Pemenangan Target Suara PKS

3. Observasi

Observasi yang dilakukan ialah pengamatan terhadap suatu objek yang sedang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan pemusatan perhatian pada suatu objek yang terdiri dari pemusatan perhatian pada suatu objek dengan menggunakan seluruh indera manusia. Observasi meliputi seluruh kegiatan yang telah atau sedang dilakukan. Dalam artian yang luas, observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada penelitian ini observasi yang dilakukan adalah dengan menelusuri akun sosial media yang dimiliki oleh anggota legislatif terpilih.

3.7 Teknik Analisis Data

Untuk mengelola data di atas diperlukan adanya pengolahan dan analisis data yang sesuai dengan pendekatan peneliti yang dipakai. Tujuan dari analisis data tersebut adalah untuk memperoleh data secara kredibel dan mengantisipasi apabila pada saat proses wawancara jawaban yang didapat dirasa kurang memuaskan maka pertanyaan dapat diulang hingga mendapat data yang mudah untuk dipahami (Sugiyono, 2019). Tahapan pelaksanaan analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Dalam penelitian ini akan melakukan teknik editing guna memeriksa kembali apakah sudah akurat serta lengkap data yang diperoleh dari informan. Dalam proses ini peneliti akan mencoba menyaringnya seperti membaca kembali kemudian diedit beberapa kalimat yang dirasa perlu dibuang atau yang masih bisa dipertahankan. Tujuan dari proses ini ialah agar memperoleh peningkatan kualitas data.

2. Klasifikasi Data

Klasifikasi data digunakan sebagai proses penyusunan serta mengelompokan data, baik primer maupun sekunder. Tujuan dari proses ini adalah untuk memudahkan saat dibaca serta dipahami maksud dari isi tulisannya.

3. Analisis Data

Proses analisis data merupakan penyederhanaan data agar lebih mudah untuk dipahami dan dibaca sehingga memudahkan penulis untuk melakukan sebuah analisis serta membuat suatu kesimpulan terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Metode analisis ini dilakukan dengan cara menyeleksi serta mengelompokkan data yang diperoleh dari penelitian, ditinjau menurut kualitas dan kebenarannya, setelah itu data tersebut dihubungkan dengan teori-teori dan pertauran yang diambil.

4. Verifikasi Data

Verifikasi atau verifying adalah sebuah langkah dan kegiatan yang dilakukan untuk menelaah data informasi kembali yang telah didapat dari lapangan agar diketahui kebenarannya. Proses ini bertujuan untuk mengecek ulang data-data negara dapat diketahui keabsahannya sehingga dapat diakui dalam penelitian. Proses ini dilakukan dengan menemui langsung informan dan memberikan hasil wawancara untuk ditanggapi apakah data yang didapat tersebut sesuai dengan informasi yang diberikan.

5. Kesimpulan

Tahap ini, merupakan tahap akhir, yakni penarikan kesimpulan berdasarkan realitas yang terjadi sesuai dengan topik penelitian. Dengan menggunakan teori-teori yang telah dipaparkan sehingga menghasilkan jawaban dari yang telah diteliti.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan validitas dari data yang diperoleh. Menurut Moeloeng (2011:324) mengemukakan bahwa untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian kualitatif. Teknik keabsahan data memiliki tujuan mempunyai tujuan untuk memastikan bahwa informasi yang didapatkan pada penelitian tersebut sudah akurat melalui berbagai sumber. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik Triangulasi Data, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Triangulasi berupaya untuk memeriksa kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh melalui sumber yang berbeda (Moleong, 2011:330). Ada beberapa macam teknik Triangulasi, yaitu triangulasi sumber, metode, penyidik, dan teori.

Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu pengecekan beberapa teknik pengumpulan data, dan sumber data dengan metode yang sama (Moleong, 2011:33).

IV. GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum PKS Provinsi Lampung

4.1.1. Sejarah Berdirinya Partai Keadilan Sejahtera Lampung

Partai Keadilan Lampung dideklarasikan pada Bulan September 1998 dengan deklarator dan para pendiri yang terlibat: Ir. Abdul Hakim, Drs. Gufron Azis Fuadi, Ir. Hantoni Hasan, Hilmudin Tsulani, Lc, Ir. Johan Sulaiman, dan Ir. Ahmad Junaidi Auly. Untuk kepengurusan sendiri terbentuk pada tanggal 20 September 1998. Tidak lama kemudian dibentuklah Dewan Pimpinan Daerah (DPD) di 7 kabupaten atau kota di Lampung. Konsekuensi dari perolehan suara Partai Keadilan secara nasional dalam Pemilihan Umum (Pemilu) 1999 yang hanya 1,8 persen, Partai Keadilan tidak dapat mengikuti Pemilu pada tahun 2004. Undang-Undang sendiri mengatur bahwa partai yang boleh mengikuti Pemilu 2004 adalah yang perolehan suaranya lebih dari 2 persen atau partai-partai baru. Oleh karena itu, untuk bisa kembali “bertarung”, Partai Keadilan menggabungkan dirinya dengan Partai Keadilan Sejahtera dengan nama Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Deklarasi secara nasional di Jakarta dilakukan pada Bulan Juli 2002. Sedangkan penggabungan PK dengan PKS Lampung sebagai konsekuensi penggabungan di tingkat pusat terjadi pada tanggal 5 Agustus 2003.

Susunan pengurus (presidium) pada saat itu adalah:

Ketua Umum : Ir. H. Ahmad Junaidi Auly

Ketua I : Ir. Efan Tolani

Ketua II	:	Ir. Murdiansyah Mulkan
Ketua III	:	Drs. Gufron Azis Fuadi
Ketua IV	:	Ir. Nenden Tresnanursari
Sekretaris Umum	:	Ahmad Jajuli, S.Pd.
Wakil Sekretaris	:	Ir. Munawardi
Bendahara	:	Ir. Johan Sulaiman

4.1.2. Visi dan Misi PKS

VISI

Visi partai adalah menjadi partai pelopor dalam mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

MISI

1. Misi partai adalah membangun PKS sebagai sarana perwujudan masyarakat madani yang adil, sejahtera, dan bermertabat di Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila.
2. Meningkatkan jumlah anggota partai dan menguatkan kanintegritas, solidaritas, akseptabilitas, profesionalitas untuk mewujudkan pemimpin bangsa yang beriman dan bertakwa serta berakhlak mulia.
3. Mempelopori reformasi politik, pemerintahan dan birokrasi, peradilan, dan militer untuk berkomitmen terhadap penguatan demokrasi. Mendorong penyelenggaraan sistem ketatanegaran yang sesuai dengan fungsi dan wewenang setiap lembaga agar terjadi proses saling mengawasi. Menumbuhkan kepemimpinan yang kuat, yang mempunyai kemampuan membangun solidaritas masyarakat untuk berpartisipasi dalam seluruh dinamika kehidupan berbangsa dan bernegara, yang memiliki keunggulan moral, kerpibadian, dan intelektualitas.

4. Mengentaskan kemiskinan, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan seluruh rakyat melalui strategi pemerataan pendapatan, pertumbuhan bernilai tambah tinggi, dan membangun berkelanjutan, yang dilaksanakan melalui langkah-langkah utama berupaya melipatgandakan produktifitas sektor pertanian, kehutanan, dan kelautan; peningkatan daya saing industri nasional dengan pendalaman struktur dan upgrading kemampuan teknologi, dan pembangunan sektor-sektor yang menjadi sumber pertumbuhan baru berbasis *resources* dan *knowledge*.

4.1.3. Tujuan dan Fungsi Partai Keadilan Sejahtera

Tujuan dan fungsi PKS diatur dalam Anggaran Dasar PKS pada Bab III pasal 8 dan 9 yaitu sebagai berikut :

Tujuan partai adalah :

- a. Memenuhi hak, kewajiban, dan tanggung jawab politik setiap Anggota Partai sebagai warga negara dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara;
- b. Meningkatkan partisipasi politik Anggota Partai dan masyarakat dalam rangka penyelenggaraan kegiatan politik dan pemerintahan;
- c. Memperjuangkan Visi dan Misi Partai dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara; dan
- d. Turut membangun etika dan budaya politik yang beradab dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Fungsi Partai:

- a. Menyelenggarakan pendidikan politik;
- b. Menyelenggarakan kaderisasi kepemimpinan bangsa dan negara;
- c. Memperjuangkan dan membela kepentingan masyarakat, bangsa, dan negara melalui jalur politik; dan memelihara dan memperjuangkan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

4.2 Gambaran Umum Dewan Perwakilan Daerah Provinsi Lampung

4.2.1. Sejarah Pembentukan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung

Ketika lahirnya Daerah Swatantra Tingkat 1 (Daswati) Lampung dibentuklah dinas dan jawatan Deswati 1 Lampung oleh Koesno Dhanoepojo sebagai Kepala Daerah guna mengadakan pembentukan badan legislatif atau yang biasa di sebut DPR GR. Saat itu Kepala DPR GR dipegang oleh Koesno Dhanoepojo sebagai Kepala Daerah. Hal tersebut merupakan kebijakan yang diberikan Presiden Soekarno dilakukan guna mencegah perselisihan antara Pemerintah dengan DPR mengenai APBD. Anggota DPRD GR Deswati 1 Lampung dipilih dari para wakil partai, toh agama, serta anggota militer sesuai dengan Penetapan Presiden No. 4 Tahun 1960. Pemilihan DPR GR itu juga tidak mudah dikarenakan semua pemilihan masih dipilih oleh penguasa pada waktu itu.

Setelah pecahnya G 30 S/PKI pada tahun 1965 Koesno Dhanoepojo beserta wakilnya sudah tidak aktif lagi menjalankan tugasnya. Maka pada tanggal 20 Juli 1966 Zainal Abidin Pagar Alam diangkat menjadi pejabat sementara Kepala Daerah Deswati 1 Lampung sekaligus diberikan waktu selama 3 bulan dalam mempersiapkan Pemilihan Kepala Daerah. Hal tersebut tercantum pada Surat No. UP.12/2/24-467 yang dikeluarkan oleh Menteri Dalam Negeri Dr. Soemarno Sosroatmodjo. Setelah 3 bulan berjalan, untuk pertama kali nya DPRD GR Deswati 1 Lampung mengadakan Pemilihan Kepala Daerah yang mana hak suara tetap berada di tangan anggota DPRD. Pada saat itu Zainal Abidin Pagar Alam mendapat kompensasi dari Menteri Dalam Negeri untuk mengikuti Pemilihan Kepala Daerah tercantum pada UU. No. 18 Tahun 1965.

Meskipun banyak suara sumbang akhirnya DPRD GR Deswati 1 Lampung sepakat untuk memilih Zainal Abidin Pagar Alam menjadi

Gubernur definitif. Akhirnya, pada tanggal 5 April 1967 Presiden Soeharto mengangkat Zainal Abidin Pagar Alam menjadi gubernur yang tercantum pada Surat Keputusan No. 43 Tahun 1967 setelah itu Sekjen Depdagri Soemarman melakukan pelantikan kepada Zainal Abidin Pagar Alam hingga selesai masa jabatannya pada 5 April 1972.

Pada akhir Maret 2004, 47 dari sebanyak 75 orang anggota DPRD Provinsi Lampung mengusulkan untuk pemilihan Gubernur ulang, yang akhirnya dimenangkan oleh pasangan Sjachroedin ZP dan Syamsurya Ryacudu inilah episode terakhir dimana pemilihan Kepala Daerah dipilih oleh anggota DPRD, dikarenakan setelahnya pemilihan Kepala Daerah dipilih langsung oleh rakyat. Untuk saat ini pada periode 2019-2024 terdapat 85 orang anggota DPRD Provinsi Lampung yang terdiri dari Fraksi PDI-P, Gerindra, Golkar, Demokrat, Nasdem, PKS, dan fraksi PAN.

4.2.2. Fungsi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung

Menurut Peraturan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Tata tertib, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung mempunyai fungsi:

1. Pembentukan Peraturan Daerah;

Fungsi pembentukan Peraturan Daerah dilaksanakan dengan cara penyusunan Propemperda Bersama Gubernur, membahas Bersama Gubernur dan menyetujui atau tidak menyetujui Rancangan Peraturan Daerah serta mengajukan usul Rancangan Peraturan Daerah. Tahapannya terdiri dari perencanaan, penyusunan, pembahasan, penetapan dan penyebarluasan.

2. Anggaran

Fungsi anggaran DPRD diwujudkan dalam bentuk pembahasan

untuk persetujuan bersama terhadap Rancangan Peraturan Daerah tentang APBD yang diajukan Gubernur. Fungsi anggaran dilaksanakan dengan cara membahas kebijakan umum APBD dan prioritas dan plafon anggaran sementara yang disusun oleh Gubernur berdasarkan rencana kerja Pemerintah Daerah, membahas Rancangan Peraturan Daerah tentang APBD, membahas Rancangan Peraturan Daerah tentang perubahan APBD dan membahas Rancangan Peraturan Daerah tentang pertanggungjawaban pelaksanaan APBD.

3. Pengawasan.

Fungsi pengawasan diwujudkan dalam bentuk pengawasan terhadap pelaksanaan Peraturan Daerah dalam Peraturan Gubernur, pelaksanaan peraturan perundang-undangan lain yang terkait dengan penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pelaksanaan tindak lanjut hasil pemeriksaan laporan keuangan oleh Badan Pemeriksa Keuangan. Pengawasan tersebut melalui rapat kerja komisi dengan Pemerintah Daerah, kegiatan kunjungan kerja, rapat dengar pendapat umum dan pengaduan masyarakat. Dalam melaksanakan fungsi pengawasan, DPRD dapat memberikan rekomendasi mengenai laporan pertanggungjawaban, Gubernur yang bertujuan untuk meningkat efisiensi, efektivitas, produktivitas, dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintah daerah.

4.2.3. Tugas dan Wewenang Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung

Tugas dan Wewenang anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Lampung:

- a. Membentuk Peraturan Daerah Bersama Gubernur;
- b. Membahas dan memberikan persetujuan Rancangan Peraturan

Daerah dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah yang diajukan oleh Gubernur;

- c. Melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan Peraturan Daerah dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
- d. Memilih Gubernur dan Wakil Gubernur atau Wakil Gubernur dalam hal terjadi kekosongan jabatan untuk meneruskan sisa masa jabatan lebih dari 18 (delapan belas) bulan;
- e. Mengusulkan pengangkatan dan pemberhentian Gubernur dan Wakil Gubernur kepada Presiden melalui Menteri, untuk mendapatkan pengesahan pengangkatan dan pemberhentian;
- f. Memberikan pendapat dan pertimbangan kepada Pemerintah Daerah terhadap rencana perjanjian internasional di daerah;
- g. Memberikan persetujuan terhadap rencana kerjasama internasional yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah;
- h. Meminta laporan keterangan pertanggungjawaban Gubernur dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah;
- i. Memberikan persetujuan terhadap rencana kerjasama dengan daerah lain atau dengan pihak ketiga yang membebani masyarakat dan daerah; dan
- j. Melaksanakan tugas dan wewenang lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

4.3. Profil Calon Legislatif Terpilih Fraksi PKS Lampung

4.3.1 Ade Utami Ibnu

Tabel 3 Profil Ade Utami Ibnu

Data Diri	Nama Lengkap	Ade Utami Ibnu
	Tempat Tanggal Lahir	Serang, 19-12-1975
Riwayat Pekerjaan		<ol style="list-style-type: none"> 1. Direktur Pemasaran BKB Al Qolam 2002-2013 2. Dosen IBI Darmajaya 2004-2006 3. Komisaris PT Pesona Karya Semesta 2012-2018 4. Komisaris CV Raja Wangsa 2012-2018 5. DPRD Provinsi Lampung 2014-2023
Riwayat Pendidikan		<ol style="list-style-type: none"> 1. SMAN 2 Serang 1991-1994 2. S1 Universitas Lampung Fakultas Ekonomi 1994-2002
Riwayat Kursus		<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembekalan Wajib Anggota Dewan oleh LEMHANAS 2015-2015 2. Diklat Instruktur Kepemimpinan Pemuda Nasional oleh KEMENEGPORA 2010-2010 3. Diklat Instruktur Penanggulangan Narkoba oleh PEMPROV Lampung 2009-2009 4. PPRA 63 oleh LEMHANAS 2022-2022
Riwayat Organisasi		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketua Umum Persatuan Renang Seluruh Indonesia Wilayah Lampung 2015-2019 2. Sekretaris Umum DPW PKS Lampung 2015-2020 3. Ketua Umum DPW BKPRMI 2014-2019 4. Wakil Ketua KNPI Kota Bandar Lampung 2011-2014 5. Ketua Bapilu DPW PKS Lampung 2010-2015 6. Ketua Bidang Humas DPW PKS Lampung 2007-2010 7. Ketua Umum KAMMI Lampung 1999-2000
Program Usulan		Mewujudkan masyarakat Kota Bandar Lampung khususnya, dan masyarakat Lampung umumnya menjadi masyarakat yang PKS (Pintar, Kaya, dan Sehat) melalui advokasi program pembangunan, perlindungan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat.

Sumber : https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu

4.3.2. Puji Sartono

Tabel 4 Profil Puji Sartono

Data Diri	Nama Lengkap	Puji Sartono, S.H.
	Tempat, Tanggal Lahir	15-07-1974
Riwayat Pendidikan		1. SMAN1 Sukarame 1990-1994

	2. S1 Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Lampung 2017-2021
Riwayat Pekerjaan	DPRD Provinsi Lampung 2019-2023
Program Usulan	Memperjuangkan Kesehatan untuk Rakyat Lampung
Sumber : https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu	

4.3.3 M. Syukron Muchtar

Tabel 5 Profil M. Syukron Muchtar

Data Diri	Nama Lengkap	M. Syukron Muchtar, Lc., M.Ag.
	Tempat, Tanggal Lahir	Bandar Lampung, 02-02-1988
Riwayat Pendidikan	1. SMA YP Unila 2003-2006 2. S1 LIPIA 2014-2018 3. S2 Institut PTIQ	
Riwayat Pekerjaan	1. Penerjemah Komite Nasional untuk Rakyat Paestina 2016-2018 2. Manager SADAQA MULIA 2018-2019 3. Direktur Al Quds Amanati Indonesia 2018-2020 4. Pengasuh Rumah Al Qur an Azali 2018-2023 5. Pembimbing Ibadah Haji dan Umroh 2019-2023 6. Tenaga Ahli Fraksi PKS DPR RI 2021-2023 7. Wakil Direktur Bidang Hubungan Antar Lembaga Insan Mulia Boarding School 2022-2023	
Riwayat Organisasi	1. Ketua Rohis SMA YP Unila 2004-2005 2. Ketua Bidang Religi Forum Pelajar Bandar Lampung 2005-2006 3. Sekretaris Forus Kerjasama Pelajar Muslim 2002-2005 4. Ketua Divisi Forum Kerja Sama Alumni Rohis 2007-2009 5. Ketua BEM Darul Fattah 2010-2011 6. Ketua Bidang Kaderisasi Aksi Mahasiswa Muslim 2012-2013 7. Ketua Lembaga Dakwah Kampus 2014-2015 8. Ketua Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus Jakarta, Bekasi Depok 2015-2017	

Data Diri	Nama Lengkap	M. Syukron Muchtar, Lc., M.Ag.
	Tempat, Tanggal Lahir	Bandar Lampung, 02-02-1988
Program Usulan	9.	Ketua Dewan Pengarah Asean Young Leaders Forum Chapter Indonesia 2018-2019
	10.	Ketua Bidang Kerukunan Komite Nasional untuk Pemuda Indonesia 2022-2023
	11.	Ketua Bidang Kaderisasi Pengurus Pusat Himpunan Dai Muda Indonesia 2019-2023
		Berkontribusi pada kemajuan daerah dan provinsi

Sumber : https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu

4.3.4. Heni Susilo

Tabel 6 Profil Heni Susilo

Data Diri	Nama Legkap	Heni Susilo
	Tempat, Tanggal Lahir	Klaten, 27-12-1970
Riwayat Pendidikan	1.	Sman Delanggu Klaten 1987-1990
	2.	S1 IAI Agus Salim Metro 2017-2019
Riwayat Pekerjaan	1.	Pengrajin Tanduk 1990-1993
	2.	Pengawas PT Japfa Comfeed 1993-2009
	3.	Petani, Pedagang 2009-2019
	4.	Anggota DPRD Provinsi Lampung 2019-2024
Riwayat Kursus dan Diklat	1.	Kursus Bahasa Inggris di IEC Surakarta 1990-1991
		adimripalanas Diklat Kepemimpinan PT Japfa 1998- 1998
Riwayat Organisasi	1.	Anggota Karang Taruna Dsa 1991-1991
	2.	Anggota Bako Risma 1993-1994
	3.	Ketua PKS 1998-2002
	4.	Sekretaris DPC PKS Tanggamus 2003-2010
	5.	Ketua DPD PKS Tanggamus 2020-2025
Program Usulan		Berkontribusi baik untuk daerah, untuk negeri, Insya Allah

Sumber : https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu

4.3.5 H. Amrullah BS

Tabel 7 Profil H. Amrullah BS

Data Diri	Nama Lengkap	H. Amrullah BS
	Tempat, Tanggal Lahir	Gunung Besar, 18-10-1962

Riwayat Pendidikan	SMAN 5 Palembang
Riwayat Pekerjaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Draftman Keang Nam ENT, LTD 1981-1983 2. AST. Projector Managers CV Yamaco 1983-1987 3. Kepala Desa 1999-2004 4. Direktur Utama PT. Bumi Barokah Sejahtera 2017-2023
Riwayat Organisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketua Karang Taruna 1981-1983 2. Wakil Ketua Pemuda Kosgoro 1995-1996 3. Kasi Humas Rapi LU Wil.IV 1995-1996 4. Ketua Kordinator Satgas Sekber 02 LU 2018-2019 5. Wakil Ketua PABPDSI (Persatuan Anggota Seluruh Indonesia), Kab. Lampung Utara 2021-2027 6. Wakil Ketua IPHI (Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia) Kab. Lampung Utara
Program Usulan	Menampung dan menyaurkan aspirasi masyarakat sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta peningkatan kesejahteraan masyarakat dan peningkatan pembangunan di daerah pemilihan, akan bekerja secara aksimal sesuai dengan tupoksi dewan

Sumber : https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu

4.3.6 M. Ghofur

Tabel 8 Profil M. Ghofur

Data Diri	Nama Lengkap	Muhammad Ghofur. S.Si
	Tempat, Tanggal Lahir	Kalirejo, 09-11-1979
Riwayat Pendidikan	S1 Universitas Lampung 2003-2007	
Riwayat Pekerjaan	Anggota DPRD Lampung Tengah 2014-2023	
Program Usulan	Memajukan UMKM dan Infrastruktur di Lampung	

Sumber : TribunLampung

4.3.7 Yusnadi

Tabel 9 Profil Yusnadi

	Nama Lengkap	H. Yusnadi, S.T
Data Diri	Tempat, Tanggal Lahir	Bandung, 27-07-1971
Riwayat Pendidikan	1. SMAN Ciledug 1987-1990 2. D3 Aprentice IPTN 1990-1993 3. S1 STT Bandung 1995-2000	
Riwayat Pekerjaan	1. Teknisi PT. Dirgantara Indonesia 1993-2000 2. Direktur CV Retina Visual Komunika 2001-2005 3. Direktur PT Retina Lintas Khatulistiwa 2005-2023 4. Kepala Bidang Pakem Tour 2010-2023 5. Direktur PT Rihlah Internasional 2022-2023	
Riwayat Kursus	1. Pembekalan Kepemimpinan 1993-1994 2. Manajemen Organisasi 1995-1996 3. Pelatihan Kewirausahaan 2001-2002 4. Pelatihan Khotib 2003-2004	
Program Usulan	Memberikan Pemberdayaan Ekonomi bagi Masyarakat Lampung	

Sumber : https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu

VI. PENUTUP

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, simpulan dari penelitian “*Personal branding* Anggota Legislatif Terpilih Dalam Meningkatkan Suara Pada Pemilihan Umum 2024 (Studi di Partai Keadilan Sejahtera Provinsi Lampung)” caleg terpilih PKS dalam membangun strategi pemenangan melalui pendekatan sebagai berikut :

1. *Push Marketing* politik, pada strategi membangun strategi pemenangan caleg terpilih PKS turun langsung berkomunikasi dengan masyarakat. Pada strategi ini caleg memanfaatkan waktunya untuk menyampaikan visi-misi, program kerja yang akan dilaksanakan, selain itu juga strategi push marketing dinilai efektif karena caleg dan masyarakat dapat berkomunikasi langsung sehingga aspirasi dari masyarakat dapat langsung di dengar oleh caleg. Akan tetapi strategi ini mengalami beberapa hambatan yang dirasakan oleh caleg salah satunya adalah kondisi geografis yang sulit dijangkau selain itu juga modal ekonomi yang terbatas juga menjadi hambatan caleg untuk menjangkau dapil secara keseluruhan.
2. *Pull marketing* politik, berbeda dengan push marketing politik, strategi pull marketing politik memanfaatkan media massa, media konvensional maupun media sosial sebagai alat berkampanye. Akan tetapi media konvensional dianggap kurang efektif dalam membangun *personal branding* karena tidak dapat menjangkau masyarakat secara luas, selain itu media sosial pun memiliki kekurangan karena masyarakat kita masih banyak yang belum dan

tidak tanggap dengan media sosial sehingga hal ini menjadi salah satu tantangan juga untuk caleg dapat dikenal luas oleh masyarakat. Akan tetapi Berdasarkan penelitian caleg yang diusung PKS cukup konsisten dalam pemanfaatan strategi pull marketing politik, caleg terpilih PKS terbukti konsisten dalam membuat konten di sosial media, cara ini dilakukan agar tetap terhubung dengan masyarakat selain itu pemanfaatan sosial media merupakan salah satu cara para caleg terpilih untuk melaporkan hasil kerjanya di masyarakat melalui sosial media.

3. Selain kedua strategi di atas, caleg terpilih PKS juga menggunakan strategi pass marketing politik atau pendekatan dengan tokoh masyarakat, kepemudaan, maupun kelompok-kelompok sosial dalam melakukan strategi membangun *personal branding*. Akan tetapi terdapat beberapa caleg yang tidak terpaut pada pendekatan ini dan mengutamakan pendekatan pada semua segment tanpa memprioritaskan segment pemilih tertentu.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, penelitian dan penarikan kesimpulan mengenai *Personal branding* Anggota Legislatif Terpilih Dalam Meningkatkan Suara Pada Pemilihan Umum 2024 (Studi di Partai Keadilan Sejahtera Provinsi Lampung), maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Caleg PKS sebaiknya memperkuat tim relawan di setiap wilayah untuk mengatasi hambatan geografis dan memastikan komunikasi langsung dengan masyarakat tetap berjalan.
2. Meningkatkan pendekatan dengan tokoh masyarakat dan kelompok sosial karena dukungan mereka dapat meningkatkan elektabilitas dan kepercayaan publik. Namun, caleg juga perlu tetap fleksibel dalam menyesuaikan pendekatan dengan berbagai segmen pemilih tanpa kehilangan fokus utama.

3. Sebagai upaya membangun strategi pemenangan melalui media, baik media massa, media sosial maupun media konvensional perlu adanya Konsistensi agar keterjangkauan dengan pemilih tetap terjalin dan disampaikan dalam bentuk yang menarik sehingga dapat menarik perhatian dari masyarakat dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adah, E., & Murbantoro, M. (2023). *Personal branding* Ganjar Pranowo Dalam Membangun Komunikasi Politik Di Media Sosial. *Sintesa*, 2(01), 123–138. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v2i01.8466>
- Agus Dedi. (2022). Politik Dinasti Dalam Perspektif Demokrasi. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(1), 92–101. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i1.2596>
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi *Personal branding* dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Arif Prasetyo, W., Eka Wisnu, W., & Nurgiansah, T. H. (2022). Pemilihan Umum di Indonesia dalam Perspektif Pancasila. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3217–3225.
- Azis, A. Strategi marketing politik Neneng Hasanah Yasin dan Eka Supria Atmaja dalam memenangkan pemilukada Kabupaten Bekasi Tahun 2017-2022 (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah).
- Dewantara, J. A., & Nurgiansah, T. H. (2020). Efektivitas Pembelajaran Daring di Masa Pandemi COVID 19 Bagi Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 367–375. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.669>
- Elviandri; Dimiyanti, K. . A. (2017). Quo Vadis Negara Kesejahteraan Meneguhkan Ideologi Welfare State Negara Hukum Kesejahteraan Indonesia. *Mimbar Hukum*, 29(3), 252–266.

- Friantin, S. hayati E. (2023). Peran *Personal branding* dalam Digital Marketing untuk Generasi Millennial du SMA Batik 1-Surakarta. *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 314–321. <https://pekatpkm.my.id/index.php/JP/article/view/Handita>, D., & Anggraini, D. L. (2021). Penerapan Pemilu Online Berbasis Aplikasi Smartphone di Era Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial*, May, 848–851.
- Hendrawati, S. (2024). Analisis Fungsi Pemilu Dan Tujuan Partai politik Dalam Hukum Tata Negara. *Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 4, 140–147. <https://resjustitia.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/108%0Ahttps://resjustitia.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/108/99>
- Jain, V., & B. E, G. (2020). Understanding the Magic of Credibility for Political Leaders: A Case of India and Narendra Modi. *Journal of Political Marketing*, 19(1–2), 15–33. <https://doi.org/10.1080/15377857.2019.1652222>
- Jamil, H., Hamad, I., & Sari, Y. (2023). *Personal branding* Puan Maharani Pada Akun Instagram @Puanmaharaniri Menuju Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 205–217. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2631>
- Kansil, C. S. T., Samuel, C., Haga, L., Hukum, F., Tarumanagara, U., Barat, K. J., & Jakarta, P. D. K. I. (2023). Analisis Sistem Pemilihan Umum Proporsional Tertutup di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 882.
- Khotijah, K., & Mundiri, A. (2020). *Personal branding* Kiai Politisi Berbasis Circle-C. *MANAGERE : Indonesian Journal of Educational Management*, 2(2), 182–195. <https://doi.org/10.52627/ijeam.v2i2.40>
- Manggala, M. Strategi pemenangan pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla pada

Pilpres 2014: Studi atas marketing politik melalui mobil aspirasi.

- Mardiah, M., & Amri, S. (2024). *Personal branding* Ade Fadly Pranata Bintang Melalui Media Sosial Akun Instagram@ Adefadlypranata. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(8), 1321–1330. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/3048%0Ahttps://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/download/3048/2420>
- Mentari Putri, D., Freddy Prisanto, G., Febrina Ernungtyas, N., & Anisa Putri, S. (2022). *Personal branding* politikus melalui media sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 195–207. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya195>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Revisi)*. Bandung: PT remaja rosdakarya, 102-107.
- Moleong Lexy, J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), Cet. 1 M. Suqi Amin dan Hasan Ali Utbah, Al-Mu'jam Al Wasit, Juz I, (Kairo: Darul Kutub, 1982). Narwani Sri.
- Mulyani, R. (2021). Political Branding Tsamara Amany Alatas Selama Masa Kampanye Pemilu Legislatif 2019 di Media Sosial. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1554>
- Nurfadilah, A., & Khoirotunnisa, P. (2023). *Personal branding* Anies Baswedan dalam Membangun Citra pada Pilpres 2024 di Instagram. *Jurnal Politik Walisongo*, 5(1), 2503–3204. <https://doi.org/10.21580/jpw.v5i1.16743>
- Nursal, Adman. (2004). *Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan Dpr, Dpd, Dan Presiden*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, A. A., & Rochmaniah, A. (2024). Branding Politik: Bagaimana Pemimpin Muda Menguasai Instagram untuk Pengaruh Politik di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 109–118. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2886>

- Royani, S. F., & Rusdiana, J. (2023). *Personal branding* Calon Legislatif Generasi Z Melalui Instagram: Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @muhammadshoma. *Avant Garde*, 11(2), 241. <https://doi.org/10.36080/ag.v11i2.2601>
- Shaleh, A. I., & Wisnaeni, F. (2019). Hubungan Agama Dan Negara Menurut Pancasila Dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 [Relationship between Religion and State according to Pancasila and the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia]. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(2), 237–249.
- Shynta, S., & Ubaidullah, M. A. (2023). Strategi Marketing Politik Nora Idah Nita Pada Pemilu Legislatif 2019-2024 Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 8(3).
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (pp. 1–444). Alfabeta Bandung.
- Sugiyono, S. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D* (Catatan Ke).
- Susila, I., Dean, D., Yusof, R. N. R., Setyawan, A. A., & Wajdi, F. (2020). Symbolic Political Communication, and Trust: A Young Voters' Perspective of the Indonesian Presidential Election. *Journal of Political Marketing*, 19(1–2), 153–175. <https://doi.org/10.1080/15377857.2019.1652224>
- Sutrisno, S., Yuningsih, N. Y., & Agustino, L. (2018). Komparasi Teori Marketing Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 6(2), 106. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i2.1617>
- Undang-undang Nomor 7 tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum
- Zulham, & Syaputra, Y. P. (2023). Analisis Branding Politik Pada Instagram @sandiuno Masa Kampanye Pemilu Presiden 2019 Di Kabupaten

Padang Lawas Utara (Sumut) Sebagai Acuan Medsos Pemilu 2024.
Journal of Innovation Research and Knowledge, 3(7), 1467–1473.