

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi branding politik dan komunikasi politik yang diterapkan oleh calon legislatif (caleg) dari kalangan artis Partai Amanat Nasional (PAN) di Jawa Barat dalam Pemilu 2024. Studi ini berfokus pada peran artis sebagai alat untuk meningkatkan elektabilitas partai dan memenangkan suara pemilih. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, melibatkan analisis data primer melalui wawancara dengan ahli komunikasi politik dan perwakilan PAN, serta data sekunder dari dokumen partai, berita, dan media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PAN memanfaatkan popularitas artis seperti Verrell Bramasta, Dessy Ratnasari, dan Primus Yustisio untuk membangun citra partai yang inklusif, modern, dan berbasis nilai-nilai Islam moderat. Strategi branding politik dilakukan melalui pendekatan personalisasi, di mana masing-masing artis menonjolkan narasi yang sesuai dengan karakteristik pemilih di daerah pemilihannya. Teori *agenda setting* dan *framing* digunakan untuk mengarahkan perhatian publik pada isu-isu strategis seperti pemberdayaan generasi muda, ekonomi kreatif, dan kesejahteraan keluarga. Media sosial, terutama TikTok dan Instagram, menjadi saluran utama dalam kampanye untuk menjangkau pemilih muda.

Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat keberhasilan artis sebagai caleg. Faktor pendukung meliputi popularitas, kemampuan komunikasi, dan kedekatan emosional dengan pemilih, sementara faktor penghambat meliputi stigma negatif terhadap artis-caleg dan minimnya pengalaman politik. Secara keseluruhan, strategi branding politik PAN terbukti efektif dalam meningkatkan elektabilitas partai, dengan ketiga artis-caleg berhasil meraih kursi di DPR RI. Temuan ini memberikan kontribusi bagi literasi politik tentang peran selebritas dalam pemilu serta panduan praktis bagi partai politik dalam mengoptimalkan strategi kampanye berbasis figur publik.

Kata kunci: *Branding politik, komunikasi politik, artis-caleg, Partai Amanat Nasional, Pemilu 2024, electoral threshold.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the political branding and communication strategies employed by celebrity legislative candidates (caleg) from the National Mandate Party (PAN) in West Java during the 2024 General Election. The research focuses on the role of celebrities as tools to enhance party electability and secure voter support, particularly within the context of an electoral system with a 4% parliamentary threshold. A qualitative case study approach was used, incorporating primary data from interviews with political communication experts and PAN representatives, as well as secondary data from party documents, news articles, and social media.

The findings reveal that PAN strategically leveraged the popularity of celebrities such as Verrell Bramasta, Dessy Ratnasari, and Primus Yustisio to cultivate an inclusive, modern, and moderate Islamic party image. Political branding was achieved through personalization, with each celebrity emphasizing narratives tailored to their respective constituencies. Agenda-setting and framing theories were applied to direct public attention to key issues such as youth empowerment, the creative economy, and family welfare. Social media platforms, particularly TikTok and Instagram, served as primary campaign channels to engage younger voters.

The study also identifies key enablers and obstacles to the success of celebrity candidates. Enablers include their fame, communication skills, and emotional connection with voters, while obstacles include public skepticism toward celebrity politicians and their lack of political experience. Overall, PAN's political branding strategy proved effective in boosting the party's electability, with all three celebrity candidates securing seats in the national legislature. These findings contribute to the political literature on the role of celebrities in elections and provide practical insights for political parties seeking to optimize public figure-based campaign strategies.

Keywords: *Political branding, political communication, celebrity candidates, National Mandate Party (PAN), 2024 General Election, electoral threshold.*