



***POLITICAL BRANDING* WANSEPTEMBER SITUMORANG PADA PEMILIHAN LEGISLATIF DPRD DAIRI 2024**

Titi Sumanti Sagala¹, Asmaul Husna²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teuku Umar

¹Email: titifebruarisagala09@gmail.com

²Email: asmaulhusna@utu.ac.id

Abstrak

Political branding Wanseptember Situmorang merupakan strategi yang digunakan untuk menciptakan citra positif dihati masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Political branding* Wanseptember Situmorang pada pemilihan legislative DPRD Dairi 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teori pada penelitaian ini menggunakan teori *Political branding* dengan tiga *indicator* yakni, identifikasi diri, produk politik dan *positioning*. Hasil dari penelitian ini berupa citra positif yang direpresentasikan Wanseptember Situmorang ditengah-tengah masyarakat. Pembentukan identifikasi diri meliputi karakteristik, kemampuan dan nilai yang ada pada diri Wanseptember Situmorang dapat terealisasikan dihadapan masyarakat. Produk politik yang disampaikan oleh Wanseptember Situmorang merupakan program kerja yang akan dilaksanakan berdasarkan permasalahan yang ada di Kabupaten Dairi. Dalam menentukan strategi pendekatan kepada masyarakat Wanseptember Situmorang melakukan segmentasi konstituen untuk melihat klasifikasi masyarakat Dairi.

Kata Kunci: Pemilihan Legislatif; *Political branding*; Masyarakat Dairi

Abstract

Wanseptember Situmorang political branding is a strategy used to create a positive image in the hearts of the public. The aim of this research is to determine the *Political branding* of Wanseptember Situmorang in the 2024 Dairi DPRD legislative election. This research uses descriptive qualitative methods, data collection in this research uses interview, observation and documentation techniques. The theory in this research uses political branding theory with three indicators, namely, self-identification, political products and positioning. The results of this research are in the form of a positive image that Wanseptember Situmorang represents in society. The formation of self-identification including the characteristics, abilities and values that exist in Wanseptember Situmorang can be realized in front of society. The political product presented by Wanseptember Situmorang is a work program that will be implemented based on existing problems in Dairi Regency. In determining the approach strategy for the Wanseptember Situmorang community, constituent segmentation was carried out to see the classification of the Dairi community.

Keywords: Legislative Election; *Political Branding*; Dairi Community

PENDAHULUAN

Demokrasi pasca reformasi di Indonesia mengalami peningkatan kebebasan berdemokrasi yang lebih terbuka dan inklusif (Mubarok, 2016). Keterbukaan dan inklusif merupakan suatu bentuk pemerintahan yang umumnya mendorong dan lebih menghargai partisipasi masyarakat. Sehingga memastikan setiap individu memiliki kebebasan dan kesempatan sama untuk berpartisipasi dalam proses pemilihan dan pengambilan keputusan (Warastri, 2023). Demokrasi pasca reformasi merupakan era pemerintahan setelah Masa Orde Baru yang mekanisme pemerintahan terkenal dengan pemerintahan otoriter (Hambali, 2014). Demokrasi pasca reformasi dimulai sejak Soeharto mengundurkan diri sebagai Presiden setelah menjabat selama lebih dari 30 tahun. Sejak saat itu Indonesia memperkuat prinsip demokrasi dan hak asasi manusia, perubahan konstitusi, pemilihan umum dan pembaharuan institusi politik. (Lutpiani, 2021). Demokrasi merupakan sistem pemerintahan yang kekuasaannya dipegang oleh rakyat. Pada pelaksanaannya demokrasi akan memposisikan rakyat sebagai penentu kebijakan negara yang diartikan sebagai oleh rakyat, untuk rakyat dan dari rakyat (Irawan, 2007). Komponen penting dalam pasca reformasi ialah mewajibkan membawa perubahan demokrasi yang lebih baik dan bermanfaat bagi masyarakat, khususnya dalam mewujudkan impian penyelenggaraan negara untuk mencapai kehidupan masyarakat yang berdaulat, adil dan sejahtera. (Anugrah, 2018).

Pelaksanaan demokrasi pasca reformasi pada dasarnya untuk merubah peraturan yang lama dan menciptakan

peraturan baru (Fahmi, 2010). Kepercayaan rakyat mengukung adanya pelaksanaan pemilu pertama kali pasca reformasi pada tahun 1999. Hal ini menjadikan sebuah langkah penting dalam memperkuat demokrasi di Indonesia (Marzuki, 2008). Realitasnya demokrasi tidak terlepas dari dinamika perubahan hubungan pemerintah dengan masyarakat. Salah satu ciri perubahan hubungan pemerintah dengan masyarakat pasca reformasi ialah perluasan peran dan kebebasan berpendapat. Keterlibatan masyarakat dalam berpendapat atau partisipasi masyarakat merupakan basis utama dalam demokrasi. Tanpa melibatkan aspirasi aktif, sebuah negara demokrasi menjadi nonsen belaka (Erlina, 2023). Pemilihan umum (Pemilu) merupakan sarana yang penting dalam demokrasi pemilihan umum dapat diartikan sebagai agenda konstitusional (Tinambunan, prasetio, 2019). Menurut Asshiddiqie pemilihan umum ialah strategi yang digunakan untuk memilih wakil rakyat dengan demokratis (Yanur, Palenewen, 2022). Penyelenggaraan pemilihan umum tentunya menjadi pemilihan umum yang berkualitas ketika pemilihan umum dilaksanakan berdasarkan azas-azas pemilihan yaitu secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Sehingga momentum ini dapat menjadi agenda yang memperlihatkan kedaulatan berada ditangan rakyat secara khusus untuk menentukan pemimpin negara (Hardjanto, 2019).

Pasca reformasi Indonesia telah melakukan pemilihan umum legislatif sebanyak lima kali dimulai pada tahun 1999 kemudian, 2004, 2009, 2014 dan 2019. Pemilihan umum legislatif merupakan pemilihan yang memuat DPR-

RI, DPD- RI, DPD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota (Hernawansyah, 2019).

Pemilu keenam akan dilangsungkan pada 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024 pada agenda pemilihan umum legislatif 14 Februari 2024 (Bawaslu, 2023).

Dalam kampanye politik actor politik kerap kali menggunakan strategi pembentukan citra positif (Muhammad & Arnoldus, 2017). Cara yang dilakukan ialah dengan karakteristik diri, memperkenalkan jati diri, menyampaikan ideologi, gagasan politik dan program yang akan dilakukan mekanisme ini juga di kenal sebagai *political branding* (Alhamdani, 2023).

Penyusunan strategi kampanye dalam menciptakan *political branding* adalah strategi yang penting dilakukan untuk mendapatkan citra positif seperti popularitas, dukungan dan meraih suara terbanyak (Suryati, 2021). Keberhasilan Barack Obama dalam pemilu Presidensial Amerika Serikat 2008 membangun brandingnya melalui platform media dan keberhasilan Joko Widodo dalam pada Pilpres 2024 yang membangun citra dirinya melalui platform media twitter. Hal ini menjadikan *Political branding* mampu memicu keberhasilan pemilihan umum (Muttaqin, DKK, 2020; Fatayati, 2016).

Political branding merupakan proses seseorang yang menempatkan diri atau karirnya sebagai *brand*. Hal ini merupakan teknik untuk memasarkan *brand* secara sistematis. Memperkenalkan *brand* sangat memerlukan strategi demi menciptakan ketertarikan dan kepuasan para konsumen dengan kata lain seseorang perlu menciptakan *brand* untuk mendapatkan kepercayaan dari publik (Wasesa, 2013). *Political branding* merupakan strategi sebagai pembentukan

citra politik. *Political branding* merupakan pembeda antara aktor politik yang satu dengan aktor politik lainnya. *Political branding* mengarah terhadap formasi yang memudahkan aktor politik menghasilkan popularitas yang melekat diingatan masyarakat (Octival DKK, 2022). Secara sederhana *Political branding* dapat diraih apabila aktor politik dapat memposisikan identitas dirinya dengan benar dan memasarkan produk politik yang memikat hati masyarakat sehingga mendapat kepercayaan serta dukungan terhadap publik (Husna, 2017). Tujuan *Political branding* yang digunakan aktor politik ialah memperlihatkan keunggulan kompetitif. *Political branding* harus dikemas sedemikian rupa dan *Political branding* akan terlihat efektif ketika brand yang dipromosikan tersampaikan dengan jelas dan tepat sasaran (Newman & pich, 2020).

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang telah diteliti sebelumnya, yakni *Political Branding* Kepala Daerah pada Pilkada Aceh (Husna, 2017) dan *Political Branding* Ridwan Kamil Pada Pilgub Jawa Barat (Ageng & Sholehul, 2019). Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa *Political branding* sangat berpengaruh dalam melakukan kampanye pemilihan pemimpin. *Political branding* menjadi senjata yang akan digunakan untuk menimbulkan persepsi positif terhadap aktor politik. Membangun *Political branding* melibatkan serangkaian pemahaman menyeluruh mengenai pesan yang disampaikan, target dan platform komunikasi yang digunakan. Mempromosikan *Political branding* tidak selamanya *face to face communication* melainkan dengan menggunakan platform media seperti *twitter*, *instagram* dan

facebook agar menyebar lebih cepat dan menyeluruh (Hesti & Jamil, 2019).

Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah yang akan melakukan pemilihan umum legislatif pada 2024 mendatang. Komisi Pemilihan Umum Dairi telah menetapkan 4 daerah pemilihan (Dapil) dan 35 kursi DPRD Dairi dari 15 kecamatan (KPU, 2023). Salah satu calon legislatif DPRD Dairi adalah Wanseptember Situmorang yang akan bertarung untuk memperebutkan kursi DPRD Dairi. Wanseptember Situmorang merupakan aktor politik yang memiliki karir politik yang cukup cemerlang, Wanseptember Situmorang merupakan aktor politik yang relatif muda kelahiran 1989. Saat ini ia diangkat menjadi Wakil Pimpinan II di DPRD Dairi periode 2019-2024 dan menjadi Dewan pimpinan Daerah dan Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrat pada periode 2022-2027. Pemilihan kali ini ia turut bertarung dalam pemilihan legislatif periode 2024-2029 pada dapil IV pada daerah Kecamatan Sumbul, Pegagan Hilir dan Silahisabungan dan akan memperebutkan 107.82 suara (BPS Dairi). Berdasarkan data tersebut Wanseptember Situmorang membutuhkan kampanye yang efektif berupa pembentukan citra positif. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan analisis lebih mendalam mengenai strategi *Political branding* Wanseptember Situmorang pada pemilihan legislatif DPRD Dairi 2024.

Brand ialah suatu hal yang tidak dapat dilihat namun memberikan pengaruh yang nyata (Haroen, 2014). Sejatinya aktor politik membutuhkan strategi marketing dan political branding yang berintegritas. Political branding merupakan strategi yang efektif untuk mendapatkan citra positif dan mendapatkan hati masyarakat. Tujuan dari

political branding adalah memberikan daya tarik promosi yang efektif. *Political branding* akan menambah nilai jati diri sehingga aktor politik lebih leluasa menyampaikan gagasan politik yang dimiliki. Untuk mencapai hal ini aktor politik akan memanfaatkan penyalur informasi pesan diseluruh *platform* media sebagai upaya pendekatan kepada publik yang lebih luas (Marland, 2013).

Terdapat tiga alasan mengapa *Branding* penting digunakan dalam pelaksanaan kampanye politik yakni pertama, *branding* dapat menimbulkan proses, nilai identitas dan makna dari sebuah produk. Kedua, *branding* dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dan memberikan keyakinan terhadap aktor politik. Ketiga, *branding* mampu menghasilkan interaksi yang mendalam mengenai keterikatan emosional aktor politik dengan publik. Maka dari itu Branding dapat digunakan oleh aktor politik sebagai senjata pada saat kampanye (Husna, 2017). *Political branding* adalah alat yang digunakan aktor politik pada saat kampanye sebagai upaya membangun citra positif dan identitas yang khas. Hal ini bertujuan untuk mempengaruhi perspektif masyarakat, memperoleh *vote* dan meraih kemenangan saat pemilihan (Mitsikopoulou, 2011).

Maka dari itu peneliti menetapkan 3 indikator inti yang efektif digunakan sebagai landasan berpikir dalam memahami pola *political branding* yakni pertama identifikasi diri, untuk menjadi sosok yang unggul dimata masyarakat, aktor politik akan merefleksikan dirinya melalui pemahaman karakteristik, nilai dan potensi yang dimiliki (Suryawati, 2021). Kedua, *positioning* merupakan strategi aktor politik bagaimana memposisikan dirinya agar lebih dekat dengan masyarakat (Harifin, 2012).

Ketiga, produk politik, merupakan pesan dan program-program yang akan dilakukan aktor politik sesuai dengan kebijakan yang ada. Produk politik merupakan tujuan dan pencapaian setelah aktor politik terpilih menjadi pemimpin masyarakat (Juditha, 2015). Dari ketiga indikator tersebut akan digolongkan menjadi sebuah *brand identity* untuk mengedintifikasi produk yang ada. Brand identity merupakan penanda dapat berupa nama, *font*, logo, *jingle*, slogan dan atribut dari semua penanda ini akan disebarluaskan dalam bentuk verbal, visual, maupun vocal dan disampaikan melalui media konvensional maupun bentuk digital (Husna, 2017).

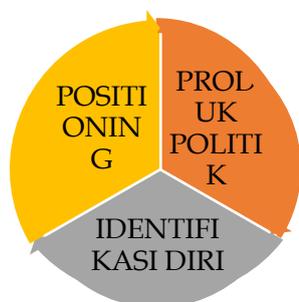


Diagram 1. *Political Branding* (Husna, 2017)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi situasi yang dialami Wanseptember Situmorang misalnya perilaku, persepsi dan tindakan (Sholikhah, 2016). Metode pengumpulan data pada penelitian ini berupa wawancara mendalam, catatan lapangan, dokumentasi pribadi, jurnal, buku maupun dokumen-dokumen yang mendukung penelitian. Adapun alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif adalah karena peneliti tidak membentuk hubungan antara variabel-variabel lainnya dan

peneliti ingin mengetahui dan menjabarkan bagaimana kenyataan kejadian *Political branding* yang digunakan Wanseptember Situmorang pada saat kampanye.

Objek pada penelitian ini adalah Wanseptember Situmorang, subjek pada penelitian ini adalah *Political branding* yang digunakan Wanseptember Situmorang pada kampanye pemilihan legislatif (Noor, 2011). Unit analisis penelitian ini berupa indikator *Political branding* (identifikasi diri, produk politik, positioning) Wanseptember Situmorang. Masalah pada penelitian ini ialah bagaimana Wanseptember Situmorang membangun *Political branding* saat kampanye pemilihan legislatif. Peneliti menentukan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. teknik ini merupakan teknik penentuan informan non-random dimana peneliti menggunakan teknik ini untuk menelusuri informan benar memiliki kedekatan yang hangat serta memiliki pengetahuan mendalam mengenai data dan informasi pada objek penelitian (Lenaini, 2021).

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1.	Wanseptember Situmorang	Pimpinan II DPRD Dairi
2.	Frans Douglas Nainggolan	Ketua Bacomstra Demokrat Dairi
3.	Marta Ujung	Sekretaris Demokrat Dairi
4.	Monica Situmorang S.Kom	Asisten Wanseptember Situmorang
5.	Tumpal SP Siburian	Fraksi Demokrat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penemuan data pada penelitian ini diperoleh dari hasil temuan data dilapangan dan didukung oleh akun media sosial Wanseptember Situmorang. Peneliti menganalisis dan menemukan representasi

political branding yang dibentuk Wanseptember Situmorang, terdapat tiga indikator *political branding* terdiri dari identifikasi diri, produk politik dan *positioning* (Husna, 2017).

Identifikasi Diri

Merealisasikan Identifikasi diri merupakan cara yang dilakukan seseorang untuk membentuk ciri-ciri dalam kepribadiannya. Identifikasi diri cenderung dikaitkan dengan sikap, karakter dan perilaku sehingga sangat mempengaruhi penilaian terhadap seseorang. Berdasarkan analisis data, identifikasi diri terdiri dari tiga sub-indikator yakni karakter, kemampuan dan nilai yang ada pada diri seseorang. Karakter merupakan perilaku yang melekat pada diri Wanseptember Situmorang sebagai strategi untuk menarik, membangun dan mempertahankan hubungan kepada masyarakat Dairi. Wanseptember Situmorang mencoba mengupayakan dirinya sebagai aktor politik yang terbaik dihadapan masyarakat dengan cara merepresentasikan diri dan membentuk karakter yang baik ditengah-tengah masyarakat sehingga ia layak dipilih sebagai pimpinan di DPRD Dairi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa postingan yang diunggah pada akun media sosial Wanseptember Situmorang (@oneseptember_situmorang). Pada postingan tersebut menjelaskan bahwa ia adalah sosok aktor politik yang memiliki kedekatan yang hangat kepada masyarakat.

Gambar 1. Kedekatan Wanseptember Situmorang dengan masyarakat



Sumber: *facebook* Wanseptember Situmorang, 2023

Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa Wanseptember Situmorang adalah pemimpin yang peduli terhadap kemajuan kesejahteraan masyarakat Dairi. Terlihat dari captions postingan tersebut menjelaskan bahwa Wanseptember Situmorang ingin membantu dan mempromosikan hasil usaha yang dimiliki masyarakat. Hubungan dan empati yang dilakukan menjadi nilai tambah *political branding* Wanseptember Situmorang. Melalui kedekatan tersebut Wanseptember Situmorang adalah sosok aktor politik yang ramah dengan masyarakat. Disisi lain *political branding* Wanseptember Situmorang terealisasikan secara nyata dalam berbagai macam atribut yang digunakan saat kampanye legislatif DPRD Dairi 2024. (*Gabema sipangolo-oloi, Horas, Njuah-juah, Mejuah-juah*), sapaan santun yang selalu digunakan Wanseptember Situmorang sebelum menyampaikan pidatonya dihadapan masyarakat dapat mendorong ketentuan pemilihan terhadap Wanseptember Situmorang.

Karakter sebagai aktor politik yang tegas, percaya diri dan berintegritas juga terepresentasikan dengan jelas dalam tampilan fisik dan bahasa tubuh Wanseptember Situmorang dalam setiap kampanyenya. Penggunaan pakaian dapat mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap aktor politik. Secara tidak langsung pakaian yang dipakai oleh aktor politik menyatakan ciri khas yang ada dalam dirinya. Masyarakat cenderung mengingat dan memilih aktor politik yang menarik dibandingkan aktor lainnya. Aktor politik yang sering mengenakan warna dan bentuk pakaian yang sama cenderung ingin memperlihatkan identitas dan citra yang ingin ditunjukkan. Berdasarkan postingan Wanseptember Situmorang, ia kerap kali menggunakan kemeja berwarna biru, celana jeans polos dan kemudian dilengkapi dengan jam tangan. Karakter seseorang dapat ditentukan dengan warna dan bentuk pakaian, pakaian kemeja terang melambangkan seseorang disiplin dan tegas. Pakaian yang tepat akan menambah kepercayaan diri dan kredibilitas aktor politik.

Gambar 2. Penampilan Wanseptember Situmorang



Sumber: *instagram* Wanseptember Situmorang, 2023

Pada gambar diatas wanseptember mengenakan kemeja biru, celana jeans hitam dan jam tangan sehingga terlihat elegan. Bentuk penampilan Wanseptember Situmorang terlihat menarik sehingga menciptakan perbedaan diantara aktor politik lainnya. kemampuan yang ingin diperlihatkan Wanseptember Situmorang adalah hal-hal yang menyakinkan masyarakat bahwa wansptember Situmorang merupakan aktor politik yang layak dijadikan sebagai pimpinan di DPRD Dairi. Berdasarkan potongan pidato yang disampaikan Wanseptember Situmorang juga merepresentasikan perhatiannya dihadapan masyarakat dairi untuk bersama-sama melanjutkan pembangunan daerah Kabupaten Dairi.

“Songon na diboto hamu inang dohot amang paturehon daerah taon mamorluhon tikki jala tikki na ganjang, alani hu pangido tu hita sudena asa rappak hita manguduti dohot paturehon jala patorusson pembangunan di huta na hita haholongion. Pembangunan mamarluhon sian sude luhut asa anggiat huta taon dengga menuju Dairi 2024”.

Seperti ibu dan bapak ketahui membangun daerah kita memerlukan

waktu dan waktu itu sangatlah panjang, oleh karena itu mari bersama-sama kita lanjutkan pembangunan di daerah yang kita cintai ini. Pembangunan sangat membutuhkan dari semua pihak agar terlaksananya dairi unggul 2024.
(Sumbul, 4 november 2023)

Pada penyampaian pidato tersebut tersirat harapan Wanseptember Situmorang kepada masyarakat untuk memilih dirinya pada pemilihan Legislatif DPRD Dairi 2024. Maka harapan wanseptember situmorang dan harapan masyarakat untuk mensejahterakan Dairi dapat terealisasi dengan baik. Dari sisi lain yang ingin direpresentasikan adalah pemilihan simbol mengangkat dan menyatukan kedua telapak tangan dan slogan “lanjutkan bekerja bersama rakyat” mendefinisikan pencapaian masalah yang telah dicapai oleh Wanseptember Situmorang. Disamping itu Wanseptember Situmorang kerap mengikuti hari-hari besar agama yang berbeda dengan agama yang dianut. Hal ini merepresentasikan nilai yang terkandung dalam diri Wanseptember Situmorang sebagai aktor politik yang memiliki toleransi cukup tinggi. Hal ini pulalah yang membedakan Wanseptember Situmorang dengan aktor politik lainnya.

Gambar 3. Toleransi Wanseptember Situmorang



Sumber facebook Wanseptember Situmorang, 2023

Salah satu postingan dengan nuansa kebudayaan terlihat bahwa Wanseptember Situmorang diselimuti dengan kain ulos berwarna hitam, corak putih dan garis merah yang artinya kepahlawanan dan keberanian. Hal ini menandakan bahwa Wanseptember Situmorang selalu bergabung dengan masyarakat diluar kampanye politiknya sekaligus Wanseptember Situmorang juga menjunjung tinggi nilai kebudayaan yang ada didaerah Kabupaten Dairi.

Gambar 4. Nuansa kebudayaan



Sumber: facebook Wanseptember Situmorang, 2023

Produk Politik

penyampaian produk politik yang ditawarkan Wanseptember Situmorang

dalam kampanyenya memberikan inspirasi tentang visi dan program kerja berdasarkan permasalahan yang ada ditengah-tengah masyarakat Dairi. penyampaian pesan politik sebagai strategi untuk memantapkan pilihan rakyat terhadap Wanseptember Situmorang dalam pemilihan legislatif DPRD Dairi 2024. Adapun penyampaian pesan politik berupa visi melanjutkan bekerja bersama rakyat yang mengusung partai Demokrat dengan nomor urut satu. Melanjutkan pembangunan merupakan program kerja yang akan dilakukan Wanseptember Situmorang dalam waktu panjang ketika dirinya terpilih menjadi pimpinan di DPRD Dairi.

Gambar 5. Produk politik Wanseptember Situmorang



Sumber: *facebook* Wanseptember Situmorang, 2023

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan mengatakan bahwa Wanseptember Situmorang merupakan aktor politik yang mendukung pembangunan dan peningkatan UMKM masyarakat Dairi. pembangunan ekonomi merupakan salah satu masalah yang harus diatasi namun hal

ini jarang sekali dibicarakan oleh aktor politik Di Kabupaten Dairi. Secara langsung hal ini memperlihatkan bahwa Wanseptember Situmorang ialah sosok aktor politik yang memiliki tanggung jawab atas perkembangan dan kesejahteraan rakyat Dairi. Wanseptember Situmorang mendukung konsep pembangunan ekonomi berbasis sumber daya alam yang ada di Kabupaten Dairi khususnya daerah dapil 4. Terlihat dalam postingan yang diunggahnya Wanseptember Situmorang memperlihatkan keberpihakannya kepada UMKM rakyat Dairi. Terlihat dalam captions tersebut menjelaskan harapan produk UMKM desa Perjuangan berjalan dengan baik dan berkembang sehingga masyarakat dairi semakin maju dalam mengelola hasil bumi.

Gambar 6. Keberpihakan terhadap UMKM

Terimakasih Buat Kelompok Tani Bangkit Bersama
Desa Perjuangan, kec.Sumbul
Yang sudah mengantarkan Keripik Singkong yang Gurih dan banyak Ke Ruangan Saya DPRD Dairi.
Semoga Produk UMKM D... Lihat selengkapnya



Sumber: *facebook* Wanseptember Situmorang

Penyaluran informasi pembangunan infrastruktur keberlanjutan merupakan pesan politik yang diharapkan masyarakat. Mengingat banyaknya janji-janji kampanye yang diberikan aktor politik

kepada masyarakat tanpa akuntabilitas yang sepadan. Hal ini menjadi tantangan bagi Wanseptember Situmorang untuk membuktikan dirinya berbeda dengan aktor politik lainnya. Pelaksanaan pembangunan infrastruktur jalan ialah sarana awal untuk menunjang kelancaran transportasi masyarakat. Kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari keadaan fasilitas yang diberikan pemerintah kepada masyarakat. Untuk menciptakan masyarakat yang makmur dan sejahtera Wanseptember Situmorang mencoba meningkatkan kualitas pembangunan infrastruktur yang ada di daerah Kabupaten Dairi. Dilihat dari postingan yang diunggah Wanseptember Situmorang memperlihatkan bahwa dirinya ingin membangun kondisi jalan yang rusak di daerah dapil empat guna memperlancar aktivitas masyarakat dapil empat.

Gambar 7. Pembangunan Infrastruktur



Sumber: *facebook* Wanseptember Situmorang, 2023

Berdasarkan hasil penelitian dari pelaksanaan program-program yang dilakukan Wanseptember Situmorang sangat layak diperjuangkan. Namun menurut peneliti selain mensejahterakan

masyarakat melalui pembungan infrastruktur dan pengembangan ekonomi, menerbitkan beasiswa pendidikan sangatlah penting untuk dilakukan oleh pejabat pemerintah khususnya beasiswa pendidikan sekolah tinggi. Dilihat dari kondisi Masyarakat Dairi beasiswa pendidikan sangatlah dibutuhkan mengingat Kabupaten Dairi tidak pernah menerbitkan beasiswa untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Kabupaten Dairi.

Positioning

Penentuan *Positioning* atau segmentasi konstituen yang dilakukan untuk mengetahui strategi pendekatan yang dilakukan Wanseptember Situmorang kepada warga dapil empat. segmentasi perlu dilakukan dengan cara melihat klasifikasi beberapa kelompok masyarakat agar penerapan strategi kemenangan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Berdasarkan perbedaan karakteristik masyarakat yang ada didapil empat tentunya memerlukan strategi pendekatan yang berbeda.

Dalam penentuan segmentasi konstituen Wanseptember Situmorang mampu memberikan kontribusi positif dalam hal memunculkan perbedaan yang mudah diingat oleh masyarakat. Pada tahapan ini pijakan dasar pemilih telah ditentukan yaitu daerah dapil empat. Hal yang paling menonjol ialah Wanseptember Situmorang berasal dari daerah dapil empat sehingga memiliki kedekatan yang kuat dengan warga tersebut. Fokus pada tahapan ini adalah strategi yang digunakan wanseptember situmorang agar warga dapil empat mencoblos dirinya dikertas pemilihan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Wanseptember Situmorang bahwa dalam menentukan segmentasi

konstituen berdasarkan profesi yang ada di daerah dapil empat. Menurut mayoritas profesi yang ada di daerah dapil empat adalah petani, maka diasumsikan akan lebih mudah untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat berprofesi petani. Disamping itu Wanseptember Situmorang melakukan pendekatan kepada petani dengan turun kelapangan guna mencari tahu keluhan yang dialami masyarakat petani di dapil empat. Selain itu penentuan segmentasi dilakukan pada basis anak muda di daerah dapil empat. Berharap anak muda menjadi stimulus kemenangan terhadap Wanseptember Situmorang. Terlihat dalam postingannya yang melakukan pendekatan kepada anak muda di acara jambore Kabupaten Dairi.

Gambar 6. Wanseptember Situmorang dengan pemuda



Sumber: *Facebook* Wanseptember Situmorang, 2023

Pada *captions* postingan tersebut menjelaskan tentang peranan pemuda harus lebih berempati dan lebih peka terhadap sekitar, terlebih lagi pemuda harus mampu membawa perubahan dimasa depan dengan belajar dan bekerja keras untuk cita-cita. Tidak hanya itu Wanseptember Situmorang juga melakukan pendekatan kepada warga yang ada pada daerah dapil empat. Menurut

peneliti penetapan segmentasi konstituen yang dilakukan Wanseptember Situmorang belum bisa dikatakan lengkap. Menurut peneliti pemilihan orang tua dan tokoh agama adalah sasaran utama untuk memperluas dukungan terhadap Wanseptember Situmorang. Terlihat adanya fenomena dipedesaan bahwa masyarakat sangat mendengarkan perkataan orang tua dan tokoh agama. Pendekatan dapat dijadikan untuk mendapatkan dukungan di dapil empat karena banyak masyarakat yang menjatuhkan dukungannya kepada sesama etnis.

Seluruh indikator Political Branding yang dibangun Wanseptember Situmorang pada pemilihan legislatif DPRD Dairi 2024 dirangkum pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Indikator *Poitical branding* Wanseptember Situmorang

Indikator	Sub-indikator	Kategori
Identifikasi diri	Karakter	- Tegas
		- Peduli
		- Santun
		- Percaya diri
		- Ramah
Kemampuan		- Berintegritas
		- Perhatian dengan rakyat
		- Pencapaian masa lalu
Nilai		- Toleransi yang tinggi
		- Menonjolkan nilai kebudayaan
Produk politik	Gagasan	- Meningkatkan kesejahteraan rakyat
		- Melanjutkan pembangunan
		- Bekerja bersama rakyat
Positioning	Segmentasi Konstituen	- Petani
		- Nelayan
		- Kalangan anak muda

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini adalah, bahwa political branding Wanseptember Situmorang selama kampanye pemilihan Legislatif DPRD Dairi 2024 dapat dibentuk melalui identifikasi diri, produk politik dan positioning. Political branding juga dibentuk lebih spesifik dengan membangun hubungan kepada masyarakat

dengan merepresentasikan karakteristik, kemampuan dan nilai yang dimiliki. Gagasan yang memberikan harapan juga menjadi salah satu strategi yang digunakan. Ditambah dengan penampilan yang melekat pada diri Wanseptember Situmorang menggambarkan ulang seluruh political branding melalui pemaknaan pakaian tersebut. Sehingga dari penjabaran strategi tersebut Wanseptember Situmorang terlihat sebagai sosok yang tegas, peduli, santun, percaya diri, ramah dan berintegritas.

Brand Wanseptember Situmorang juga mengarah pada brand yang berbeda dengan aktor politik sebelumnya dengan membawa kesan yang berbeda dengan menggunakan cara yang berbeda. Toleransi yang tinggi dan menonjolkan nilai kebudayaan menjadikan Wanseptember Situmorang berhasil untuk mudah dikenali.

REFERENSI

- Abiding & Ageng (2019). Political Branding Ridwan Kamil Pada Masa Kampanye Pilgup Jawa Barat 2018 Melalui Twitter. *Jurnal Komunikasi Dan Media*.
- Anugerah, B., & Endiartia, J. J. (2018). Reorientasi Identitas Demokrasi Indonesia di Era Pasca Reformasi: Sebuah Ikhtiar Mewujudkan Daulat Rakyat. *Jurnal Lemhannas RI*, 6(2), 23-41.
- BPS Dairi 2023 <https://dairikab.bps.go.id/>
- Erlina, F. (2023). Dinamika Sistem Pemilu dan Demokratisasi Partai Politik di Indonesia Pasca Reformasi. *Kosmik Hukum*, 23(2), 200-220.
- Fahmi, K. (2010). Prinsip Kedaulatan Rakyat Dalam Penentuan Sistem Pemilihan Umum Anggota

- Legislatif. *Jurnal Konstitusi*, 7(3), 119-160.
- Hambali, M.A (2014) Pemilukada Pasca Reformasi di Indonesia. : RECHSTAAT
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Kontruksi. *Jurnal Teknik Sispil*.
- Hardjanto, U. S. (2019). Legitimasi Pemilihan Umum di Indonesia Tahun 2019. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(1), 106-112.
- Hariyanto, R. C. V. (2019). Kebijakan Legislatif Terbuka Dalam Ketentuan Ambang Batas Pencalonan Presiden (Studi Terhadap Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 59/Puu-Xv/2017). *Jurnal Ilmu Hukum: Alethea*, 3(1), 29-42.
- Harnawansyah, M. F. (2019). Dinamika Politik Daerah Dalam Pelaksanaan Sistem Pemilu Umum Legislatif Daerah. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(9), 50-67.
- Haroen, D. (2014). Personal Brandin. *Gramdia Pustaka Utama*.
- Husna, A. (2017). Analisis *Political Branding* Calon Kepala Daerah Dalam Pilkada Aceh 2017. *Jurnal Komunikasi Global*.
- Irawan, B.B (2016). Perkembangan Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Dinamika Masyarakat*.
- Jamil, A., & Hesti, S. (2019, August). New Political Party And Political Branding: Perindo For Prosperous Indonesia. In *First International Conference On Administration Science (Icas 2019)* (Pp. 449-453). Atlantis Press.
- Juditha, C. (2015). Political Marketing Dan Media Social (Study Political Capres RI 2014 Melalui Facebook). *Jurnal Komunikasi Dan Media*.
- KPU Dairi, 2023 <https://kab-dairi.kpu.go.id/>
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39
- Lutpiani, E. (2021). Implementasi Demokrasi Di Indonesia.
- Marland, A. (2013). *What Is Political Branding? Justin Trudeau And The Theory Of Political Branding*. *Jurnal International*.
- Marzuki, S. (2008). Peran Komisi Pemilihan Umum dan Pengawas Pemilu yang Demokratis. *Jurnal Hukum Quia Iustum*.
- Mitsikopoulou, B. (2008). Introduction: the branding of political entities as discursive practice. *Journal of Language and Politics*.
- Mubarok, R. (2016). Peranan Partai Politik Sebagai Pilar Demokrasi Pasca Reformasi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dan Dinamika Masyarakat*, 10(1).
- Muttaqin, P. M., & Fadhlain, S. (2020). Citra Politik Prabowo-Sandi Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 Di Akun Media Sosial Instagram. *Interak. J. Ilmu Komun*, 9(1), 40-50.
- Noor, J. (2011). Metodologi penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Octovina, R. A. (2018). Sistem Presidensial di Indonesia. *CosmoGov: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 247-251.
- Palenewen, J. D. O., & Yanur, M. (2022). Penerapan Sistem Pemilu Di Indonesia Pasca Reformasi. *Wacana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Interdisiplin*, 9(2), 502-520.

- Pich, C., & Newman, B. I. (2020). Evolution of political branding: Typologies, diverse settings and future research. *Journal of Political Marketing*, 19(1- 2), 3-14.
- Pratiwi, A.D. (2018). Sitem Pemilu Proporsional Daftar Terbuka Di Indonesia Melaahirkan Korupsi Politik. *Jurnal Trias Politika*.
- Putra, D.O., Sufa, A.S., & Ratnasari, E. (2022). Political Ganjar Pranowo Melalui Media Social Instagram @Ganjar_Pranowo. *Jurnal Ilmiah Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi*.
- Semiawan, C. R. (2010). Metode penelitian kualitatif. Grasindo.
- Solikhah, A. (2016). Statistik deskriptif dalam penelitian kualitatif. KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 10(2), 342-362.
- Suryawati, I. (2021). Political Branding Of Indonesian Governor In The Social Media. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 23-38.
- Tinambunan, H. S. R., & Prasetio, D. E. (2019). Rekonstruksi Konstitusi Dalam Regional Representative Dewan Perwakilan Daerah Terhadap Fungsi Legislatif. *Masalah-Masalah Hukum*, 48(3), 266-274.
- Wasesa, S.A. (2013). Political Branding Dan Public Relations. *Gramedia Pustaka Utama*.