

ABSTRACT

The rapidly evolving landscape of political campaign methods has fundamentally transformed political branding strategies, particularly in the digital age. R.A. Yashinta Sekarwangi Mega's campaign for the Regional Representative Council in Yogyakarta in February 2024 exemplifies this shift, as she harnesses the potential of electronic media, particularly TikTok, to craft a dynamic personal political brand. This qualitative content analysis study delves into her innovative personal political branding strategies as outlined by Mistikoplou (2008) while addressing gaps identified in prior research by Moudy and Winduwati (2023), which overlooked the political dimensions of TikTok branding. Through the official TikTok account @yashinta.istimewa, R.A Yashinta Sekarwangi Mega skillfully integrates visual elements, trending topics, and compelling narratives that resonate with potential first-time voters. By leveraging popular audio and eye-catching color schemes, her campaign effectively captivates and engages a younger audience, fostering trust and a positive image. R.A Yashinta Sekarwangi Mega's personal storytelling through TikTok illustrates the potential of social media platforms not only as tools for communication but as vital components of modern political branding strategies. In essence, her campaign exemplifies the transformative power of digital engagement in shaping political identities, ultimately reflecting the evolving relationship between politics and technology.

Key themes: Personal Political Brand, Political Branding Strategy, Political Brand Narrative, Political Campaign, TikTok.

ABSTRAK

Lanskap metode kampanye politik yang berkembang pesat telah secara fundamental mengubah strategi branding politik, terutama di era digital. Kampanye R.A. Yashinta Sekarwangi Mega untuk Dewan Perwakilan Daerah di Yogyakarta pada Februari 2024 merupakan contoh dari perubahan ini, di mana ia memanfaatkan potensi media elektronik, khususnya TikTok, untuk membangun citra politik pribadi yang dinamis. Studi analisis konten kualitatif ini menggali strategi inovatif branding politik pribadi yang diterapkan olehnya, sebagaimana diuraikan oleh Mistikoplou (2008), sekaligus menjawab kesenjangan yang diidentifikasi dalam penelitian sebelumnya oleh Moudy dan Winduwati (2023), yang mengabaikan dimensi politik dalam branding TikTok. Melalui akun resmi TikTok @yashinta.istimewa, R.A. Yashinta Sekarwangi Mega secara cermat mengintegrasikan elemen visual, topik trending, dan narasi menarik yang beresonansi dengan calon pemilih pemula. Dengan memanfaatkan audio populer dan skema warna yang mencolok, kampanyenya secara efektif menarik dan melibatkan audiens yang lebih muda, membangun kepercayaan dan citra positif. Penceritaan pribadi R.A. Yashinta Sekarwangi Mega melalui TikTok menggambarkan potensi platform media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai komponen penting dalam strategi branding politik modern. Pada intinya, kampanyenya mencontohkan kekuatan transformasional keterlibatan digital dalam membentuk identitas politik, yang pada akhirnya mencerminkan hubungan yang berkembang antara politik dan teknologi.

Tema utama: Brand Politik Pribadi, Strategi Branding Politik, Narasi Brand Politik, Kampanye Politik, TikTok.