

Analisis Strategi Sonic Branding dalam Kampanye Public Relations Partai Amanat Nasional di Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Popularitas Partai Menuju Tahun Pemilu 2024 (Studi Kasus Strategi Penggunaan Jingle PAN Pan Pan) = Analyzing Sonic Branding Strategies in the Public Relations Campaign of the Partai Amanat Nasional on TikTok Social Media to Increasing Party Popularity Toward the 2024 Election Year (A Case Study on the Use of PAN Pan Pan Jingle)

Fanny Puspa Mayangsari Syaferial, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535533&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menginvestigasi penerapan metode sonic branding dalam kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) melalui jingle "PAN PAN PAN terdePAN" dalam konteks kampanye di media sosial TikTok. Sonic branding merupakan strategi komunikasi yang memanfaatkan elemen suara untuk membangun kesadaran brand dan ikatan emosional dengan audiens. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis karakteristik jingle "PAN PAN PAN terdePAN" berdasarkan lima elemen jingle, yakni memorability, likability, meaningfulness, transferability, dan protectability sebagai strategi kampanye public relations. Hasil temuan menunjukkan bahwa jingle ini berhasil menciptakan pengalaman sonik yang mudah dikenali dan diingat dengan atmosfer positif. Berdasarkan hasil temuan jingle ini berhasil meningkatkan exposure Partai PAN secara signifikan. Namun, dalam konteks kampanye public relations masih perlu dilakukan analisis lebih dalam terkait dengan efek pada tahapan afektif dan konatif.

.....

This study examines the implementation of sonic branding in Partai Amanat Nasional (PAN) political campaigns through the "PAN PAN PAN terdePAN" jingle within Tiktok social media campaigns. Sonic branding is a communication strategy that employs sound elements to build brand awareness and emotional connection with the audiences. Using a qualitative approach, this study analyzes the characteristics of the "PAN PAN PAN terdePAN" jingle based on five elements: memorability, likability, meaningfulness, transferability, and protectability serving as a tool for implementing public relations campaigns. The findings indicate that the jingle effectively creates a memorable and recognizable sonic experience with a positive atmosphere. Based on the results, the jingle significantly increases the exposure of the PAN party. However, additional analysis is required concerning the impact on emotional and behavioral stages within the scope of public relations campaigns.