

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi kasus pada komunitas Young on Top Malang, yaitu mengenai persepsi pemilih pemula terhadap *political personal branding* Jokowi. Pemilih pemula yang dimaksud dalam hal ini adalah komunitas Young on Top Malang. Juga, tentang *political personal branding* yang menjadi pertimbangan komunitas Young on Top dalam menentukan pilihan presiden dan partai politiknya.

Daya tarik pemilu presiden 2014 terletak pada masa kampanye yang berlangsung. Suguhan beragam dari motto, jargon, janji politis para kandidat, profil, hingga *political personal branding* para kandidat dihadirkan. Siapapun dapat mengakses informasi profil kandidat baik dari televisi, radio, koran, internet serta jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*, termasuk anak muda dan para calon pemilih pemula yang baru pertama kali memilih presiden pilihannya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode *focus group discussion* dengan 6 orang peserta dari komunitas Young on Top Malang, yang mana dalam pemilu pilpers 2014 turut serta dalam memberikan suara.

Pola sosialisasi politik akan terbentuk melalui beberapa fase yaitu masa anak-anak, dewasa, hingga *net generation*. Keberadaan anak muda *net generation* memberikan kontribusi tersendiri terhadap nilai-nilai kebebasan bersuara yang ada dalam masyarakat. Anak muda dapat memperbincangkan calon kandidat pilihannya di jejaring sosial (teknologi *Web 2.0*) dunia *cyber*, maupun secara tatap muka berbicara di kafe, kampus, atau ruang publik lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi komunitas Young on Top Malang terhadap *political personal branding* Jokowi adalah sederhana, blusukan, kreatif dan identik dengan *background* pengusaha. Atribut yang dianggap melekat dengan sosok Jokowi adalah baju kotak-kotak dan kemeja putih yang dikenakan saat kampanye pilpers. Komunitas Young on Top Malang mempersepsi keberadaan Jokowi memberikan pengaruh positif terhadap minat memilih dalam pemilu presiden 2014 terutama bagi anak muda, dimana pada tahun sebelumnya apatis terhadap pemilu menjadi aktif di tahun 2014 untuk mengikuti perkembangan pemilu.

Political personal branding Jokowi menjadi salah satu pertimbangan komunitas Young on Top Malang dalam menentukan pilihan presiden dan partai politiknya. Dimana dalam pemilihan anggota dari komunitas Young on Top Malang banyak dipengaruhi pula oleh informasi yang diserap baik dari media massa, media internet, media sosial, *peer group* atau orang terdekat seperti keluarga dan teman, serta dipengaruhi pula oleh keberadaan otang tua.

Kata Kunci: komunitas, *political personal branding*, komunikasi politik