Indonesian Journal of Law and Justice Volume: 2, Number 2, 2024, *Page*: 1-10

Analisis Peran Verrell Bramasta Sebagai Public Figure Dalam Kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) Di Media Sosial TikTok

Marsya Zusrieka*, Chifra Zeila Pramesyanti*, Andzi Salwa Salsabila*, Firman*

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) melalui pemanfaatan Verrell Bramasta sebagai public figure di media sosial TikTok. Sebagai platform yang banyak diminati oleh generasi muda khususnya generasi Z, TikTok digunakan untuk membangun interaksi yang lebih personal dan menarik perhatian bagi generasi muda sebagai mayoritas dari pemilih pada pemilu 2024 ini. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menganalisis konten pada video kampanye Verrell Bramasta dan menggunakan tinjauan literatur dari jurnal serta artikel ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Verrell Bramasta secara efektif mampu meningkatkan daya tarik visual dan emosional pada konten kampanye, serta gaya komunikasinya yang santai dan dekat dengan generasi muda, khususnya generasi Z. Namun, terdapat pula tantangan dalam memastikan relevansi pesan politik bagi masyarakat luas. Strategi Partai Amanat Nasional (PAN) bersama Verrel Bramasta ini menyoroti pentingnya sinergi antara public figure dan partai politik dalam membangun citra yang inklusif di era digital ini.

Keywords: *Verrell Bramasta; Partai Amanat Nasional; Kampanye Politik; TikTok, Public Figure.*

DOI: https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i2.3397
*Correspondence: Chifra Zeila Pramesyanti
Email: 2310413178@mahasiswa.upnvj.ac.id

Received: 01-10-2024
Accepted: 19-11-2024
Published: 10-12-2024

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *This research aims to analyze the campaign strategy of the National Mandate Party (PAN) through the use of Verrell Bramasta as a public figure on TikTok social media. As a platform that is much in demand by the younger generation, especially generation Z, TikTok is used to build more personal interactions and attract the attention of the younger generation as the majority of voters in the 2024 election. The research method used is qualitative by analyzing the content of Verrell Bramasta's campaign videos and using literature reviews from journals and scientific articles. The research results show that the effective use of Verrel Bramasta is able to increase the visual and emotional appeal of campaign content, as well as his communication style is relaxed and close to the younger generation, especially generation Z. However, there are also challenges in ensuring the relevance of political messages to the wider community. The National Mandate Party (PAN) strategy with Verrell Bramasta highlights the importance of synergy between public figures and political parties in building an inclusive image in this digital era.*

Keywords: *Verrell Bramasta; National Mandate Party; Political Campaign; TikTok, Public Figure.*

Pendahuluan

Di era digital yang semakin populer, media sosial telah menjadi salah satu platform yang paling berpengaruh untuk menyebarkan informasi dan menjadi wadah diskusi publik bagi masyarakat khususnya pada era pemilu 2024 ini. Verrell Bramasta sebagai public figure berperan penting dalam menarik minat generasi muda yang mewakili kelompok calon pemilih terbesar di Indonesia. Masuknya Verrell ke Partai Amanat Nasional (PAN) bukan sekedar strategi pemasaran politik, tetapi juga merupakan langkah penting dalam mengakhiri stigmatisasi negatif terhadap politik (*Fitriana, S. N, 2023*). Menurut Tempo.co, selain terinspirasi dari orang tuanya yakni Venna Melinda, Verrell memandang politik sebagai cara untuk berkontribusi kepada masyarakat secara keseluruhan, bukan sekedar forum kekuasaan yang penuh perdebatan (*Ridhwan, N., & Wibowo, E. A, 2023*). Hal ini mendorong Verrell untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan politik agar generasi muda mempunyai pandangan yang lebih positif terhadap dunia politik. Dalam strategi kampanye nya, Verrell memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok yang banyak digemari generasi muda. Dengan akun pribadinya yang memiliki banyak pengikut di sosial media, memungkinkan Verrel mengkomunikasikan secara langsung visi dan misi partai, sehingga menciptakan ruang pertukaran antara Verrell dan pendukungnya (*Sekar. A, 2024*). Menurut Kompasiana, cara ini memberi peluang bagi PAN untuk menjangkau pemilih muda dengan cara yang lebih modern dan inovatif dibandingkan cara kampanye tradisional. Orisinalitas kontennya tidak hanya membangkitkan minat, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat akan niat baiknya di bidang politik.

Verrell yang sudah terkenal dan memiliki banyak penggemar atau fans memanfaatkan popularitasnya sebagai keuntungan untuk menarik perhatian generasi muda khususnya Generasi Z (*Sekar. A, 2024*). Generasi Z cenderung bersikap apatis terhadap politik. Sehingga, strategi media sosial sangat penting untuk menarik perhatian mereka. Dengan kehadiran Verrell sebagai aktor politik muda menjadi motif utama PAN agar mendorong keterlibatan politik di kalangan anak muda. Sebagai calon anggota DPRD daerah Jawa Barat VII, Verrell tak henti-hentinya menyoroti pentingnya partisipasi pemuda dalam proses demokrasi. Menurut Verrell, dalam wawancaranya dengan Tempo.co, keputusannya terjun ke dunia politik karena keinginannya untuk berkontribusi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat (*Ridhwan, N., & Wibowo, E. A, 2023*). Melalui pendekatan yang lebih informal dengan melalui media sosial, ia ingin mengubah persepsi masyarakat bahwa politik tidak selalu kaku atau diperuntukkan bagi kelompok tertentu.

Salah satu strategi utamanya adalah mendorong interaksi langsung dengan masyarakat melalui kampanye media sosial. Verrell sering kali memperlihatkan aktivitas kampanyenya, seperti mengikuti kampanye besar-besaran yang menggunakan transportasi umum. Verrell memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk mempererat hubungan emosional dengan masyarakat melalui pengalaman langsung seperti angkutan umum dan ojek (*Saputra. A, 2024*). Strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas PAN di kalangan pemilih muda, tetapi juga membantu mengubah persepsi masyarakat mengenai pentingnya partisipasi aktif dalam politik (*Sekar. A, 2024*). Tindakan Verrell ini menunjukkan pentingnya partai politik beradaptasi dengan era digital. Pemilih muda dapat dijangkau dengan cara yang lebih personal dan mendalam

melalui konten kreatif di TikTok. Penelitian ini memfokuskan pentingnya tokoh strategis seperti Verrell Bramasta dalam konteks pemasaran politik, terutama di era digital yang dimana opini publik sangat berpengaruh.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang memungkinkan peneliti untuk menggali makna dan pemahaman mendalam dari fenomena penggunaan TikTok dalam kampanye politik. Pendekatan ini tepat digunakan untuk menangkap dinamika sosial dan komunikasi yang tidak dapat diukur hanya dengan data kuantitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif dan eksploratif, bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Tiktok digunakan dalam kampanye politik dan mengeksplorasi berbagai strategi yang digunakan oleh aktor politik di platform tersebut. Teknik pengumpulan data melalui kajian literatur seperti jurnal, artikel, dan website berita, serta video-video kampanye politik yang diunggah di TikTok oleh partai politik atau kandidat selama periode kampanye.

Konten yang dianalisis akan mencakup teks, visual, serta audio yang digunakan untuk menarik perhatian audiens. Fokus analisis akan mencakup tema, gaya komunikasi, serta strategi yang digunakan untuk membangun citra atau mendekatkan kandidat dengan pemilih muda. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola komunikasi dan strategi yang diterapkan untuk menarik pemilih muda. Meskipun TikTok melarang iklan politik berbayar, tetap memungkinkan konten politik yang sesuai dengan panduan komunitas, menjadikannya alat efektif bagi politisi dalam membangun citra dan berinteraksi dengan pemilih *(Lestari, V.D., Kumalasari, A., & Kasiami, S., 2024).*

Hasil dan Pembahasan

Peran Verrell Bramasta Sebagai Public Figure Dalam Kampanye

Dalam era digital, public figure memiliki peran strategis dalam kampanye politik maupun pemasaran. Verrell Bramasta, sebagai salah satu figur publik populer di Indonesia, telah menunjukkan perannya dalam berbagai kegiatan kampanye. Sebagai seorang aktor dan selebriti yang memiliki basis penggemar yang besar, Verrell Bramasta sering dianggap memiliki daya tarik emosional terhadap audiensnya. Dengan citranya yang positif, ia mampu menjadi medium untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pesan kampanye yang ia bawa, baik itu untuk produk, layanan, maupun tokoh politik tertentu. Verrell Bramasta, dengan citranya yang positif di industri hiburan, mampu menjadi representasi pesan yang lebih dapat dipercaya. Menurut *Katz, E., & Lazarsfeld, P. F., 1995* dalam *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications,* individu yang memiliki status sosial tinggi cenderung lebih dipercaya sebagai penghubung informasi oleh khalayak. Verrell Bramasta memiliki lebih dari 27 juta pengikut di Instagram (*Dolphin Radar, 2024*), dan 9,7 juta pengikut di TikTok menjadikannya sebagai public figure yang sangat berpengaruh dalam kampanye.

Figure 1. Profil Instagram Verrell Bramasta

Sumber: https://www.instagram.com/bramastavrl?igsh=MWc5eXg0NzFibHVv

Figure 2. Profil TikTok Verrell Bramasta

Sumber: https://www.tiktok.com/@bramastaverrell?_t=8ryhHzeQXFS&_r=1

Dengan jangkauan luas ini, ia mampu menarik perhatian massa lebih cepat dibandingkan media tradisional. Media sosial telah mengubah cara kampanye dilakukan, dari yang berbasis media tradisional menjadi lebih personal dan interaktif. Melalui postingan dan video, Verrell dapat menyebarkan pesan kampanye secara efektif, menciptakan keterlibatan yang tinggi dengan audiensnya. Konten yang dibuat oleh Verrell cenderung menarik minat dan keterlibatan audiens, seperti melalui komentar, likes, atau share. Interaksi ini penting untuk menciptakan efek bola salju (snowball effect), interaksi yang tinggi di media sosial memungkinkan Verrell untuk menciptakan koneksi yang lebih dekat dengan audiens.

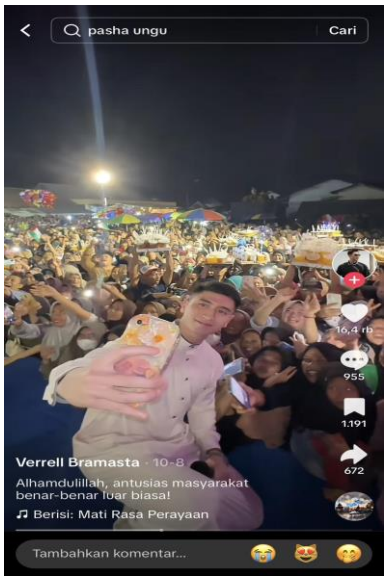

Figure 3. Kampanye Verrell Bramasta yang menciptakan keterlibatan yang tinggi dengan audiensnya

Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSjtW8qot/

Studi oleh *Schouten et al. (2019)* menunjukkan bahwa hubungan emosional dengan influencer mendorong keterlibatan audiens, baik dalam bentuk komentar, likes, maupun berbagi konten. Verrell Bramasta, sebagai public figure dan anggota DPR dari Partai Amanat Nasional (PAN), memiliki potensi besar untuk membentuk opini publik. Ia berkomitmen untuk mengubah stigma negatif tentang politik dan mendorong generasi muda terlibat aktif (*Fitriana, S. N. 2023*). Verrell juga sering merepresentasikan gaya hidup modern dan aspiratif yang diinginkan oleh banyak pengikutnya. Sebagai seorang public figure, Verrell sering merepresentasikan gaya hidup modern yang menjadi inspirasi banyak anak muda. Hal ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh *Djafarova & Rushworth (2017)*, yang menyatakan bahwa audiens muda cenderung lebih terinspirasi oleh gaya hidup selebriti di media sosial, terutama dalam aspek konsumsi dan preferensi. Dalam kampanye, ia dapat mengemas pesan menjadi lebih relevan dengan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh generasi muda, seperti kreativitas, keadilan, atau keberlanjutan.

Namun terdapat tantangan sebagai public figure kampanye seperti keaslian (authenticity) publik dapat skeptis jika pesan yang disampaikan terlihat terlalu komersial atau tidak sesuai dengan citra pribadi Verrell. Studi dari *Audrezet et al. (2020)* menunjukkan bahwa audiens mulai menyadari perbedaan antara konten asli dan konten berbayar, yang bisa memengaruhi persepsi terhadap influencer. Dan polarisasi dalam konteks kampanye politik, dapat memicu reaksi negatif dari audiens yang memiliki pandangan berbeda, yang berisiko pada reputasi public figure dan influencer itu sendiri (*Abidin, C. 2020*). Sebagai influencer, Verrell Bramasta memiliki potensi besar untuk menjadi katalis perubahan, baik dalam kampanye politik, sosial, maupun komersial. Dengan kredibilitas dan daya tariknya, ia mampu memperkuat pesan kampanye, meningkatkan kesadaran publik, dan

memengaruhi keputusan audiensnya. Namun, keberhasilan peran ini tetap tergantung pada bagaimana ia menjaga integritas dan relevansi dengan audiens yang ia sasar.

Strategi Kampanye Pan Di Tiktok Bersama Verrell Bramasta

Verrell Bramasta menjadi salah satu selebriti muda yang bergabung dengan Partai Amanat Nasional (PAN) *(Budi, M. 2023)*, dan memanfaatkan platform TikTok untuk meningkatkan visibilitas partai. Sebagai influencer dengan jutaan pengikut, terutama dari kalangan generasi muda. Strategi PAN di TikTok melalui Verrell melibatkan pembuatan konten-konten yang ringan, menghibur, namun tetap menyisipkan pesan-pesan politik. Misalnya, Verrell bisa mengikuti tren TikTok populer seperti tantangan (challenges) sambil menyampaikan visi dan misi partai secara tidak langsung. Dengan pendekatan ini, PAN berhasil memposisikan pesan politik mereka dalam format yang lebih menarik bagi generasi muda yang lebih tertarik pada konten kreatif dan interaktif. Misalnya, melalui narasi storytelling dalam video pendek atau dialog informal yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens.

Selain itu, penggunaan bahasa santai dan informal oleh Verrell di platform ini membuat kampanye PAN terasa lebih relevan dan dekat dengan generasi Z dan milenial. Hal ini mencerminkan kesadaran PAN akan perbedaan preferensi komunikasi antara generasi yang lebih tua dan generasi muda. Pendekatan ini efektif karena TikTok dikenal dengan budaya dinamis yang menuntut konten yang ringan, namun interaktif. Verrell juga mengajak pengguna untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan interaktif di TikTok, seperti menjawab pertanyaan terkait politik atau mengikuti challenge, yang tidak hanya meningkatkan interaksi tetapi juga menguatkan hubungan PAN dengan pemilih muda potensial. Verrell menghadirkan konten yang menjawab pertanyaan-pertanyaan ringan terkait politik atau PAN, sehingga audiens merasa lebih terlibat dan mendapatkan informasi dengan cara yang menarik. Keputusan PAN untuk menggunakan Verrell sebagai wajah kampanye di media sosial mencerminkan kesadaran partai akan pentingnya mengadaptasi strategi politik mereka ke media sosial yang banyak digunakan oleh generasi muda, seperti TikTok. Walaupun masih muda, Verrell sepertinya siap mengambil tantangan baru untuk memberi kontribusi lebih besar bagi masyarakat sebagai anggota DPR RI *(Ningsih, D.L. 2024).*

Verrell memanfaatkan algoritma TikTok dengan menciptakan konten yang relevan dan menarik, terutama isu sosial yang sedang tren. Algoritma TikTok mendorong konten viral dengan menyesuaikan video yang muncul di halaman "For You" (FYP) berdasarkan interaksi pengguna dan relevansi konten *(Nadhif Aldenaf, 2024).* Dengan menggunakan hashtag populer dan mengikuti tren terkini, peluang konten Verrell untuk menjangkau audiens yang lebih luas meningkat secara signifikan. Interaksi aktif dengan pengguna lain juga berperan penting dalam meningkatkan visibilitas video. Verrell Bramasta, sebagai selebriti muda, diangkat menjadi wajah modern dan dinamis Partai Amanat Nasional (PAN). Dengan popularitasnya, ia diharapkan dapat menarik perhatian pemilih pemula dan milenial, yang merupakan pengguna aktif TikTok. Verrell baru-baru ini terpilih sebagai

anggota DPR termuda dari PAN, mewakili Jawa Barat VII dengan 94.810 suara *(Ibrahim Hasan, 2024)*. PAN percaya bahwa kehadiran artis seperti Verrell tidak hanya meningkatkan daya tarik partai tetapi juga dapat mempengaruhi elektabilitas melalui pengaruh dan popularitas mereka.

Respon Publik Terhadap Konten Kampanye Verrel Bramasta

Kampanye Verrell Bramasta pada pemilu 2024 menuai beragam reaksi, mencerminkan bagaimana dinamika politik Indonesia yang terus berubah. Sebagai public figure, Verrell memanfaatkan popularitasnya untuk menarik perhatian generasi milenial dan generasi Z, yang dimana kini menjadi mayoritas penduduk Indonesia. Verrell menyatakan bahwa ia ingin membawa isu-isu krusial bagi kamu muda, seperti pendidikan, teknologi, dan pemberdayaan ekonomi digital kedalam bidang politik. Sebagian masyarakat meresponnya dengan mendukung inisiatif ini karena dianggap sebagai bentuk inovasi politik. Namun, ada pula beberapa kalangan yang memandang skeptis, mengingat minimnya pengalaman Verrell dalam urusan pemerintahan dan legislasi (*Supriyanto, 2024*).

Kampanye Verrell di daerah pilihannya yakni Dapil Jabar 7, berhasil menarik minat yang besar, dengan ribuan pendukung yang melakukan mobilisasi bahkan saat hujan lebat. Hal ini menunjukkan kemampuan Verrell dalam memobilisasi massa, sesuatu yang sering gagal dilakukan oleh politisi tradisional. Jumlah penonton tersebut tidak hanya mencerminkan daya tariknya sebagai selebriti, tetapi juga kepercayaan masyarakat terhadap potensi dirinya sebagai calon legislatif. Berdasarkan laporan Tempo.co, mayoritas pendukung yang hadir adalah kaum muda yang dipengaruhi oleh narasi politik Verrell dalam media sosial yang mengedepankan aspirasi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kampanye berbasis popularitas dan komunikasi dalam media sosial khususnya TikTok efektif dan dapat memberikan keuntungan yang berharga (*Warsono, A., & Trianita, L, 2024*).

Di media sosial seperti TikTok, respon masyarakat terhadap kampanye Verrell sangat beragam. Banyak pengguna muda yang memuji langkah Verrell sebagai representasi politik modern dan melihatnya sebagai simbol perubahan generasi. Mereka melihat kehadiran Verrell di kancah politik sebagai upaya menjembatani kesenjangan antara generasi muda dan politik tradisional. Namun, sejumlah masyarakat skeptis menganggap keterlibatan Verrell tidak lebih dari strategi pemasaran politik yang bertujuan untuk mencari suara tanpa memberikan substansi politik yang jelas. Perbedaan pendapat ini menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi ruang utama dalam pembentukkan opini publik, khususnya di kalangan pemilih muda (*Supriyanto, 2024*).

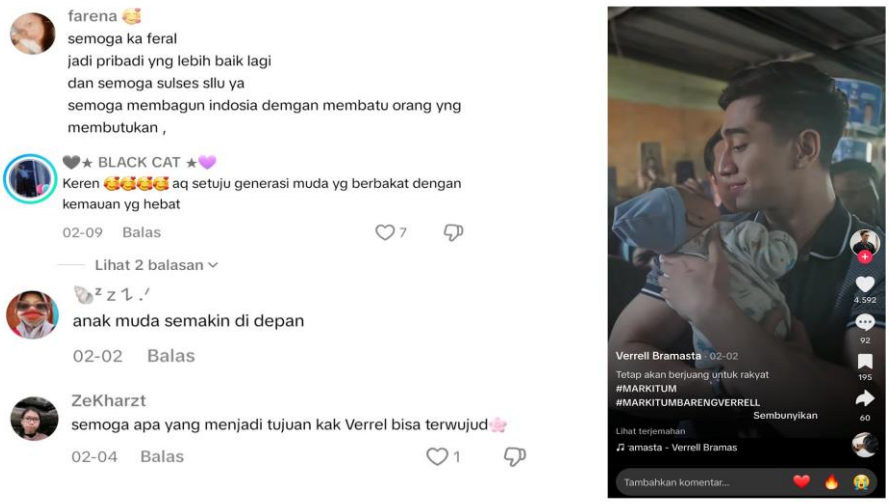

Figure 4. Cuplikan beberapa foto saat kampanye Verrell Bramasta

Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSjvWnBWp/

Keterlibatan public figure dalam politik, seperti yang dilakukan Verrell, menjadi sorotan penting di Indonesia. Hal ini menunjukkan semakin terbukanya dunia politik terhadap tokoh masyarakat di luar ranah politik tradisional. Hal ini menunjukkan adanya evolusi dalam persepsi individu terhadap politik, khususnya bagi generasi muda. Politik tidak lagi hanya diperuntukkan bagi para elit, namun sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka sehari-hari. Dalam situasi ini, kampanye Verrell dapat dilihat sebagai simbol perubahan budaya politik di Indonesia, dimana popularitas, gaya komunikasi, dan kehadiran di jejaring sosial menjadi elemen penting untuk menarik perhatian pemilih (*Warsono, A., Trianita, L, 2024*).

Kesimpulan

Verrel Bramasta memainkan peran penting dalam kampanye politik di era digital bersama PAN, dengan menunjukkan bagaimana tokoh masyarakat dapat menjadi kekuatan perubahan dengan menarik generasi muda ke dunia politik. Sebagai public figure dengan jutaan pengikut di media sosial, Verrell memanfaatkan platform seperti TikTok untuk mengkomunikasikan visi dan misi politiknya secara inovatif dan interaktif. Penerapan strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas Partai Amanat Nasional (PAN) di kalangan generasi muda, namun juga membangun kepercayaan diri dan mendorong mereka untuk terlibat aktif dalam demokrasi. Verrell menunjukkan bagaimana partai politik beradaptasi dengan era digital dengan menerapkan kampanye yang lebih personal dan relevan bagi generasi muda.

Reaksi masyarakat terhadap janji Verrell menggambarkan dinamika politik yang terus berlanjut di Indonesia. Ada beberapa yang skeptis dengan pengalaman dan konten politiknya, namun generasi muda lainnya juga menyambut baik inovasi politik yang dibawanya, khususnya terkait isu pendidikan dan ekonomi digital. Media sosial, khususnya TikTok, telah menunjukkan pentingnya pengaruh opini publik, dan penerimaan

yang lebih besar terhadap narasi politik kontemporer. Kampanye Verrell merupakan bukti budaya politik Indonesia yang terus berkembang, dimana popularitas, cara komunikasi informal, dan interaksi digital memainkan peran penting dalam menarik pemilih, khususnya generasi muda.

Referensi

Abidin, C. (2020). "Politics, influencers, and digital culture in Southeast Asia". Media International Australia, 177(1), 97-111.

Audrezet, A., De Kerviler, G., & Moulard, J. G. (2020). Authenticity under Threat: When Social Media Influencers Need to Go beyond Self-Presentation. Journal of Business Research, 117, 557-569.

Bramastavrl follower tracker: Growth insights. (2024, July 26). Your Ultimate Instagram Activity Tracker | DolphinRadar. https://blog.dolphinradar.com/instagram-tracking-blog/20164/bramastavrl-follower-tracker-growth-insights

Budi, M. (2023, February 9). Berjaket Biru, Artis verrel Bramasta Resmi Gabung PAN. detiknews. https://news.detik.com/pemilu/d-6560100/berjaket-biru-artis-verrel-bramasta-resmi-gabung-pan

Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). "Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users". Computers in Human Behavior, 68, 1-7.

Fitriana, S. N. (2023, October 28). Gabung Pan, Verrell Bramasta Ingin ubah stigma negatif Soal Politik. detiknews. https://news.detik.com/pemilu/d-7006884/gabung-pan-verrell-bramasta-ingin-ubah-stigma-negatif-soal-politik

Ibrahim Hasan. (2024, October 1). 23 Potret Artis Dilantik Jadi DPR 2024-2029, paling Muda Verrell Bramasta. liputan6.com. https://www.liputan6.com/hot/read/5716719/23-potret-artis-dilantik-jadi-dpr-2024-2029-paling-muda-verrell-bramasta

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications.

Lestari, V. D., Kumalasari, A., & Kasiami, S. (2024). Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Pemilu 2024: Perspektif Pengguna Tiktok. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, *6*(1), 30-37. https://doi.org/10.33366/jkn.v6i1.442

Nadhif Aldenaf. (2024, September 4). Menguasai Algoritma TikTok untuk Bisnis: Awareness Dan engagement. MBTI Telkom University. https://bms.telkomuniversity.ac.id/menguasai-algoritma-tiktok-untuk-bisnis-meningkatkan-awareness-dan-engagement/

Ningsih, D. L. (2024, September 11). Rayakan Hari Ulang Tahun, Verrell Bramasta Dapat Dukungan Penuh Dari Keluarga soal Kariernya.

https://www.viva.co.id/showbiz/gosip/1751114-rayakan-hari-ulang-tahun-verrell-bramasta-dapat-dukungan-penuh-dari-keluarga-soal-kariernya

Ridhwan, N., & Wibowo, E. A. (2023, February 13). 3 Alasan Verrell Bramasta merapat ke pan: Ingin Bantu Masyarakat hingga Terinspirasi Orang Tua. Tempo. https://www.tempo.co/politik/3-alasan-verrell-bramasta-merapat-ke-pan-ingin-bantu-masyarakat-hingga-terinspirasi-orang-tua-219622

Saputra, A. (2024, February 9). Verrell Bramasta Cerita pengalaman Seru Kampanye akbar Pan di Gbla, Dari Naik Angkot hingga ojek. liputan6.com. https://www.liputan6.com/showbiz/read/5524633/verrell-bramasta-cerita-pengalaman-seru-kampanye-akbar-pan-di-gbla-dari-naik-angkot-hingga-ojek

Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2019). "Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and Product-Endorser fit". International Journal of Advertising, 39(2), 258-281.

Sekar, A. (2024, April 2). Pemasaran politik yang Dilakukan Verrell Bramasta. KOMPASIANA. https://www.kompasiana.com/alyasekar7607/660af57cc57afb7c691023f2/pemasaran-politik-yang-dilakukan-verrel-bramasta

Supriyanto. (2024, February 10). Pesan Verrel Bramasta Usai menjalankan kampanye untuk Pemilu 2024. Tabloidbintang.com. https://www.tabloidbintang.com/berita/193129-pesan-verrel-bramasta-usai-menjalankan-kampanye-untuk-pemilu-2024

Warsono, A., & Trianita, L. (2024, January 9). Ribuan Warga Hujan-Hujanan hadiri kampanye artis Caleg Verrell Bramasta di Bekasi. Tempo. https://www.tempo.co/arsip/ribuan-warga-hujan-hujanan-hadiri-kampanye-artis-caleg-verrell-bramasta-di-bekasi-100019