

STRATEGI POLITICAL BRANDING KANDIDAT CALON KEPALA DAERAH

**(Studi Kasus Muhammad Irwansyah Rebuin sebagai Calon Wakil Gubernur
Sumatera Selatan Periode 2018-2023)**

Tresna Yulianti

1407212

ABSTRAK

Political Branding menjadi penting untuk dilakukan oleh kandidat sebagai bentuk pembeda dibandingkan kandidat lain. Sehingga harapannya kandidat memiliki ciri khas sehingga mudah dikenali oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana political branding kandidat calon kepala daerah melalui aspek retorika, penampilan, dan kepribadian. Subjek utama pada penelitian ini adalah Calon Wakil Gubernur Sumatera Selatan Periode 2018-2023 Muhammad Irwansyah Rebuin. Sementara untuk informan tambahan dalam penelitian ini yaitu ketua tim pemenang, konsultan kandidat, senior elit partai pengusung, dan pakar komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian adalah wawancara, observasi partisipan, studi dokumentasi, dan studi literatur. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode analisis Milles-Huberman. Hasil dari penelitian menunjukkan secara keseluruhan kandidat telah melakukan proses political branding pada aspek retorika, penampilan, dan kepribadian dengan cukup baik, meski masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaannya yang memerlukan perbaikan dan terobosan baru. Dalam merumuskan political branding kandidat itu sendiri ada keterlibatan tim mulai dari partai pengusung, ketua tim pemenang, konsultan kandidat, dan elit partai pengusung, walaupun pada akhirnya keputusan political branding yang ingin ditonjolkan pada publik berada di tangan kandidat itu sendiri. Isu putera daerah dan kandidat termuda menjadi strategi utama pada kandidat untuk political branding yang ingin dibentuk.

***Kata Kunci : Political Branding, Kandidat, Calon Kepala Daerah**

STRATEGI POLITICAL BRANDING KANDIDAT CALON KEPALA DAERAH

**(Studi Kasus Muhammad Irwansyah Rebuin sebagai Calon Wakil Gubernur
Sumatera Selatan Periode 2018-2023)**

Tresna Yulianti

1407212

ABSTRACT

Political Branding becomes important to be done by candidates as a differentiator than other candidates. So hope candidate has characteristic so easily recognizable by society. This study aims to see how political branding candidates for regional head candidates through aspects of rhetoric, appearance, and personality. The main subject of this research is the Vice Governor Candidate of South Sumatera Period 2018-2023 Muhammad Irwansyah Rebuin. As for additional informants in this study that is the leader of the winning team, candidate consultant, senior elite party bearer, and political communication expert. This research uses qualitative approach with case study strategy. Data collection methods used for the study were interview, participant observation, documentation study, and literature study. The data collected were analyzed using Milles-Huberman analysis method. The result of the research shows that the overall candidate has done the political branding process on the aspect of rhetoric, appearance, and personality quite well, although there are still deficiencies in the implementation that require improvement and new breakthrough. In formulating the political branding of the candidate itself there is the involvement of the team from the staging party, the leader of the winning team, the candidate consultant, and the elite of the party, although in the end the political branding decisions that want to be publicized are in the hands of the candidate itself. The issue of the local son and the youngest candidate became the main strategy of the candidate for political branding to be formed.

*** Keywords: Political Branding, Candidates, Prospective Head of Region**