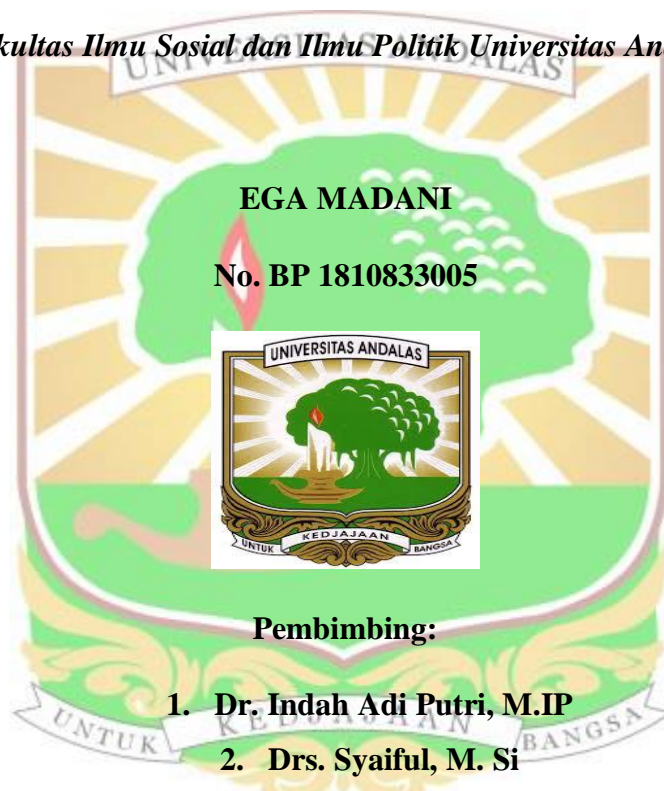


**PERSONAL BRANDING DONNA SEBAGAI PEREMPUAN  
LEGISLATIF DI KABUPATEN TANAH DATAR**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Politik Pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas*



**DEPARTEMEN ILMU POLITIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2022**

## ABSTRAK

Keterwakilan politik perempuan di parlemen masih menjadi persoalan yang cukup serius, tidak terkecuali yang terjadi pada pemilu legislatif pada tahun 2019 di Kabupaten Tanah Datar dengan tingkat keterwakilan perempuan hanya 3 orang saja dari 35 anggota legislatif terpilih. Dalam upaya meningkatkan keterwakilan perempuan di parlemen, dibutuhkan sebuah strategi komunikasi untuk meyakinkan masyarakat bahwa perempuan mampu dalam berpolitik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsistensi Donna sebagai legislatif perempuan terpilih dalam membangun strategi *personal branding* baik pada masa kampanye maupun setelah terpilihnya Donna sebagai legislatif perempuan pada Pemilihan Umum Legislatif di Kabupaten Tanah Datar Tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian adalah studi kasus dengan menggunakan teori *personal branding* dari McNally dan Speak (2011:51). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* Donna terlihat dari kompetensi individunya yang menonjolkan berbagai kemampuannya dan daya tarik individunya melalui berbagai media kampanye sehingga masyarakat kembali memilih Donna pada saat pemilu legislatif 2019 di Kabupaten Tanah Datar. *Personal branding* utama yang dibangun Donna yaitu kompetensi dan kemampuan Donna sebagai legislator perempuan yang didukung dengan kemampuan Donna dalam berkomunikasi dengan masyarakat dan kontribusinya terhadap masyarakat dan kepada partai, kepribadian yang disenangi oleh masyarakat pemilihnya, serta Donna memiliki ciri khas dengan gaya berpakaian yang *trendy*.

**Kata Kunci:** Keterwakilan Perempuan, Personal Branding, Komunikasi Politik



## ABSTRACT

Women's political representation in parliament is still a serious problem, including what happened in the 2019 legislative election in Tanah Datar Regency, where the level of representation of women was only 3 out of 35 elected legislators. In an effort to increase women's representation, political communication skills are needed to convince the public that women are capable of politics. Personal branding as a political communication strategy can be used by women to give a strong impression to society that women are capable of carrying out their roles in political life, including becoming members of parliament. This study aims to analyze Donna's consistency as an elected women legislator in building a personal branding strategy both during the campaign period and after Donna's election as a woman legislator in the 2019 Legislative Elections in Tanah Datar District 2019. This study uses a qualitative approach with the type of research is a case study using personal branding theory from McNally and Speak (2011:51). The results of this study indicate that Donna's personal branding can be seen from her individual competence which highlights her various abilities and individual attractiveness through various media campaigns so that people choose Donna again during the 2019 legislative elections in Tanah Datar Regency. The main personal branding that Donna built was Donna's competence and ability as a female legislator supported by Donna's ability to communicate with the community and her contribution to society and to the party, a personality favored by the electorate, and Donna has a characteristic with a trendy dress style.

**Keywords:** Women's Representation, Personal Branding, Political Communication.

