

PERSONAL BRANDING (CITRA DIRI) CERINT IRALLOZA
DALAM PEMILIHAN DPD RI TAHUN 2024 DI SUMATERA
BARAT
SKRIPSI

*Diajukan untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Andalas*

Oleh:

FEBBY

NIM.2010831010



Dosen Pembimbing

- 1. Dewi Anggraini, S.IP, M.Si**
- 2. Sadri, S.IP, M.Soc.Sc**

DEPARTEMEN ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

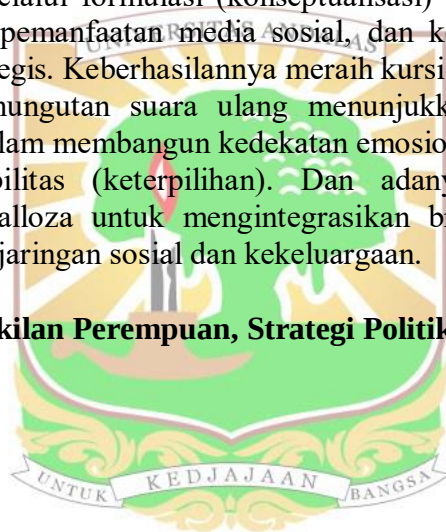
PADANG

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis *personal branding* (citra diri) yang digunakan oleh perempuan muda Cerint Iralloza dalam pemilihan legislatif DPD RI 2024 di Sumatera Barat. Keterwakilan perempuan di parlemen masih menjadi isu penting, termasuk pada Pemilu Legislatif 2024 di Sumatera Barat. Tingkat keterpilihan perempuan di DPD RI sangat rendah, terlihat hanya satu legislator perempuan muda yang berhasil lolos, yaitu Cerint Iralloza Tasya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis branding yang dibangun Cerint Iralloza melalui *personal branding* (citra diri) pada tahap proses Pemilu dalam masa kampanye hingga sampai terpilih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini mengacu pada teori strategi politik Peter Schrooder untuk mengkaji bagaimana *personal branding* (citra diri) menjadi faktor penentu kesuksesan politik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cerint Iralloza secara konsisten membangun citra diri yang kuat melalui formulasi (konseptualisasi) visi misi yang menarik, identitas visual khas, pemanfaatan media sosial, dan keterlibatan aktif dengan kelompok sasaran strategis. Keberhasilannya meraih kursi DPD RI, bahkan setelah melalui dua kali pemungutan suara ulang menunjukkan efektifitas *personal branding* (citra diri) dalam membangun kedekatan emosional dengan pemilih serta meningkatkan elektabilitas (keterpilihan). Dan adanya juga temuan yang kemampuan Cerint Iralloza untuk mengintegrasikan branding pribadi dengan strategi politik berbasis jaringan sosial dan kekeluargaan.

Kata Kunci: Keterwakilan Perempuan, Strategi Politik, *Personal Branding*.



ABSTRACT

His study aims to describe and analyze the personal branding strategy employed by a young female candidate, Cerint Iralloza during the 2024 Regional Representative Council (DPD RI) legislative election in West Sumatra. Women's representation in parliament remains a critical female candidates in the DPD RI is evident, with only one young woman successfully elected Cerint Iralloza Tasya. The study focuses on describing and analyzing the branding strategy built by Cerint Iralloza through personal branding during the electoral process, from the campaign period to her eventual victory. Using a qualitative approach with a case study method, the research is guided by Peter Schrooder's theory of political strategy to examine how personal branding can serve as a decisive factor in political success. The findings reveal that Cerint Iralloza consistently constructed a strong personal image through compelling vision and mission statements, a distinctive visual identity, strategic use of social media and active engagement with key target groups. Her success in securing a DPD RI seat even after undergoing two rounds of re voting demonstrates the effectiveness of personal branding in fostering emotional closeness with voters and enhancing electability. The study also finds that her ability to integrate personal branding with a political strategy rooted in social and familial networks played a crucial role in her success.

Keywords: Women's Representation, Political Strategy, Personal Branding.

