BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis *personal branding* (citra diri) dibangun dan diterapkan oleh Cerint Iralloza dalam kontestasi Pemilu DPD RI 2024 di Sumatera Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* (citra diri) menjadi fondasi utama Perempuan yang aktif, merakyat, dan konsisten dalam menyuarakan isu sosial, khususnya di bidang kesehatan. Citra diri tersebut dikonstruksi melalui simbol yang kuat, aksi sosial nyata serta keterlibatan langsung ditengah masyarakat dan tetap dipertahankan bahkan setelah ia terpilih sebagai legislator. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya ingat pemilih, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap kapasitas dan integritas dirinya. Dalam pembentukan *personal branding* (citra diri) dengan konsep strategi yang mengacu pada teori Peter Schrooder mencakup empat indikator utama: perumusan misi, pembangunan citra diri yang autentik, penentuan kelompok target, dan pemanfatan instrument kunci. Cerint Iralloza menunjukkan kematangan dalam menerapkan keempat indikator ini secara terpadu.

Lebih lanjut temuan dari penelitian ini adalah munculnya faktor pendukung baru yang turut memperkuat *personal branding* (citra diri) Cerint Iralloza yaitu privillage dan dukungan kuat dari keluarga. Secara keterlibatan ayahnya yang mantan anggota DPRD Pesisir Selatan tidak hanya berfungsi sebagai dukungan moral, tetapi juga sebagai instrument politik yang memfasilitas akses terhadap

basis pemilih lokal, terutama masyarakat Suku Malayu. Keluarga cerint Iralloza menjadi agen mobilisasi sosial efektif, meskipun ia tidak memiliki struktur tim sukses formal. Mereka berperan aktif dalam kegiatan lapangan. Dengan demikian penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Cerint Iralloza dalam memenangkan Pemilu DPD RI 2024 bukan hanya hasil dari *personal branding* (citra diri) yang kuat, tetapi juga kemampuannya mengintegrasikan branding pribadi dengan strategi politik berbasis jaringan sosial dan kekeluargaan. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa konteks politik Indonesia, *personal branding* (citra diri) yang efektif memerlukan dukungan dari modal sosial yang kuat dan relasi genealogis yang strategi. Kesuksesan Cerint Iralloza menjadi contoh nyata dalam bagaimana kombinasi antara citra diri yang otentik dan dukungan internal yang solid dapat menjadi kunci dalam memenangkan kontestasi politik secara berkelanjutan.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Teoritik

Penelitian mengenai *personal branding* (citra diri) dalam pemilihan legislatif menjadi kajian yang menarik karena strategi ini memiliki urgensi tinggi bagi kandidat politik, terutama bagi perempuan yang ingin berkecimpung dalam dunia politik. *Personal branding* (citra diri) dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun citra diri yang kuat dan meningkatkan daya saing dalam kontestasi politik. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa strategi *personal branding* (citra diri) yang diterapkan oleh Cerint Iralloza berfokus pada pengunaan visi dan misi yang menarik serta penerapan brand berpakaian yang trendy dan elegan. Identitas

visual ini berkontribusi dalam membangun kesan yang melekat dalam benak masyarakat pemilih terutama melalui berbagai media kampanye yang digunakan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* (citra diri) tidak hanya penting saat kampanye tetapi juga harus dirancang sejak awal pencalonan. Oleh karena itu peneliti merekomendasikan kajian lanjutan yang lebih mendalam terkait *personal branding* (citra diri) pada kandidat politik.

6.2.2 Saran Praktis

Sebagai saran praktis peneliti merekomendasikan kepada kandidat perempuan yang ingin maju dalam pemilihan agar menerapkan strategi politik *personal branding* (citra diri) sebagai bagian dari upaya membangun citra diri yang kuat dan berkesan di benak masyarakat pemilih. Dengan strategi *personal branding* (citra diri) yang tepat kandidat perempuan dapat lebih mudah dikenali, dipercaya, dan mendapatkan dukungan dari pemilih. Salah satu aspek penting dalam *personal branding* (citra diri) adalah konsisten dalam penerapannya, yang mencakup bagaimana kandidat mempertahankan identitas dan nilai-nilai yang ingin ditampilkan kepada publik baik melalui gaya komunikasi, citra visual, maupun aktivitas kampanye lainnya.