

**PERSONAL BRANDING ELLY THRISYANTI PADA
PEMILIHAN LEGISLATIF KOTA PADANG TAHUN 2019**

SKRIPSI

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

Oleh:

NADA ERWINDO

1610831006



PEMBIMBING :

Dr. Asrinaldi M.Si

Dr.Tegku Rika MA

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2020

ABSTRAK

NADA ERWINDO,1610831006. Skripsi S1. Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Judul skripsi “Personal Branding Elly Thrisyanti dalam Kemenangannya pada Pemilihan Umum Legislatif Kota Padang tahun 2019”. Dibimbing Oleh: Dr. Asrinaldi M.Si dan Dr.Tengku Rika, MA. Skripsi ini terdiri dari 98 halaman, dengan 40 referensi: 16 buku, 8 jurnal, 5 skripsi/Disertasi. 2 sumber internet.

Pelaksanaan Pemilu serentak di kota padang menghadirkan persaingan politik yang cukup sengit khususnya antara calon anggota legislatif perempuan. Satu hal yang menarik pada pemilu serentak 2019 adalah tentang bagaimana para calon anggota legislatif tersebut mem-branding diri mereka yang biasa disebut dengan *Branding*. *Branding* politik adalah tentang kemampuan untuk mempengaruhi keputusan, dan tingkah laku seseorang, yang mana untuk mendapatkan wewenang dan kepercayaan dalam mengambil keputusan, menempatkan diri dalam peran leadership, meningkatkan prestise dan mendapatkan perlakuan untuk mencapai tujuan tertentu. bahwasannya *personal branding* merupakan teknik kampanye direct selling atau pemasaran secara langsung yang memfokuskan pada bagaimana membangun *citra/image* di masyarakat cukup efektif dalam strategi pemenangan dalam pemilihan. Dalam penelitian ini Elly Thrisyanti berhasil mendapatkan suara tertinggi pada pemilu legislatif 2019, hal ini karena Elly Thrisyanti sebagai kader perempuan partai Gerindra bisa meningkatkan *personal branding* kepada pemilih dalam pemilihan legislatif DPRD Kota Padang. Pemakaian strategi *branding* dikaji melalui teori *personal branding* Peter dan Hansen. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana *personal branding* Elly Thrisyanti dalam kemenangannya pada pemilihan umum legislative Kota Padang tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *Personal Branding* Elly Thrisyanti sangat berpengaruh dalam kemenangannya pada Pemilihan legislative Kota Padang 2019, hal ini terlihat dalam 3 indikator menurut Peter dan Hansen bahwa (1) kemampuan, (2) sikap atau perilaku dan (3) bagaimana metode pemecahan masalah. Dari ketiga indikator ini peneliti melihat bahwa kemampuan Elly Thrisyanti dalam memimpin serta Elly Thrisyanti menggunakan strategi langsung blusukan ke masyarakat dominan mempengaruhi bagaimana image nya terbentuk di masyarakat. selain itu kemenangannya tidak lepas dari peran partai politik pengusungnya yaitu partai Gerindra yang membantunya meraih hasil maksimal dengan perolehan suara paling banyak diantara caleg perempuan lainnya. *Personal Branding/image* yang terbentuk di masyarakat berhasil membuat Elly Thrisyanti mendapatkan suara paling banyak di antara calon anggota legislatif perempuan lainnya pada pemilihan umum legislatif Kota Padang tahun 2019.

Kata Kunci: Personal Branding, Marketing Politik

ABSTRACT

NADA ERWINDO, 1610831006. Undergraduate Thesis. Department of Politics, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Thesis Title "Personal Branding Elly Thrisyanti in her victory at the 2019 Legislative General Election of Padang City". Guided by: Dr. Asrinaldi M.Sc and Dr.Tegku Rika This thesis consists of 98 pages, with 40 references: 16 books, 8 journals, 5 theses/Dissertations. 3 internet sources.

The implementation of the concurrent election in Padang presented quite fierce political competition especially between female candidate. One thing that is interesting in the 2019 concurrent elections is about how the legislative candidates branding themselves which is commonly known as Branding. Political Branding is about the ability to influence a person's decisions and behavior, which is to gain authority and confidence in making decisions, place oneself in a role leadership, increase prestige and get treatment to achieve certain goals. that personal branding is a campaign technique direct selling or marketing that focuses on how to build an image /image in society which is quite effective in winning strategies in elections. In this study Elly Thrisyanti managed to get the highest votes in the 2019 legislative election, this is because Elly Thrisyanti as a female cadre of the Gerindra party can increase personal branding to voters in the legislative election of the Padang City DPRD. The use of branding strategies is studied through theory of personal branding Peter and Hansen's. The purpose of this study is to describe how Elly Thrisyanti's personal branding is in her victory in the 2019 Padang City legislative election. This research uses a qualitative method with a case study approach. The results of this study indicate that Elly Thrisyanti's personal branding is very influential in her victory in the 2019 Padang City legislative election, this can be seen in 3 indicators according to Peter and Hansen that (1) ability, (2) attitude or behavior and (3) how the method of solving problem. From these three indicators, the researcher sees that the ability of Elly Thrisyanti to lead and Elly Thrisyanti to use the direct strategy of 'blusukan' to the dominant society affects how her image is formed in society. Besides that, her victory was inseparable from the role of her political party, namely the Gerindra party, which helped her achieve maximum results with the most votes among other female candidates. Personal Branding / image formed in society succeeded in getting Elly Thrisyanti to get the most votes among other female legislative candidates in the 2019 Padang in legislative election.

Keywords: Personal Branding, Political Marketing