

POLITICAL BRANDING “SOBAT MUSTAFA” DALAM PEMBENTUKAN CITRA MUSTAFA SEBAGAI BAKAL CALON GUBERNUR LAMPUNG PERIODE 2018-2023

Oleh
Arin Fatmawati

ABSTRAK

Sebuah penelitian untuk mendapatkan gambaran deskriptif melalui pendekatan kualitatif, mengenai strategi *political branding*. Lebih khusus studi pada strategi yang dilakukan oleh komunitas “Sobat Mustafa” dalam proses pembentukan citra mustafa sebagai bakal calon Gubernur Lampung yang akan maju pada pemilihan Gubernur Lampung tahun 2018.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara mendalam dengan informan, dokumentasi serta observasi dilapangan untuk mendapatkan hasil yang relevan dan akurat tentang strategi *political branding* yang dilakukan oleh “Sobat Mustafa”. Konsep dasar yang melatar belakangi penelitian ini adalah komunikasi politik dan konsep pemasaran politik .

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa “Sobat Mustafa” sebagai komunikator menggunakan konsep pemasaran yang didalamnya mencakup bauran pemasaran (4P) dan strategi pemasaran (STP). Penelitian ini terfokus pada kegiatan-kegiatan pencitraan politik yang telah dilakukan oleh “Sobat Mustafa” dalam kurun waktu sembilan bulan terhitung sejak pendeklarasian pada 30 Maret 2017 hingga berakhir pada Januari 2018. Dari hasil analisis terhadap strategi segmentasi, *targeting* serta *positioning*, didapati bahwa aktivitas *political branding* yang dilakukan mencakup aktivitas *political advertising* dan aktivitas *political public relations*. Pesan-pesan politis tentang pencitraan Mustafa juga disampaikan kepada publik melalui aktivitas *political advertising* yang mengacu pada penggunaan media luar ruang yakni *banner* serta melalui aktivitas *political public relations* mengacu pada aktivitas kehumasan dengan metode terjun langsung menyapa masyarakat di lapangan. Berdasarkan analisis tersebut, langkah *political branding* ini dinilai menjadi langkah yang tepat dilakukan oleh “Sobat Mustafa” untuk membentuk citra positif serta meningkatkan kredibilas dan popularitas Mustafa sebagai bakal calon Gubernur Lampung di mata konstituen.

Kata Kunci: *Political Branding*, Pembentukan Citra, Pemilihan Gubernur

SOBAT MUSTAFA'S POLITICAL BRANDING IN THE FORMATION OF MUSTAFA IMAGE AS A PROSPECTIVE OF THE GOVERNOR OF LAMPUNG 2018-2023 PERIOD

**By
Arin Fatmawati**

ABSTRACT

A study to get a descriptive picture through a qualitative approach, regarding political branding strategies. More specifically the study of the strategies carried out by the community "Sobat Mustafa" in the process of forming the image of Mustafa as a prospective candidate for the Governor of Lampung who will advance in the election of the Governor of Lampung in 2018.

In this study researchers used in-depth interview methods with informants, documentation and field observations to get relevant and accurate results about the political branding strategy conducted by "Sobat Mustafa". The basic concept behind this research is political communication and the concept of political marketing.

Based on the results of the study it is known that "Sobat Mustafa" as a communicator uses the marketing concept which includes the marketing mix (4P) and marketing strategy (STP). This reasearch focuses on the political image activities carried out by "Sobat Mustafa" during 9 month counted since declaration march 30th 2017 until ends on january 2018. From the results of the analysis on segmentation strategies, targeting and positioning, it was found that political activity branding carried out included political advertising activities and political public relations activities. Political messages about the image of Mustafa were also conveyed to the public through political advertising activities which refer to the use of outdoor media namely banners and through political public relations activities referring to public relations activities by plunging directly into the community in the field. Based on this analysis, this political branding step was considered to be the right step taken by "Sobat Mustafa" to form a positive image and improve Mustafa's credibility and popularity as a prospective of the governor of Lampung on the constituen side.

Keywords: Political Branding, Image Formation, Governor Election