

***PERSONAL BRANDING* ARINAL DJUNAIDI – CHUSNUNIA CHALIM
DALAM MENENTUKAN ARAH KEBIJAKAN PEMERINTAH
PROVINSI LAMPUNG**

Tesis

Oleh:

TRİYADI ISWORO



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRAK

***PERSONAL BRANDING* ARINAL DJUNAIDI – CHUSNUNIA CHALIM DALAM MENENTUKAN ARAH KEBIJAKAN PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

TRİYADI ISWORO

Proses dinamika pemilihan kepala daerah Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung mengedepankan *personal branding* agar bisa mendapatkan perhatian masyarakat. Setelah pemilihan kepada daerah usai maka *personal branding* dapat mempengaruhi gaya kepemimpinan dalam menyusun kebijakan publik dimasa jabatannya. Mempelajari negara dan pemerintahannya berarti mempelajari kekuatan dan kekuasaan. Hal tersebut merupakan salah satu dari tujuan atau orientasi dari konstelasi politik yakni kekuasaan. Ketika meninjau pengaruh politik terhadap administrasi negara, suatu hal yang perlu diperhatikan adalah sistem politik. Sistem politik adalah sistem pola hubungan kekuasaan dalam pemerintah dengan konstituennya dalam hal ini masyarakat. Sistem politik mencakup hubungan pengembangan kekuasaan eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Bagaimana pola hubungan pemerintah dengan stakeholder terkait dan mengorganisir masyarakat untuk dapat mengaktifkan kekuasaan diperiodenya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *personal branding* yang diterapkan, mengetahui strategi yang digunakan untuk mensukseskan visi-misi dan mengetahui proses pengambilan keputusan dan kebijakan apa yang diimplementasikan oleh Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim. Berdasarkan dari obyek dan metode analisis yang digunakan, maka penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian tentang *Personal Branding* Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim dalam Menentukan Arah Kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung menunjukkan bahwa; (1) Spesialisasi Arinal Djunaidi merupakan politisi berlatar belakang birokrat yang memahami pertanian, sementara Chusnunia Chalim merupakan politisi. (2) Kepemimpinan masih banyak persoalan publik yang perlu diselesaikan. (3) Kepribadian perlu lebih ramah dan peduli kepada masyarakat. (4) Perbedaan/Kekhasan saling melengkapi satu sama lain. (5) Visibilitas dimasyarakat perlu dioptimalkan. (6) Kesatuan sudah baik dan saling bersinergi. (7) Keteguhan komitmen mewujudkan Rakyat Lampung Berjaya diharap bisa terwujud. (8) Nama baik perlu dijaga, dengan pandai memilih diksi bertutur kata dan bertingkahtaku. Analisis SWOT digunakan untuk melihat manajemen strategi untuk pengambilan keputusan secara *top down and buttom up*.

Kata kunci: *Personal Branding* dan Pengambilan Kebijakan

ABSTRACT

PERSONAL BRANDING OF ARINAL DJUNAIDI - CHUSNUNIA CHALIM IN DETERMINING THE DIRECTION OF GOVERNMENT POLICY LAMPUNG PROVINCE

By

TRİYADI ISWORO

The dynamic process of selecting regional heads for the Governor and Vice Governor's Lampung Province prioritizes personal branding in order to get the public's attention. After the election to the regions is over, personal branding can influence the style of leadership in formulating public policies during his tenure. Studying a country and its government means studying power and power. This is one of the goals or orientations of the political constellation, namely power. When reviewing the influence of politics on state administration, one thing to consider is the political system. The political system is a system of patterns of power relations within the government and its constituents, in this case the community. The political system includes the relationship between the development of executive, legislative, and judicial powers. How the pattern of government relations with related stakeholders and organizing the community to be able to activate power in its period. The purpose of this study is to find out what personal branding is applied, what strategies are used to make the vision and mission a success and what policies are implemented by Governor Arinal Djunaidi and Vice Governor Chusnunia Chalim. According to those background and the analytical method used, this research includes descriptive research with a qualitative approach.

The results of research on Personal Branding Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim in Determining the Policy Direction of the Lampung Provincial Government show that; (1) Specialization Arinal Djunaidi is a politician with a bureaucratic background who understands agriculture, while Chusnunia Chalim is a politician. (2) Leadership still has many public issues that need to be resolved. (3) Personality needs to be more friendly and caring to the community. (4) Differences / Distinctiveness complement each other. (5) Visibility in the community needs to be optimized. (6) Unity is good and synergizes with each other. (7) The firm commitment to realize the People of Lampung Berjaya is expected to be realized. (8) A good name needs to be maintained, cleverly choosing diction, speech and behavior. SWOT analysis is used to see strategic management for top down and bottom up decision making.

Keywords: Personal Branding and Policy Making

**PERSONAL BRANDING ARINAL DJUNAIDI – CHUSNUNIA CHALIM
DALAM MENENTUKAN ARAH KEBIJAKAN PEMERINTAH
PROVINSI LAMPUNG**

Oleh:

TRİYADI ISWORO

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

MAGISTER ILMU ADMINISTRASI

Pada

**Program Pascasarjana Studi Magister Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2021

Judul Tesis : **PERSONAL BRANDING ARINAL DJUNAI
CHUSNUNIA CHALIM DALAM
MENENTUKAN ARAH KEBIJAKAN
PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : *Triyadi Isworo*

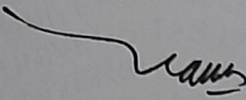
Nomor Pokok Mahasiswa : **1726061011**

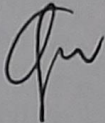
Program Studi : **Magister Ilmu Administrasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

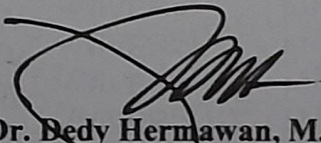
Komisi Pembimbing


Dr. Bambang Utoyo S, M.Si.
NIP. 19630206 198803 1002


Dr. Andy Corry W, M.Si.
NIP. 19620716 198803 1001

MENGETAHUI

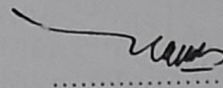
Plt. Ketua Program Studi Magister Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung


Dr. Bedy Hermawan, M.Si.
NIP. 19691012 199512 1001

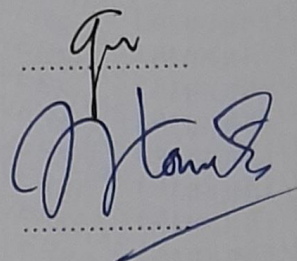
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Bambang Utoyo S, M.Si.**



Sekretaris : **Dr. Andy Corry W, M.Si.**



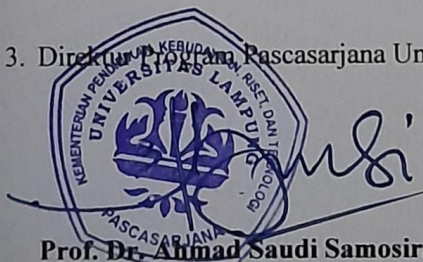
Penguji
Bukan Pembimbing : **Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2001

3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung



Prof. Dr. Ahmad Saudi Samosir, S.T., M.T.
NIP. 19710415 199803 1005

Tanggal Lulus Ujian Tesis : **12 Agustus 2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Tesis/Laporan Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister Sains (M.Si) di Universitas Lampung.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dari karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Bandar Lampung, 12 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Triyadi Isworo
NPM. 1726061011

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Triyadi Isworo, lahir di Kota Bandar Lampung tanggal 7 Juni 1992. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Maryanto Supriadi dan Ibu Misrongatun. Penulis merasa sangat beruntung karena dilahirkan dan dibesarkan dalam keluarga yang sederhana dan bahagia. Karena doa, dukungan dari keluargalah penulis bisa melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi. Hal ini mendasari penulis untuk berusaha berbakti dan mengutamakan keluarga.

Penulis menempuh pendidikan formal di TK Transmigrasi Labuhan Ratu tamat tahun 1998. Setelah itu, di SDN 3 Labuhan Ratu tamat 2004. Selanjutnya di SMPN 8 Bandar Lampung tamat 2007. Kemudian di SMAN 2 Bandar Lampung tamat 2010. Lalu Sarjana di Jurusan Ilmu Administrasi Negara FISIP Universitas Lampung tamat 2014. Setelah itu penulis berkesempatan melanjutkan pendidikan di Magister Ilmu Administrasi FISIP Universitas Lampung.

Penulis adalah orang yang sederhana dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis senang berbagi kepada sesama dan senantiasa selalu belajar untuk memperbaiki diri menjadi lebih baik agar berguna bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, agama, bangsa dan negara.

Motto

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain
dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.
(QS. Al Insyirah: 6-8)

Hidup itu seperti naik sepeda. Agar tetap seimbang,
kau harus terus bergerak.
(Aristoteles)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah, Tuhan Semesta Alam. Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Yang menguasai di Hari Pembalasan. Hanya Engkaulah yang kami sembah, dan hanya kepada Engkaulah kami meminta pertolongan. Tunjukkanlah kami jalan yang lurus, (yaitu) jalan orang-orang yang telah Engkau beri nikmat kepada mereka, bukan (jalan) mereka yang dimurkai dan bukan (pula jalan) mereka yang sesat "

(Surat Al Faatihah 1-7)

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT
Kupersembahkan karya kecilku ini untuk :

Kedua orang tuaku tercinta yang telah senantiasa tulus mendoakan keberhasilanku dan senantiasa memberikan dukungan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan bapak dan ibu selama ini.

Keluarga tersayang, terimakasih atas dorongan, motivasi, kesabaran dan doanya sehingga penulis dapat mencapai keberhasilan ini.

Para Pendidik dan Almamater Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberi rahmat serta nikmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis yang berjudul ***Personal Branding Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim Dalam Menentukan Arah Kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung*** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Selama penyusunan tesis ini penulis menyadari banyak sekali tantangan dan hambatan yang dihadapi. Penulis juga menyadari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Segala dorongan dan motivasi yang penulis dapatkan dari berbagai pihak telah mampu memberikan rasa semangat kepada diri penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin memberikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menjalani studi dan penyusunan tesis yakni:

1. Orang Tuaku Bapak Maryanto Supriadi dan Ibu Misrongatun serta Papa Ir. H. Darmono dan Mama Adil Fadilah Handayani, M. Pd yang telah memberikan motivasi, pengorbanan, semangat yang luar biasa kepadaku hingga bisa

menjadi seperti ini. Semoga ini menjadi tahapan yang indah bagi penulis untuk dapat membahagiakan Bapak dan Ibu dikemudian hari. Semoga dengan keimanan untuk terus berikhtiar, kerja keras untuk terus berupaya, tawakkal untuk berserah diri kepada Allah S.W.T, serta doa dan dukungan dari bapak dan ibu yang menjadikan penulis mendapatkan kesuksesan dalam rencana hidupnya. Terimakasih untuk segalanya yang telah diberikan, semoga Allah senantiasa memberikan nikmat dan rahmat yang begitu indah disetiap waktu-Nya. Aamiin Ya Allah Ya Rabbal'alamin.

2. Kakakku Moh. Eko Febrianto, A.md., S.Kom., Mbakku Dwi Wijayanti, S.Pd., dan Adikku Desti Yuniatun., S.Pd. serta Mbakku Istiqomah Nur Rahmawati, M. Pd dan Kakakku M. Arif Rahman Hakim Karimullah, S.Ak. Terimakasih untuk segala dukungan yang telah diberikan.
3. Istriku Annisa Miftahul Jannah., S.Ikom tersayang dan tercinta yang tidak lelah menemani dan memberikan semangat setiap harinya.
4. Bapak Prof. Dr. Karomani, M. Si selaku Rektor Universitas Lampung
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Ahmad Saudi Samosir, S.T., M.T selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung
6. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
7. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si selaku Plt. Ketua Program Studi Megister Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

8. Bapak Dr, Bambang Utoyo S. M.Si selaku dosen pembimbing utama penulis.
Terimakasih atas masukan, nasihat, bimbingan dan kesabarannya selama penyusunan tesis.
9. Bapak Dr. Andy Corry W, M.Si, selaku dosen pembimbing pembantu penulis.
Terimakasih atas segala motivasi dan arahan selama proses penyusunan tesis.
10. Bapak Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D selaku dosen pembahas dan dosen penguji utama yang telah memberikan kritik dan saran serta arahnya kepada penulis dalam penyelesaian dan penyempurnaan tesis ini. Terima kasih banyak atas arahan dan dukungannya serta pengetahuan dan pemahaman yang telah diberikan yang membuat penulis ingin selalu berkembang.
11. Pihak-pihak informan yang bersedia memberikan waktu dan data informasi serta masukan dan kerjasamanya sehingga tesis ini bisa terselesaikan.
12. Beserta seluruh pihak yang terkait dan telah memberikan kontribusi dalam penyusunan tesis ini yang tidak bisa dituliskan satu per satu.

Penulis,

Triyadi Isworo

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR BAGAN.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Kegunaan Penelitian.....	19
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Pengertian <i>Personal Branding</i>	26
2.3 Manajemen Strategi.....	36
2.4 Kebijakan Publik.....	43
2.5 Kerangka Pemikiran.....	56
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe dan Pendekatan Penelitian	60
3.2 Fokus Penelitian	61
3.3 Lokasi Penelitian.. ..	61
3.4 Jenis Data.....	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6 Teknik Analisis Data.....	67
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	69
BAB IV. GAMBARAN UMUM	
4.1 Gambaran Umum Provinsi Lampung.....	70
4.1.1 Administrasi Pemerintahan.....	70
4.1.2 Perumusan Kebijakan dalam Siklus Kebijakan.....	74
4.2 Visi Misi dan Program Kerja Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim.....	77
4.2.1 Visi Provinsi Lampung	78
4.2.2 Misi Provinsi Lampung.....	79

4.2.3	Tujuan Pembangunan Provinsi Lampung.....	89
4.2.4	Sasaran Strategis Provinsi Lampung.....	91
4.2.5	Strategi dan Arah Kebijakan Daerah Dalam RPJMD 2019 – 2024.....	93
4.3	Struktur Organisasi Pemerintah Provinsi Lampung.....	94

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1	Hasil Penelitian.....	95
5.1.1	<i>Personal Branding</i> Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim.....	95
5.1.2	Strategi Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim Dalam Menjalankan Visi Misi dan Program Kerjanya.....	146
5.1.3	Pengambilan Keputusan Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim.....	196
5.2	Pembahasan.....	218
5.2.1	Analisis <i>Personal Branding</i> Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim	218
5.2.2	Analisis Strategi Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim Dalam Menjalankan Visi Misi dan Program Kerjanya.....	225
5.2.3	Pengambilan Keputusan Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim.....	229

BAB VI. SIMPULAN DAN SARAN

6.1	Simpulan.....	233
6.2	Saran.....	236

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
1. Kerangka Pikir.....	58
2. Struktur Organisasi Pemerintah Provinsi Lampung.....	94
3. Stuktur dan Pertumbuhan PDRB menurut Lapangan Usaha Triwulan III/2020...	160

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	24
2. Pembuatan Kebijakan Sebagai Sebuah Proses.....	49
4. Proses Kebijakan.....	51
5. Fokus Penelitian.....	60
6. Data Informan.....	65
7. Jumlah Anggota DPRD Provinsi Lampung menurut Partai Politik dan Jenis Kelamin Periode 2019-2024.....	76
8. Ruas Jalan Terbangun Tahun 2020.....	172
9. Pengembangan Sumber Daya Air Tahun 2020.....	173
10. Perumahan dan Kawasan Pemukiman Tahun 2020.....	173
11. Ringkasan Matriks SWOT.....	226

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data Rekapitulasi Perolehan Suara Pilkada Lampung Tahun 2018.....	7
2. Dimensi Utama Pembentuk <i>Personal Branding</i>	29
3. Struktur dan Pertumbuhan PDRB.....	160
4. Rencana Pengembangan Wilayah Provinsi Lampung.....	183
5. Anggaran Kawasan Terintegrasi Pariwisata Bakauheni.....	187
6. Irigasi Untuk Ketahanan Pangan di Provinsi Lampung.....	190

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kajian ilmu administrasi negara atau publik saat ini terus meningkat secara luas. Kajian administrasi dan kebijakan publik yang mempengaruhi keadaan masyarakat, kini menuju kearah yang lebih modern dan berkembang dengan baik. Perkembangan tersebut dipacu oleh kemajuan ilmu, pengetahuan, dan teknologi kini menjadi pusat perhatian masyarakat secara luas karena melahirkan fenomena globalisasi dalam hal ini kepentingan individu, kelompok dan Negara dibawah kepentingan dunia secara menyeluruh. Dinamika keilmuan juga terus bergerak mulai dari tingkat kesejahteraan masyarakat, struktur demografi, politik, sosial, budaya, ekonomi, dan komunikasi sampai pada kekuasaan. Akibatnya struktur politik dan kekuasaan kini sulit untuk dipisahkan dari kegiatan publik.

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) yang langsung, umum, bebas dan rahasia (Luber) serta jujur dan adil (Jurdil) akan menciptakan konstelasi demokrasi yang mengedepan pendidikan politik bagi masyarakat selaku pemilih. Hal

tersebut tertuang dalam undang-undang nomor 10 tahun 2016 tentang perubahan kedua atas undang-undang nomor 1 tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang nomor 1 tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota. Pemilihan kepala daerah secara langsung yang digelar di tanah air sejak tahun 2005, memberikan kesempatan yang luas bagi pemilih untuk menentukan pilihannya sesuai keinginan dan hati nurani dalam pemilihan kepala daerah yang ada di daerah masing-masing.

Ada yang menarik dalam kontestasi pemilihan kepala daerah 5 (lima) tahunan tersebut. Fenomena pasangan kandidat *incumbent* atau petahana tidak selalu mendapatkan kesuksesannya di era pesta demokrasi lokal pemilihan kepala daerah Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung. Hal ini dibuktikan ketika Petahana Gubernur Lampung dan Wakil Gubernur Lampung Muhammad Ridho Ficardo dan Bachtiar Basri kalah dengan penantanganya pasangan Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim.

Kompetisi pesta demokrasi Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung diikuti oleh 4 (empat) pasangan calon yaitu pasangan nomor urut 1 (satu) Muhammad Ridho Ficardo dan Bachtiar Basri diusung oleh Partai Demokrat (11 kursi), Partai Gerindra (10 kursi) dan PPP (4 kursi) serta didukung oleh partai pendatang baru atau non parlemen yaitu PSI, Perindo, dan PBB. Kemudian pasangan nomor urut 2 (dua) Herman HN dan Sutono dengan PDI Perjuangan (17 kursi) serta didukung oleh PKPI dan Partai

Berkarya. Lalu pasangan nomor urut 3 (tiga) Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim dengan Partai Golkar (10 kursi), PAN (8 kursi), dan PKB (7 kursi) serta Partai Garuda. Sementara untuk pasangan nomor urut 4 (empat) Mustafa dan Ahmad Jajuli dengan koalisi Partai NasDem (8 kursi), PKS (8 kursi) dan Partai Hanura (2 kursi).

Awal-awal kontestasi Pilkada Gubernur Lampung, sosok Arinal Djunaidi dan Chusnunia belum banyak diketahui masyarakat. Hasil surveinyapun jauh dibawah kompetitornya. Hal tersebut bisa dilihat pada hasil survei dari Lembaga Survei Charta Politika Indonesia yang melakukan penelitian pada periode 6-11 Maret 2018 dengan menggunakan sampel 800 responden yang tersebar di 8 kabupaten/kota melalui wawancara tatap muka dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Survei tersebut menggunakan acak bertingkat (*multistage random sampling*) dengan *margin error* 3,46% dengan tingkat kepercayaan 95%. Hasil survei tersebut langsung dirilis oleh Direktur Eksekutif Charta Politika Indonesia, Yunanto Wijaya di Hotel Horison, Bandar Lampung, Selasa, 20 Maret 2018. Hasil *top of mind* tingkat elektabilitas tertinggi diraih oleh M. Ridho Ficardo dengan perolehan 27,1% disusul Herman HN 20,1%, Mustafa 10,4% dan Arinal Djunaidi 7,4%.

Kemudian juga Lembaga Survei Saiful Mujani *Research & Consulting* (SMRC) yang melaksanakan survei pada periode 3-8 Maret 2018. Hasil survei tersebut langsung dirilis oleh Direktur Program SMRC, Sirojudin Abbas

dengan tema “Peluang Calon Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung” di Hotel Emersia, Bandar Lampung, Minggu, 25 Maret 2018. Dalam survei tersebut menggunakan populasi warga negara Indonesia di Provinsi Lampung yang mempunyai hak pilih yakni sudah berumur 17 tahun lebih atau sudah menikah. Dalam survei ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 820 orang dengan metode *multistage random* sampling desa/kelurahan ditingkat kecamatan dipilih dengan jumlah proposional dan memiliki toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 3,5% pada tingkat kepercayaan 95%.

Hasil survei SMRC pada saat itu ketika pertanyaan *top of mind*: seandainya pemilihan langsung gubernur dilakukan hari ini maka M. Ridho Ficardo mendapatkan suara 21,4%, disusul Herman HN 17,0%, Mustafa 9,7% dan Arinal Djunaidi 7,8%. Kemudian untuk kategori popularitasan tokoh, M. Ridho Ficardo menempati posisi teratas dengan nilai 96%, disusul Mustafa 73%, Herman HN 67% dan Arinal Djunaidi 63%.

Begitu juga ketika Lembaga Survei Lampung (Lesla) merilis hasil surveinya pada periode Februari, April, Mei dan Juni 2018. Direktur Lembaga Survei Lampung, Ahmad Yulden Erwin menyampaikan hasil surveinya di Hotel Horison, Bandar Lampung, Jumat, 22 Juni 2018. Survei tersebut menggunakan 2.280 responden dan proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara tatap muka (*face to face interview*) terhadap masyarakat yang memiliki hak suara serta penentuan sampel menggunakan *multi stage*

random sampling dengan tingkat kepercayaan sebesar 97% dan *sampling error* sebesar 3%. Dalam hasil survei tersebut elektabilitas pasangan Herman HN – Sutono unggul 41,84%, disusul M. Ridho Ficardo – Bachtiar Basri 29,42%, Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim 19,53% dan Mustafa - Ahmad Jajuli 5,73%.

Kemudian ketika masa kampanye semua pasangan calon, partai politik, tim pemenangan dan simpatisan terus bergerak melakukan langkah-langkah pemenangan jagoannya masing-masing. Sesuai laporan audit dana kampanye keempat pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Lampung, diketahui bahwa Laporan Penerimaan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) untuk pasangan M. Ridho Ficardo – Bachtiar Basri yakni penerimaan Rp.4.734.450.000,- dan pengeluaran Rp.4.636.841.700,-. Kemudian pasangan Herman HN – Sutono yakni penerimaan Rp.9.850.000.000,- dan pengeluaran Rp.9.844.900.000,-. Selanjutnya pasangan Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim yakni penerimaan Rp.9.090.003.855,- dan pengeluaran Rp.9.084.992.771,-. Sementara Mustafa – Ahmad Jajuli yakni penerimaan Rp.2.510.400.000,- dan pengeluaran Rp.2.510.598.000,-. Sampai pada hari pemungutan suara tiba yakni Rabu, 27 Juni 2020 masyarakat menyalurkan hak politiknya di tempat pemungutan suara (TPS). Pemilihan tersebut dimenangkan oleh pasangan Arinal Djunaidi.

Sesuai dengan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung nomor: 373/HK.03.1-Kpt/18/Prov/VII/2018 tentang Penetapan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018 pada hari Minggu 8 Juli 2018 pukul 12.00 WIB di Hotel Novotel Bandar Lampung menetapkan paslon nomor urut 1 (satu) Muhammad Ridho Ficardo - Bachtiar Basri dengan perolehan suara sebanyak 1.043.666 (satu juta empat puluh tiga ribu enam ratus enam puluh enam) suara atau dengan presentase 25.46%. Paslon nomor urut 2 (dua) Herman HN - Sutono dengan perolehan suara sebanyak 1.054.646 (satu juta lima puluh empat ribu enam ratus empat puluh enam) suara atau dengan presentase 25.73%. Paslon nomor urut 3 (tiga) Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim dengan perolehan suara sebanyak 1.548.506 (satu juta lima ratus empat puluh delapan ribu lima ratus enam) suara atau dengan presentase 37.78%. Kemudian paslon nomor urut 4 (empat) Mustafa dan Ahmad Jajuli dengan perolehan suara sebanyak 452.454 (empat ratus lima puluh dua ribu empat ratus lima puluh empat) suara atau dengan presentase 11.04%.

Gambar 1. Data Rekapitulasi Perolehan Suara Pilkada Lampung Tahun 2018

DATA REKAPITULASI PEROLEHAN SUARA KABUPATEN - KOTA PILKADA GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR LAMPUNG TAHUN 2018														
NO	KABUPATEN/KOTA	JUMLAH PEROLEHAN SUARA PASANGAN CALON								JUMLAH SUARA		JUMLAH SURAT SUARA	%	JUMLAH DPT
		1	%	2	%	3	%	4	%	SAH	TIDAK SAH			
1	BANDAR LAMPUNG	87,142	19.38%	280,639	62.42%	48,703	10.83%	33,088	7.35%	449,572	6,403	455,975	73.21%	622,829
2	LAMPUNG SELATAN	107,294	22.14%	150,459	31.05%	185,690	38.32%	41,074	8.48%	484,517	9,526	494,043	70.58%	699,932
3	PESAWARAN	74,259	31.99%	70,239	30.26%	70,900	30.55%	16,704	7.20%	232,102	3,709	235,811	73.45%	321,036
4	PRINGSEWU	52,755	25.20%	47,334	22.61%	91,716	43.82%	17,519	8.37%	209,324	3,791	213,115	73.96%	288,161
5	TANGGAMUS	102,835	34.06%	74,918	24.82%	100,357	33.24%	23,776	7.86%	301,866	13,502	315,368	71.59%	440,522
6	LAMPUNG BARAT	60,885	41.66%	16,522	11.31%	59,592	40.78%	9,133	6.25%	146,132	2,444	148,576	73.18%	203,026
7	LAMPUNG TIMUR	72,858	14.09%	87,109	16.84%	304,931	58.95%	52,350	10.12%	517,248	6,426	523,674	69.20%	756,754
8	METRO	18,391	24.61%	19,049	25.49%	28,620	38.30%	8,669	11.60%	74,729	2,404	77,133	70.14%	109,977
9	LAMPUNG TENGAH	83,129	12.68%	107,839	16.45%	305,980	46.68%	158,523	24.18%	655,471	9,412	664,883	73.99%	895,768
10	LAMPUNG UTARA	129,292	40.63%	65,377	20.55%	85,523	26.88%	37,987	11.94%	318,179	11,113	329,292	78.70%	418,420
11	WAY KANAN	101,039	44.85%	31,947	14.18%	76,282	33.86%	15,990	7.10%	225,258	3,353	228,611	71.08%	321,645
12	TULANG BAWANG	28,976	17.36%	45,906	27.50%	79,916	47.87%	12,162	7.28%	165,960	2,886	169,846	67.61%	251,200
13	MESUJI	38,594	38.66%	12,686	12.78%	41,187	41.49%	6,791	6.84%	99,258	1,280	100,538	70.72%	142,162
14	TULANG BAWANG BARAT	60,039	40.95%	31,153	21.25%	45,251	30.87%	10,164	6.93%	146,607	2,811	149,418	79.14%	188,806
15	PESISIR BARAT	26,178	36.34%	13,469	18.70%	23,858	33.12%	8,524	11.83%	72,029	1,073	73,102	69.75%	104,803
JUMLAH		1,043,666	25.46%	1,054,645	25.73%	1,548,506	37.78%	452,454	11.04%	4,099,272	80,133	4,179,405	72.46%	5,768,061

Sumber: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Lampung Tahun 2018

Usai ditetapkan sebagai peroleh suara terbanyak, pasangan Arinal Djunaidi - Chusnunia Chalim dilaporkan oleh tim kuasa hukum pasangan M. Ridho Ficardo - Bachtiar Basri dan tim kuasa hukum pasangan Herman HN - Sutono serta Koalisi Rakyat Lampung Untuk Pemilu Bersih (KRLUPB) kepada Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) Provinsi Lampung terkait dugaan pelanggaran administrasi terstruktur, sistematis dan masif (TMS). Menyikapi hal tersebut Bawaslu Provinsi Lampung menggelar sidang pembuktian pelanggaran administrasi terstruktur, sistematis dan masif (TSM) pada pemilihan kepala daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur

Lampung di Kantor Sentral Penegakan Hukum Terpadu (Gakkumdu) di Jalan Jendral Sudirman, Bandar Lampung, Senin (9/7/2018) pukul 09.00 WIB.

Ketua Bawaslu Lampung, Fatikhatul Khoiriyah usai rapat pleno terbuka rekapitulasi hasil penghitungan perolehan suara pemilihan gubernur dan wakil gubernur Lampung 2018 di Ballroom Hotel Novotel, Bandar Lampung, Minggu (8/7/2018). Fatikhatul Khoiriyah mengatakan dalam pemeriksaan tersebut pihaknya akan mendengarkan tanggapan terlapor yaitu kuasa hukum tim pemenangan pasangan calon nomor urut 3 Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim. Kemudian pembuktian dan pemeriksaan saksi-saksi pelapor dari pasangan calon nomor urut 1 dan 2 yang akan diperiksa secara bergantian. Pihaknya melakukan proses pembuktian dari pelapor, kemudian dilanjutkan kepada pelapor dari paslon. Kemudian lanjut lagi sidang hari Selasa, Rabu dan Kamis pemeriksaan saksi ahli serta menghadirkan Panwas Kabupaten/Kota untuk memberikan keterangan.^[1]

Selama sepuluh hari sidang pembuktian pelanggaran administrasi terstruktur, sistematis dan masif (TSM) pada pemilihan kepala daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tersebut digelar. Bahkan jalannya sidang itupun diwarnai dengan aksi masa dari Koalisi Rakyat Lampung Untuk Pemilu Bersih (KRLUPB) di depan Kantor Sentral Gakkumdu Jalan Jendral

1. <https://www.lampost.co/berita-bawaslu-lampung-akan-gelar-sidang-pembuktian-politik-uang-pilgub.html>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20:35 WIB

Sudirman, Bandar Lampung untuk memantau jalannya sidang tersebut. Adapun hasil sidang tersebut menyatakan bahwa Bawaslu Provinsi Lampung memutuskan pasangan Arinal Djunaidi - Chusnunia Chalim tidak terbukti melakukan pelanggaran administrasi secara terstruktur, sistematis dan masif (TSM) pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung.

Hal tersebut disampaikan oleh Ketua Ketua Bawaslu Lampung sebagai Ketua Majelis Sidang Fatikhatul Khoiriyah didampingi Anggota Bawaslu Lampung sekaligus Anggota Majelis Iskardo P. Panggar dan Adek Arsyari di Kantor Sentral Gakkumdu Jalan Jendral Sudirman, Bandar Lampung, Kamis (18/7/2018). Pihak Bawaslu Lampung menolak seluruh laporan pihak pelapor 1 pasangan M. Ridho Ficardo - Bachtiar Basri dengan putusan nomor: 001/TSM.UM.GBW/BWSL.08.00/VII/2018 dan laporan pihak pelapor 2 pasangan Herman HN - Sutono dengan putusan nomor: 002/TSM.UM.GBW/BWSL.08.00/VII/2018. Bawaslu Provinsi Lampung menyampaikan bahwa fakta persidangan sudah disampaikan sesuai dengan undang undang nomor 10 Tahun 2016 pasal 73 tentang Pilkada. Pihaknya dalam memutuskan perkara melakukan secara professional dan sesuai dengan aturan. Ketua Bawaslu Lampung Fatikhatul Khoiriyah mengatakan pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Arinal Djunaidi - Chusnunia

Chalim tidak terbukti secara sah melakukan pelanggaran secara terstruktur, sistematis dan masif.^[2]

Usai dinyatakan tidak terbukti melakukan pelanggaran secara terstruktur, sistematis dan massif maka Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Lampung menetapkan Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung terpilih 2019 - 2024 di Hotel Novotel, Bandar Lampung, Minggu (12/8/2018). Sesuai surat keputusan KPU Provinsi Lampung nomor : 427/HK.03.1-Kpt/18/Prov/VIII/2018. Berita acara rapat pleno terbuka penetapan pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung terpilih dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur tahun 2018 dengan nomor 392/PL.03.7-BA/03/Prov/VIII/2018 ditandatangani langsung oleh Ketua KPU Lampung Nanang Trenggono, Handi Mulyaningsih, Tio Aliansyah, Ahmad Fauzan, dan Solihin.

Berdasarkan hasil rekapitulasi pasangan Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim, mendapatkan suara 1.548.506 atau 37,78 % dari 4.179.405 surat suara. Sementara Pasangan Herman HN - Sutono memperoleh 1.054.646 suara atau 25,73 %. Kemudian, M Ridho Ficardo - Bachtiar Basri memperoleh 1.043.666 suara atau 25,46 % dan Mustafa - Ahmad Jajuli mendapat 452.454 suara atau 11,04 %.

2. <https://www.lampost.co/berita-bawaslu-putusan-arinal-nunik-tak-langgar-administrasi.html>
Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20:35 WIB

Gubernur terpilih Arinal Djunaidi mengatakan karena sudah ditetapkan sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur ada tugas yang diemban bukan sekedar menjadi gubernur dan wakil gubernur saja. Arinal akan fokus pembangunan infrastruktur. Dalam masa transisi pihak juga mulai melakukan pendekatan kepada semua pihak. Arinal yang didampingi Chusnunia menjelaskan akan melakukan pendekatan dengan kementerian untuk membangun Lampung seperti mendatangi Kementerian untuk berkoordinasi dalam membangun Lampung dan langsung menentukan prioritas pembangunan. Arinal menambahkan pembangunan infrastruktur akan dilanjutkan sesuai dengan keinginan masyarakat Lampung. Arinal menegaskan infrastruktur dan pertanian tetap menjadi fokus dalam pembangunan di Lampung.^[3]

Selanjutnya Arinal Dunaidi dan Chusnunia Chalim resmi dilantik sebagai Gubernur Lampung dan Wakil Gubernur Lampung masa jabatan 2019-2024 di Istana Negara, Jakarta, Rabu, 12 Juni 2019 oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo. Prosesi pelantikan diawali dengan penyerahan petikan surat keputusan presiden oleh Presiden Jokowi kepada Arinal-Chusnunia, di Istana Merdeka, Jakarta, sekitar pukul 09.45 WIB. Selanjutnya, Presiden Jokowi didampingi Wakil Presiden Jusuf Kalla, Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Tjahjo Kumolo, dan pasangan Gubernur dan Wakil

3. <https://www.lampost.co/berita-ditetapkan-sebagai-gubernur-dan-wakil-gubernur-lampung-arinal-nunik-akan-koordinasi-dengan-pusat-untuk-pembangunan.html>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20:35 WIB

Gubernur Lampung melakukan kirab menuju Istana Negara. Upacara pelantikan diawali dengan mengumandangkan lagu Indonesia Raya yang diiringi oleh Korps Musik Paspampres, yang dilanjutkan dengan pembacaan Keputusan Presiden RI Nomor 49/P Tahun 2019 tentang Pengesahan Pengangkatan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung masa jabatan 2019-2024, tertanggal 2 Mei 2019. ^[4]

Usai dilantik oleh Presiden Joko Widodo, Arinal Djunaidi didampingi Chusnunia Chalim menyampaikan keinginannya agar provinsi yang dipimpinnya bisa berjaya pada masa yang akan datang, karena Lampung merupakan pintu gerbang Pulau Sumatera dan memiliki potensi yang luar biasa serta dekat dengan Ibu Kota DKI Jakarta. Arinal menyebutkan, Lampung punya komoditi nasional, rata-rata 10 besar nasional dan bahkan dunia. Tetapi, ekonomi kerakyatannya atau masyarakat masih dalam posisi belum sesuai dengan yang diharapkan dengan potensi, sehingga memerlukan tata kelola yang lebih baik lagi. Artinya sektor pertanian dalam artian luas, jadi pangan, perkebunan, kelautan, peternakan, dan kehutanan harus baik, lebih baik dan berfungsi. Selain itu, menurut Gubernur Lampung itu, pihaknya akan mengembangkan infrastruktur yang menunjang ekonomi karena bagaimanapun juga sekarang sudah ada jalan tol terpanjang di

4. <https://setkab.go.id/presiden-jokowi-lantik-arinal-dan-chusnunia-sebagai-gubernur-dan-wakil-gubernur-lampung/> Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20:35 WIB

Indonesia, dan diharapkan tol itu juga bisa memberikan kontribusi terhadap ekonomi yang ada di pedesaan/kecamatan.

Menurut Arinal Djunaidi, Lampung kaya dengan potensi alam, termasuk wisata alamnya luar biasa. Ini akan menjadi wilayah wisata khusus, karena *eco-tourism*-nya luar biasa. Kemudian akan menunjukkan bahwa Lampung menjadi *pilot project* di dalam mengembangkan sektor pertanian. Bagaimanapun juga, apapun bentuknya masyarakat jangan sampai kelaparan. Oleh karena itu, ekonomi kerakyatan terlebih dahulu yang akan dikembangkan. Kemudian membantu Ibu Kota DKI Jakarta untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Karena 40% kebutuhan DKI berasal dari Lampung.^[5]

Proses dinamika pemenangan pilkada sampai terpilih menjadi kepala daerah tersebut mengedepankan *personal branding* oleh pasangan calon kepala daerah dan partai politik sebagai mesin pergerakan agar menarik minat masyarakat. Menurut Nursal, (2004:86) *personal branding* yang kuat akan banyak memberikan keuntungan pada individu yang bersangkutan untuk lebih memiliki kelebihan apabila dibandingkan kompetitor personal lainnya. Melalui strategi *personal branding*, calon pemimpin memiliki peluang lebih unggul dalam kompetisi. Hal ini penting dilakukan oleh setiap kandidat yang

5. <https://setkab.go.id/dilantik-jadi-gubernur-arinal-djunaidi-ingin-lampung-berjaya-di-masa-depan/>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20:35 WIB

akan bersaing untuk merebut hati masyarakat sebagai pemilih. *Personal branding* merupakan strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak pemilih agar seorang kontestan memiliki makna tertentu yang mencerminkan keunggulan terhadap kontestan pesaing dalam bentuk hubungan asosiatif. Dengan *personal branding* maka masyarakat yang semula tidak bersimpati menjadi bersimpati, dari yang tidak peduli menjadi peduli. *Personal branding* efektif untuk memperkuat dukungan masyarakat dan meningkatkan elektabilitas.

Selain untuk memenangkan pesta demokrasi, *personal branding* Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim yang kuat harus diperlukan bukan hanya dalam kompetisi Pilkada, namun juga diperlukan dalam menyusun kebijakan publik ketika roda pemerintahannya berjalan. Proses politik sangat erat kaitannya dengan komunikasi dan administrasi. Menurut Woodrow Wilson (1974) mengatakan bahwa administrasi adalah kelanjutan dari sebuah kebijakan yang artinya administrasi berjalan ketika sebuah kebijakan yang dihasilkan dari proses politik. Mempelajari negara dan pemerintahannya berarti mempelajari kekuatan dan kekuasaan. Hal tersebut merupakan salah satu dari tujuan atau orientasi dari konstelasi politik yakni kekuasaan. Ketika meninjau pengaruh politik terhadap administrasi negara, suatu hal yang perlu diperhatikan adalah sistem politik. Sistem politik adalah sistem pola hubungan kekuasaan dalam pemerintah dengan konstituennya dalam hal ini masyarakat. Sistem politik mencakup hubungan pengembangan kekuasaan eksekutif,

legislatif, dan yudikatif. Bagaimana pola hubungan pemerintah dengan *stakeholder* terkait dan mengorganisir masyarakat untuk dapat mengaktifkan kekuasaan diperingannya.

Ditahun awal kepemimpinan Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim menjabat, terjadi defisit pembiayaan pembangunan sebesar Rp.1,7 Triliun yang disebabkan oleh; target pendapatan asli daerah (PAD) yang tidak tercapai, pembiayaan pinjaman kepada PT.Sarana Multi Infrastruktur (SMI), belum dibayarkannya Dana Bagi Hasil (DBH) pajak kepada kabupaten kota. Berdasarkan data, total defisit APBD Pemprov Lampung 2019 sebesar Rp.1,7 triliun. Rinciannya disebabkan dari pendapatan tidak terealisasi sekitar Rp.350 miliar. Lalu hutang bagi hasil pajak pemerintah kabupaten/kota sebesar Rp.750 miliar. Ketiga, hutang pada PT SMI sejumlah Rp.600 miliar. Menurut Ketua Fraksi Partai Golkar DPRD Provinsi Lampung Tony Eka Candra, hal ini harus dievaluasi dan diaudit oleh gubernur dan wakil gubernur yang baru. Pihaknya harus melihat mana skala prioritas dan mana yang tidak. Tony Eka Candra yakin Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim tahu betul persoalan ini. Kedepan tertib anggaran, tertib administrasi, dan tertib pemerintahan, serta tertib skala prioritas pembangunan bisa dilakukan.^[6]

6. <https://m.lampost.co/berita-pemprov-lampung-defisit-rp1-7-triliun.html>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20:35 WIB

Kemudian dalam 100 hari kepemimpinannya, ada beberapa langkah yang telah dilakukan Pemerintah Provinsi Lampung. Pertama, untuk mewujudkan birokrasi yang bersih dan melayani dilakukan upaya konsolidasi internal yang meliputi kepegawaian, aset, keuangan dan kelembagaan. Kedua, sesuai amanat Peraturan Pemerintah 12 Tahun 2017, Gubernur sebagai wakil pemerintah pusat di daerah mempunyai peran pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan pemerintah daerah. Untuk itu, agar pemerintahan lebih efektif dan efisien Gubernur melakukan penataan kelembagaan (*right sizing*) yang disesuaikan dengan kebutuhan daerah dengan melakukan pemisahan atau penggabungan organisasi perangkat daerah (OPD). Untuk mendapatkan aparatur yang berintegritas, pemilihan aparatur didasarkan pada sistem merit, sehingga bisa memberikan pelayanan publik yang baik.

Menurut Gubernur Lampung Arinal Djunaidi, guna mengatasi defisit pembiayaan pembangunan sebesar Rp.1,7, tidak hanya melakukan konsolidasi internal, pihaknya juga melakukan konsolidasi eksternal dengan memperkuat komunikasi intensif dengan seluruh instansi, yakni Forkopimda, lembaga pemerintah lainnya seperti KPK, KPPU, OJK juga Bank Indonesia serta dengan BUMN dan BUMD juga dengan DPRD dan Pemerintah Kabupaten/Kota. Selain itu, melakukan komunikasi intensif dengan sejumlah kementerian, diantaranya dengan Kementerian Perhubungan, BUMN,

Pertanian, PPN/Bappenas, dan Kemenko Maritim untuk pembangunan di Lampung.^[7]

Selain itu juga di awal 2020, Indonesia termasuk Provinsi Lampung dilanda oleh pandemic *corona virus disease 2019* (Covid-19) yang berdampak tidak hanya kepada sektor kesehatan tetapi sendi-sendi kehidupan sosial masyarakatnya. Pandemi Covid-19 yang berlangsung sejak awal tahun 2020 telah berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi di sebagian besar negara di dunia, tak terkecuali Indonesia, termasuk juga Provinsi Lampung. Turunnya kinerja ekonomi Lampung ini terjadi sejak triwulan I tahun 2020, yang tercermin dari laju pertumbuhan ekonomi triwulan I tahun 2020 yang hanya mencapai 1,74 persen (y on y), dan kembali menurun signifikan pada triwulan II tahun 2020 yang tumbuh minus 3,57 persen (y on y). Penurunan kinerja ekonomi yang juga terjadi secara global ini membuat pemerintah pusat dan daerah melakukan pembenahan perekonomian secara fundamental dengan melakukan transformasi, menjalankan strategi yang tepat untuk pemulihan perekonomian.^[8]

-
7. <https://lampungprov.go.id/detail-post/gubernur-arinal-dan-wagub-nunik-paparkan-catatan-kinerja-100-hari-kerja>. Diakses pada 19 Oktober 2020 pukul 20:00 WIB
 8. <https://lampung.bps.go.id/publication/2020/10/19/9c337cbfec8e038ce5f65de9/analisis-hasil-survei-dampak-Covid-19-terhadap-pelaku-usaha-provinsi-lampung.html>. Diakses pada 19 Oktober 2020 pukul 20:00 WIB

Penerapan *personal branding* banyak dilakukan oleh kepala daerah menjadi menarik dan menjadi perhatian untuk diteliti. Setelah mengalami kompetisi memperebutkan suara dan simpati masyarakat dalam pesta demokrasi pemilihan kepala daerah, maka selanjutnya akan dibawa kearah mana pembangunan Provinsi Lampung kedepan. Selain itu, selain mewujudkan visi-misi dan janji kampanyenya, bagaimana *performance* atau kinerja Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim dalam memimpin Bumi Ruwa Jurai ditengah berbagai persoalan yang ada. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengupas mengenai ***Personal Branding Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim Dalam Menentukan Arah Kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung.***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, peneliti mencoba untuk mengupas ***Personal Branding Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim Dalam Menentukan Arah Kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung.*** Adapun fokus penelitian yang akan diambil diantaranya:

- a. Bagaimana *personal branding* yang dimiliki Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim dimasyarakat?
- b. Seperti apa strategi yang digunakan Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim agar mensukseskan visi misi dan program kerjanya?

- c. Bagaimana pengambilan keputusan dan kebijakan Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim dalam memimpin Provinsi Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut, penulis melakukan penelitian dengan tujuan untuk:

- a. Mengetahui *personal branding* yang dimiliki Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim di masyarakat.
- b. Mengetahui strategi yang digunakan Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim agar mensukseskan visi misi dan program kerjanya.
- c. Mengetahui proses pengambilan keputusan dan kebijakan yang dilakukan Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim dalam memimpin Provinsi Lampung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini juga dapat memberikan kegunaan dalam pengembangan khasanah ilmu pengetahuan terutama dalam melihat strategi politik dan *personal branding* Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia

Chalim dalam memimpin Provinsi Lampung agar visi misi dan program kerjanya didukung oleh semua pemangku kepentingan dan bermanfaat untuk masyarakat. Oleh karena itu penulis menjabarkan kegunaan penelitian ini antara lain:

a. Secara Teoritis

Memberikan wawasan mengenai *personal branding* yang dilakukan oleh Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim dalam memimpin Provinsi Lampung. Kemudian mengetahui teori kepemimpinan apa yang mampu diimplementasikan kepada masyarakatnya.

b. Secara Praktis

Memberikan pembelajaran bagi kepala daerah, kader partai politik, individu yang berkeinginan menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung dalam pengaplikasian teori *personal branding* dalam politik praktis dan birokrasi pemerintahan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu yang menjadi rujukan peneliti dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama berjudul “Strategi *Personal Branding* Ganjar Pranowo Dengan Nilai Kearifan Lokal di Instagram dalam Pilgub Jateng 2018” oleh Izzatul Muslimah mahasiswi Magister Ilmu Komunikasi Konsentrasi Komunikasi Strategis Universitas Diponegoro Semarang tahun 2018. Peneliti tersebut membahas hasil teks wacana dari tiga akun Instagram yang digunakan Ganjar saat pilkada Jateng 2018. Bagian ini berupaya menganalisa *personal branding* Ganjar melalui teks Instagram di ketiga akunnya (@Ganjarpranowo, @Ganjar_yasin, @pdipjateng) dengan menggunakan metode analisis teks Fairclough. Foto, video dan teks yang diunggah akan dianalisis untuk mendapatkan makna dibalikinya. Sehingga, pada bagian ini akan dapat menjawab pertanyaan ; “Bagaimana *personal branding* Ganjar di Instagram sebagai Cagub dalam Pilkada Jateng 2018?”

Penelitian tersebut mengkaji bagaimana strategi *personal branding* Ganjar Pranowo dengan nilai kearifan lokal melalui Instagram dalam pilgub Jateng 2018, maka kita perlu memahami terlebih dahulu konsep *personal branding*, strategi komunikasi pemasaran politik atau *Marketing Communication Campaign* (MCC), hegemoni budaya dan budaya politik. Fokus penelitian dan subjek penelitian yang diteliti untuk mengidentifikasi strategi *personal branding* diri Ganjar Pranowo melalui media sosial Instagram dalam Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2018, menggunakan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Metode penelitian CDA (*Critical Discourse Analysis*) atau analisis wacana kritis Fairclough. Analisis wacana kritis Fairclough ini dipilih karena peneliti tidak hanya ingin menganalisa teks Instagram Ganjar sebagai *personal branding* yang peduli dengan nilai budaya lokal Jawa Tengah. Peneliti menyimpulkan bahwa *personal branding* Ganjar Pranowo melalui Instagram dalam Pilkada Jateng 2018 ternyata di satu sisi melakukan praktik komodifikasi budaya Jawa sebagai strategi membangun persepsi positif publik agar dapat meraih kekuasaan. Budaya Jawa hanya komoditas dalam pilkada yang diperjual belikan untuk sebuah kursi jabatan

Kemudian penelitian lainnya berjudul “Analisis Penentuan Strategi Pemasaran Politik Dalam Pilgub 2014 Menggunakan *Analitycal Hierarchy Process* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung)” oleh Dora Rinova mahasiswi Program Studi Magister Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2015. Dalam tesis ini dijelaskan yang didapat

bahwa selama masa kampanye berlangsung para kandidat pasangan calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur Provinsi Lampung periode 2014-2019 lebih sering menggunakan media massa dalam penyampaian informasi seperti visi dan misi kandidat, *track record* kandidat, dan lain sebagainya terkait pencalonan kandidat sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode deskriptif pendekatan dalam penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah para pemilih pemula laki-laki dan perempuan dengan sasaran adalah pemilihan Gubernur Provinsi Lampung 2014. Teknik pengambilan data menggunakan teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk melakukan *mapping* pemilih pemula laki-laki dan perempuan dan media yang sering mereka gunakan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumentnya. Sementara untuk pendekatan kualitatif digunakan untuk mengetahui model pemberdayaan pemilih pemula laki-laki dan perempuan dengan media sosial, media cetak, media elektronik, dan media luar ruangan.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat peneliti bahwa selama masa kampanye berlangsung para kandidat pasangan calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur Provinsi Lampung periode 2014-2019 lebih sering menggunakan media massa dalam penyampaian informasi seperti visi dan misi kandidat, *track record* kandidat, dan lain sebagainya terkait pencalonan kandidat

sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur. Adapun hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*. Kesimpulan dari pembobotan nilai berdasarkan kriteria strategi produk, harga, promosi, dan tempat politik. Yang menjadi alternatif strategi promosi politik pilihan dari responden ahli dengan melihat strategi promosi politik yang menjadi goal, kemudian kriteria dari pengujian alternatif strategi promosi politik ini adalah produk politik, harga politik, promosi politik dan tempat politik dan selanjutnya yang menjadi alternatif strategi promosi politik adalah media sosial, media cetak, media elektronik, dan media luar ruangan. Strategi promosi politik pilihan responden ahli adalah melakukan promosi politik dengan serius dan intens melalui media cetak.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1.	Peneliti	Izzatul Muslimah Mahasiswi Magister Ilmu Komunikasi Konsentrasi Komunikasi Strategis Universitas Diponegoro Semarang tahun 2018
	Judul Penelitian	Strategi <i>Personal Branding</i> Ganjar Pranowo Dengan Nilai Kearifan Lokal di Instagram Dalam Pilgub Jateng 2018
	Metode Penelitian	Menggunakan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Metode penelitian CDA (<i>Critical Discourse Analysis</i>) atau analisis wacana kritis Fairclough. Analisis wacana kritis Fairclough ini dipilih karena peneliti tidak hanya ingin menganalisa teks Instagram Ganjar sebagai <i>personal branding</i> yang peduli dengan nilai budaya lokal Jawa Tengah
	Hasil Penelitian	Peneliti menyimpulkan bahwa <i>personal branding</i> Ganjar Pranowo melalui Instagram dalam Pilkada

		Jateng 2018 ternyata di satu sisi melakukan praktik komodifikasi budaya Jawa sebagai strategi membangun persepsi positif publik agar dapat meraih kekuasaan. Budaya Jawa hanya komoditas dalam pilkada yang diperjual belikan untuk sebuah kursi jabatan.
	Perbedaan	Fokus dan objek penelitiannya, peneliti dahulu meneliti strategi <i>personal branding</i> Ganjar Pranowo dengan nilai kearifan lokal di instagram dalam Pemilihan Gubernur Jawa Tengah tahun 2018, sedangkan peneliti sekarang memfokuskan pada <i>personal branding</i> Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim secara luas dalam aktivitas sehari-hari menjadi pemimpin Pemerintah Daerah Provinsi Lampung.
	Kontribusi Bagi Penelitian ini	Menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian pada praktik pengamatan <i>personal branding</i> pejabat publik
2.	Peneliti	Dora Rinova Mahasiswi Program Studi Magister Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2015
	Judul Penelitian	Analisis Penentuan Strategi Pemasaran Politik Dalam Pilgub 2014 Menggunakan <i>Analitycal Hierarchy Process</i> (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung)
	Metode Penelitian	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode deskriptif pendekatan dalam penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian yang didapat bahwa selama masa kampanye berlangsung para kandidat pasangan calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur Provinsi Lampung periode 2014-2019 lebih sering menggunakan media masa dalam penyampaian informasi seperti visi dan misi kandidat, <i>track record</i> kandidat, dan lain sebagai terkait pencalonan kandidat sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur.
	Perbedaan	Fokus dan objek penelitiannya, peneliti dahulu meneliti analisis penentuan strategi pemasaran politik dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung, sedangkan peneliti sekarang memfokuskan pada

	<i>personal branding</i> ketika masa kampanye dan ketika sudah menjabat sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung dan menjalankan roda pemerintahan di Pemerintah Daerah Provinsi Lampung.
Kontribusi Bagi Penelitian ini	Menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian pada praktik pengamatan <i>personal branding</i> pejabat publik

Sumber: Diolah oleh peneliti

2.2 Pengertian *Personal Branding*

Personal branding adalah sebuah proses memasarkan/memperkenalkan diri kita kepada orang lain dengan menonjolkan karakter yang mudah diingat. Apalagi dimasa sekarang ini, kegiatan *personal branding* kian bertambah *booming* seiring perkembangan teknologi informasi. Dengan *personal branding* secara efektif, seseorang akan dianggap mampu dan ahli sesuai bidangnya, serta meningkatkan reputasi dan nama baik di mata masyarakat. Tujuan *personal branding* adalah menjadikan seseorang atau sekelompok orang, dalam hal ini Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim, mempunyai identitas atau karakter yang menonjol dan berbeda dari yang lain. Setelah menyampaikan pesan tentang identitas, langkah selanjutnya yaitu menyebarkan pesan dengan menggunakan media-media yang cocok atau yang digunakan oleh khalayak, baik melalui media *offline* maupun *online*.

Sebuah *brand* adalah sebuah persepsi yang dihasilkan dari pengalaman dan informasi mengenai perusahaan atau produk. *The American Marketing Association* (Kotler dan Keller 2009) mendefinisikan merek (*brand*) sebagai nama, istilah, tanda, simbol atau desain yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakan mereka dari para pesaing mereka. Sementara Scammell (2007) mendefinisikan *brand* sebagai representasi psikologis dari suatu produk atau organisasi. Definisi ini berarti bahwa istilah *brand* memiliki lebih dari sekedar simbolis saja tetapi juga nilai dari penggunaannya. Pada tingkat dasar, *brand* bertindak sebagai jalan pintas untuk pilihan konsumen, memungkinkan perbedaan antara produk secara umum sama nilainya.

Political branding merupakan salah satu strategi dalam membangun citra politik (*political image*). Secara spesifik, konsep *political branding* mengacu pada taktik yang digunakan oleh politisi untuk meraih popularitas. Dewasa ini, *political branding* tidak sebatas menggunakan metode periklanan politik konvensional namun lebih pada penggunaan metode kampanye identitas diri dan kampanye pemasaran secara menyeluruh dan *branding* adalah satu bentuk baru dalam *marketing* politik (Scammell 2007). Strategi *Political Product Delivery* dalam *personal branding* terbagi menjadi 3 (tiga) strategi utama, yakni: *Push Marketing*, *Pull Marketing*, dan *Pass Marketing* (Adman Nursal, 2004).

1. *Push Marketing*

Push Marketing merupakan kegiatan-kegiatan tokoh yang di lapangan, yang berhadapan langsung dengan konstituennya (masyarakat). Biasanya kegiatan-kegiatan ini juga berisikan kampanye terbuka dimana tokoh menyampaikan visi, misi, dan program-program yang diusungnya. Jadi, berbagai kegiatan *special event* yang diadakan oleh tokoh juga termasuk dalam strategi ini. Tidak hanya itu, *media relations* juga termasuk kegiatan yang berlandaskan strategi ini.

2. *Pull Marketing*

Pull Marketing terwujud melalui peran pihak ke-3 sangat diutamakan dalam usaha untuk membangun citra baik tokoh. Misalnya dengan cara membiarkan awak media massa untuk dapat meliput kegiatan-kegiatan tokoh saat melakukan kunjungan atau aksi blusukan. Selain itu, penggunaan media seperti situs resmi tokoh dan teknologi lain yang resmi milik tokoh juga termasuk dalam strategi ini.

3. *Pass Marketing*

Strategi *Pass Marketing* dilakukan ketika tokoh telah mampu meraih berbagai macam dukungan yang datang dari pihak-pihak yang berpengaruh, seperti misalnya *influencer*, tokoh politik nasional, artis ibukota atau bahkan seniman negeri.

Kemudian dapat disebut juga bahwa *personal branding* adalah suatu proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana stimulus – stimulus ini menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Ada tiga dimensi utama pembentuk *personal branding* (McNally & Speak, 2002: 26).

Gambar 1. 3 (Tiga) Dimensi Utama Pembentuk *Personal Branding*



Sumber: McNally & Speak, 2004. *Be your own Brand*, Jakarta: Gramedia

a. Kompetensi atau Kemampuan Individu

Untuk membangun reputasi atau *personal branding*, kita harus memiliki suatu kemampuan khusus atau kompetensi dalam satu bidang tertentu yang dikuasai. Seseorang dapat membentuk sebuah *personal branding* melalui sebuah polesan dan metode komunikasi yang disusun dengan baik. *Personal Brand* adalah sebuah gambaran mengenai apa yang masyarakat pikirkan tentang seseorang. Hal tersebut mencerminkan nilai-nilai, kepribadian, keahlian dan kualitas yang membuat seseorang berbeda dengan yang lainnya.

b. Style atau Gaya

Gaya merupakan kepribadian dari *personal branding* anda. Gaya merupakan bagian yang menjadikan diri anda unik di dalam benak orang lain. Gaya adalah cara anda berhubungan dengan orang lain. Seringkali kata-kata yang digunakan orang untuk menilaigaya kita mengandung suatu emosi yang kuat,

c. Standar

Standar *personal branding* anda sangat mempengaruhi cara orang lain memandang diri anda. Standar akan menetapkan dan memberikan makna terhadap kekuatan *personal branding*. Namun kuncinya adalah anda sendiri yang menetapkan standar, anda sendiri yang harus melakukan. Terkadang kita menetapkan standar yang terlalu tinggi dan terlanjur mengatakan pada orang lain bahwa kita mampu melakukan suatu hal dengan cepat dan dapat memperoleh hasil yang baik (agar kompetensi dan gaya *personal branding* kita kelihatan menarik di benak semua orang). Namun yang terjadi adalah

sebaliknya, terkadang kita gagal untuk mencapai standar yang kita tetapkan sendiri.

Menurut Peter Montoya (2002) Ada 8 (delapan) hal yang menjadi konsep utama yang menjadi acuan dalam membangun suatu *personal branding* seseorang :

1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Ciri khas dari sebuah *personal brand* yang hebat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. Spesialisasi dapat dilakukan pada satu atau beberapa cara, yakni:

a. *Ability*

misalnya sebuah visi yang strategik dan prinsip-prinsip awal yang baik.

b. *Behavior*

misalnya keterampilan dalam memimpin, kedermawanan, atau kemampuan untuk mendengarkan.

c. *Lifestyle*

misalnya hidup dalam kapal (tidak dirumah seperti kebanyakan orang), melakukan perjalanan jauh dengan sepeda.

d. *Mission*

misalnya dengan melihat orang lain melebihi persepsi mereka sendiri

e. *Product*

misalnya *futurist* yang menciptakan suatu tempat kerja yang menakjubkan.

f. *Profession – niche within niche*

misalnya pelatih kepemimpinan yang juga seorang *psychotherapist*.

g. *Service*

misalnya konsultan yang bekerja sebagai seorang *nonexecutive director*

2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Masyarakat membutuhkan sosok pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sebuah *personal branding* yang dilengkapi dengan kekuasaan dan kredibilitas sehingga mampu memposisikan seseorang sebagai pemimpin yang terbentuk dari kesempurnaan seseorang.

3. Kepribadian (*The Law of Personality*)

Sebuah *personal branding* yang hebat harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidak sempurnaannya. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan yang ada pada konsep Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), seseorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus menjadi sempurna.

4. Perbedaan/Kekhasan (*The Law of Distinctiveness*)

Sebuah *personal brand* yang efektif perlu ditampilkan dengan cara yang berbeda dengan yang lainnya. Banyak ahli pemasaran membangun suatu

merek dengan konsep yang sama dengan kebanyakan merek yang ada di pasar, dengan tujuan untuk menghindari konflik. Namun hal ini justru merupakan suatu kesalahan karena merek-merek mereka akan tetap tidak dikenal diantara sekian banyak merek yang ada di pasar.

5. Visibilitas (*The Law of Visibility*)

Untuk menjadi sukses, *personal brand* harus dapat dilihat secara konsisten terus-menerus, sampai *personal brand* seseorang dikenal. Maka *visibility* lebih penting dari kemampuan (*ability*)-nya. Untuk menjadi *visible*, seseorang perlu mempromosikan dirinya, memasarkan dirinya, menggunakan setiap kesempatan yang ditemui dan memiliki beberapa keberuntungan.

6. Kesatuan (*The Law of Unity*)

Kehidupan pribadi seseorang dibalik *personal brand* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari merek tersebut. Kehidupan pribadi selayaknya menjadi cermin dari sebuah citra yang ingin ditanamkan dalam *personal brand*.

7. Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Setiap *personal brand* membutuhkan waktu untuk tumbuh, dan selama proses tersebut berjalan, adalah penting untuk selalu memperhatikan setiap tahapan dan *trend*. Dapat pula dimodifikasikan dengan iklan atau *public*

relation. Seseorang harus tetap teguh pada *personal brand* awal yang telah dibentuk, tanpa pernah ragu-ragu dan berniat merubahnya.

8. Nama baik (*The Law of Goodwill*)

Sebuah *personal brand* akan memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang dibelakangnya dipersepsikan dengan cara yang positif. Seseorang tersebut harus diasosiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum positif dan bermanfaat.

2.2.1 Karakteristik *Personal Branding*

Pembentukan suatu *Personal Branding* adalah layaknya seperti cara kerja merek bisnis. Dengan perlakuan yang sama itu maka perlu dipahami bagaimana cara kerja dari suatu merek bisnis. Prinsip dan ide-ide yang dikembangkan selama bertahun-tahun di dalam bisnis dikembangkan dan disesuaikan untuk membangun sebuah *personal branding*.

Personal branding merupakan persepsi yang tertanam dan terpelihara dalam benak orang lain, maka yang menjadi inti persoalannya adalah bagaimana orang lain memandang seseorang tersebut pada sisi yang positif dan tertarik untuk menggunakan jasanya. Terdapat tiga komponen utama yang tergabung menjadi satu, yang menentukan kekuatan dari suatu *personal branding* (McNally & Speak, 2004). Merek yang kuat adalah:

a. **Merek yang Khas:** yakni merek yang mewakili sesuatu. Merek tersebut memiliki suatu sudut pandang. Disini merek harus memiliki ciri yang berbeda dari yang lainnya melalui keunikan yang dimiliki.

b. **Merek yang Relevan:** apa yang diwakili oleh merek tersebut terkait dengan apa yang dianggap penting oleh orang lain. Relevansi ini terkait dengan objek atau target dari konsumen yang dibidik, karena jika tidak sesuai maka persepsi positif tidak akan timbul dan terkadang jika sudah mengganggu malah akan timbul persepsi negatif.

c. **Merek yang Konsisten:** orang menjadi yakin di dalam suatu hubungan berdasarkan kepada perilaku konsisten yang mereka rasakan atau mereka amati. Seperti halnya perlakuan pada produk, image positif yang telah terbentuk pada konsumen haruslah konsisten, karena pada *personal branding* yang lebih terkait pada jasa, hubungan atau relasi konsumen sangat kental sehingga jika sampai image dari seseorang berubah maka dapat merubah persepsi dari masyarakat yang bukan tidak mungkin akan menjadikan persepsi yang negatif.

Ketika tindakan-tindakan seseorang bersifat khas, relevan, dan konsisten, maka masyarakat akan mulai memandang *personal brand*. Seseorang yang menciptakan dan memelihara hubungan yang bersifat emosional tersebut dengan memperlihatkan sikap yang khas, relevan, dan konsisten.

2.3 Manajemen Strategi

2.3.1 Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari stratos atau tentara dan ego atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif. Untuk menjamin agar supaya strategi dapat berhasil baik dengan meyakinkan bukan saja dipercaya oleh orang lain, tetapi memang dapat dilaksanakan, Hatten dan hatten (1996: 108-109) memberikan beberapa petunjuknya sebagai berikut :

- a) Strategi harus konsiten dengan lingkungan, strategi dibuat mengikuti arus perkembangan masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju.

- b) Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi, tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakan, semua strategi senantiasa diserasikan satu dengan yang lain.
- c) Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumberdaya dan tidak menceraiberaikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi seringkali mengklaim sumber dayanya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.
- d) Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya. Selain itu hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.
- e) Sumber daya adalah sesuatu yang kritis. Mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, hendaknya dibuat sesuatu yang memang layak dapat dilaksanakan.
- f) Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang setiap strategi mengandung resiko, tetapi haruslah berhati-hati, sehingga tidak menjerumuskan organisasi ke lubang yang lebih besar. Oleh karena itu strategi hendaknya selalu dapat dikontrol.

- g) Strategi hendaknya disusun diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai.
- h) Tanda-tanda suksesnya dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dari para eksekutif, dari semua pimpinan unit dalam organisasi.

2.3.2 Peranan Strategi

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Menurut Grant (1999:21) strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

- 1) Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan. Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.
- 2) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi. Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan
- 3) Strategi sebagai target. Konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang.

2.3.3 Langkah-Langkah Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi adalah instrumen kepemimpinan dan suatu proses. Sebagai suatu proses, ia menentukan apa yang dikehendaki suatu organisasi dimasa depan dan bagaimana usaha mencapainya; suatu proses menjelaskan sasaran-sasaran. Perencanaan merupakan salah satu dari empat fungsi manajemen yang penting dan saling terkait satu sama lain. Berbicara tentang perencanaan, kita dihadapkan pada pertanyaan apakah suatu rencana berjalan dengan baik atau tidak tepat. Pertanyaan mendasar ini kiranya aktual diajukan manakala kita melihat realitas keseharian yang menunjukkan banyaknya kegagalan akibat perencanaan yang salah dan tidak tepat. Kesalahan perencanaan dapat berada pada awal perencanaan itu berlangsung. Proses perencanaan dalam manajemen merupakan aktivitas yang berusaha memikirkan apa saja yang akan dikerjakannya, berapa ukuran dan jumlahnya, siapa saja yang akan melaksanakannya dan mengendalikannya agar tujuan organisasi dapat tercapai. Gagasan mengenai perencanaan pada awalnya berkembang dari pemikiran ekonomi yang didasarkan pada masalah kebutuhan, yakni bagaimana pengaturan sumber-sumber yang terbatas dari suatu kebutuhan yang besar, luas dan terus berkembang. Perencanaan strategi sebagai proses dalam menentukan tujuan dan program suatu organisasi merupakan tindakan yang menyeluruh untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan strategi meliputi langkah, yang setiap langkah banyak

melibatkan pengumpulan informasi/data yang banyak, analisis data dan evaluasi yang dilakukan berulang-ulang oleh manajemen.

1. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh sekolah dalam menjalankan misinya.
2. Merumuskan faktor-faktor untuk keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
3. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasikan berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
4. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Penentuan pendekatan dalam proses perencanaan strategis merupakan langkah awal yang penting dan menentuka untuk peluang diterapkan strategi yang akan direncanakan. Pemilihan pendekatan ini sangatlah ditentukan oleh sifat dan skala organisasi, model dan kompetensi kepemimpinan, serta kapasitas dan kemampuan staf organisasi unuk melakukan perencanaan. Setelah melakukan perencanaan usaha maka langkah penting selanjutnya adalah bagaimana mengimplementasikan rencana usaha.

2.3.4 Perumusan Strategi

Strategi dirumuskan untuk menggolongkan berbagai sumber daya organisasi dan mengarahkannya kepada pencapaian visi organisasi. Tanpa strategi yang tepat, sumberdaya organisasi akan terhambur konsumsinya, sehingga akan berakibat pada kegagalan organisasi dalam mewujudkan visinya. Tahapan manajemen strategi diawali dengan perumusan strategi. Perumusan strategi adalah proses memilih pola tindakan utama (strategi) untuk mewujudkan visi organisasi. Proses pengambilan keputusan untuk menetapkan strategi seolah merupakan konsekuensi mulai dari penetapan visi-misi-tujuan jangka panjang-swot-strategi. Kenyataannya perumusan strategi dapat dimulai dari mana saja, bisa dimulai dari SWOT atau bahkan dari strategi itu sendiri. Strategi dan kesesuaian; pilihan strategi akhirnya harus saling sesuai dengan Peluang-Ancaman yang ada, Kekuatan-Kelemahan yang dimiliki dan tujuan (misi-visi-goal) yang ingin dicapai. Suatu strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing.

2.3.5 Sistem Perencanaan Strategis

Menurut Bryson Roering, perencanaan strategis merupakan suatu sistem dimana manajer membuat, mengimplementasikan, dan mengendalikan keputusan penting lintas fungsi dan level dalam perusahaan. Sistem perencanaan strategis harus menjawab empat pertanyaan mendasar yaitu

kemana kita pergi (misi), bagaimana kita memperolehnya (strategi), apakah cetak biru tindakan kita (anggaran), dan bagaimana kita mengetahui jalur yang kita lalui (pengendalian).

Pada level organisasi, sistem perencanaan menyarankan pertimbangan manajemen tradisional berhubungan dengan maksud (tujuan dan sasaran), kebijakan dan perencanaan program, alokasi sumber daya, dan evaluasi hasil. Mekanisme perencanaan formal mengantarkan suatu elemen dari rasionalitas komprehensif yang secara inheren atraktif pada pejabat pemerintah negara bagian. Meskipun beberapa pengamat memandang pendekatan perencanaan sesuai dengan sektor publik dan memperhatikan metode perencanaan formal sebagai kekuatan, kendala yang dipaksakan pada yurisdiksi. Menurut Bryson proses perencanaan strategis meliputi sepuluh langkah berikut:

1. Menginisiasi dan menyetujui proses perencanaan strategis.
2. Mengidentifikasi mandat organisasi.
3. Mengklarifikasi misi dan nilai organisasi.
4. Menilai lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
5. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi.
6. Merumuskan strategi untuk mengelola isu.
7. Menelaah dan mengadopsi rencana strategis.
8. Menetapkan visi organisasi.

9. Mengembangkan proses implementasi.
10. Menilai kembali strategi dan proses perencanaan strategis.

2.4 Kebijakan Publik

2.4.1 Pengertian Kebijakan Publik

Menurut Nugroho R., (2004; 1-7) dari berbagai kepustakaan dapat diungkapkan bahwa kebijakan publik dalam kepustakaan Internasional disebut sebagai *public policy*, yaitu suatu aturan yang mengatur kehidupan bersama yang harus ditaati dan berlaku mengikat seluruh warganya. Setiap pelanggaran akan diberi sanksi sesuai dengan bobot pelanggarannya yang dilakukan dan sanksi dijatuhkan didepan masyarakat oleh lembaga yang mempunyai tugas menjatuhkan sanksi.

Aturan atau peraturan tersebut secara sederhana kita pahami sebagai kebijakan publik, jadi kebijakan publik ini dapat kita artikan suatu hukum. Akan tetapi tidak hanya sekedar hukum namun kita harus memahaminya secara utuh dan benar. Ketika suatu isu yang menyangkut kepentingan bersama dipandang perlu untuk diatur maka formulasi isu tersebut menjadi kebijakan publik yang harus dilakukan dan disusun serta disepakati oleh para pejabat yang berwenang. Ketika kebijakan publik tersebut ditetapkan menjadi suatu kebijakan publik; apakah menjadi Undang-Undang, apakah menjadi Peraturan Pemerintah atau Peraturan

Presiden termasuk Peraturan Daerah maka kebijakan publik tersebut berubah menjadi hukum yang harus ditaati.

Sementara itu pakar kebijakan publik mendefinisikan bahwa kebijakan publik adalah segala sesuatu yang dikerjakan atau tidak dikerjakan oleh pemerintah, mengapa suatu kebijakan harus dilakukan dan apakah manfaat bagi kehidupan bersama harus menjadi pertimbangan yang holistik agar kebijakan tersebut mengandung manfaat yang besar bagi warganya dan berdampak kecil dan sebaiknya tidak menimbulkan persoalan yang merugikan, walaupun demikian pasti ada yang diuntungkan dan ada yang dirugikan, disinilah letaknya pemerintah harus bijaksana dalam menetapkan suatu kebijakan.

Untuk memahami kedudukan dan peran yang strategis dari pemerintah sebagai *public actor*, terkait dengan kebijakan publik maka diperlukan pemahaman bahwa untuk mengaktualisasinya diperlukan suatu kebijakan yang berorientasi kepada kepentingan rakyat. Kebijakan adalah suatu upaya atau tindakan untuk mempengaruhi sistem pencapaian tujuan yang diinginkan, upaya dan tindakan dimaksud bersifat strategis yaitu berjangka panjang dan menyeluruh.

Di sisi lain kebijakan publik sangat berkait dengan administrasi negara ketika *public actor* mengkoordinasi seluruh kegiatan berkaitan dengan

tugas dalam rangka memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat melalui berbagai kebijakan publik/umum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan negara. Untuk itu diperlukan suatu administrasi yang dikenal dengan “administrasi negara.” Kebutuhan masyarakat tidak seluruhnya dapat dipenuhi oleh individu atau kelompoknya melainkan diperlukan keterlibatan pihak lain yang dibentuk oleh masyarakat itu sendiri. Pihak lain inilah yang kemudian disebut dengan administrasi negara.

Proses dilakukan organisasi atau perorangan yang bertindak dalam kedudukannya sebagai pejabat yang berkaitan dengan penerapan atau pelaksanaan hukum dan peraturan yang dikeluarkan oleh legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Administrasi negara dalam mencapai tujuan dengan membuat program dan melaksanakan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan dalam bentuk kebijakan. Kebijakan menurut Lasswell dan Kaplan yang dikutip oleh Said Zainal Abidin (Abidin, 2004: 21) adalah sarana untuk mencapai tujuan, menyebutkan kebijakan sebagai program yang diproyeksikan berkenaan dengan tujuan, nilai, dan praktik. Pendapat lain tentang kebijakan menurut Heinz Eulau dan Kenneth Prewit adalah suatu keputusan yang menuntut adanya perilaku yang konsisten dan pengulangan bagi pembuat dan pelaksana kebijakan.

Terkait dengan kebijakan publik, menurut Thomas R. Dye penulis buku “*Understanding Public Policy*”, yang dikutip oleh Riant Nugroho D

(Riant, 2004:3) Kebijakan publik adalah segala sesuatu yang dikerjakan pemerintah, mengapa mereka melakukan, dan hasil yang membuat sebuah kehidupan bersama tampil. Sedangkan menurut Said Zainal Abidin, alumni University of Pittsburgh, Pennsylvania, US, (Said Zainal Abidin,2004: 23) kebijakan publik adalah biasanya tidak bersifat spesifik dan sempit, tetapi luas dan berada pada strata strategis. Sebab itu kebijakan publik berfungsi sebagai pedoman umum untuk kebijakan dan keputusan-keputusan khusus di bawahnya.

Menurut Nugroho (2004,100-105) kebijakan publik dalam praktik ketatanegaraan dan pemerintahan pada dasarnya terbagi dalam tiga prinsip yaitu: **pertama**, dalam konteks bagaimana merumuskan kebijakan publik (Formulasi kebijakan); **kedua**, bagaimana kebijakan publik tersebut diimplementasikan dan **ketiga**, bagaimana kebijakan publik tersebut dievaluasi. Dalam konteks formulasi, maka berbagai isu yang banyak beredar didalam masyarakat tidak semua dapat masuk agenda pemerintah untuk diproses menjadi kebijakan. Isu yang masuk dalam agenda kebijakan biasanya memiliki latar belakang yang kuat berhubungan dengan analisis kebijakan dan terkait dengan enam pertimbangan sebagai berikut:

1. Apakah Isu tersebut dianggap telah mencapai tingkat kritis sehingga tidak bisa diabaikan?

2. Apakah Isu tersebut sensitif, yang cepat menarik perhatian masyarakat?
3. Apakah Isu tersebut menyangkut aspek tertentu dalam masyarakat?
4. Apakah Isu tersebut menyangkut banyak pihak sehingga mempunyai dampak yang luas dalam masyarakat kalau diabaikan?
5. Apakah Isu tersebut berkenaan dengan kekuasaan dan legitimasi?
6. Apakah Isu tersebut berkenaan dengan kecenderungan yang sedang berkembang dalam masyarakat?

Namun dari semua isu tersebut di atas menurut Said Zainal Abidin (Said Zainal Abidin, 2004: 56-59) tidak semua mempunyai prioritas yang sama untuk diproses. Ini ditentukan oleh suatu proses penyaringan melalui serangkaian kriteria. Berikut ini kriteria yang dapat digunakan dalam menentukan salah satu di antara berbagai kebijakan:

1. Efektifitas – mengukur suatu alternatif sasaran yang dicapai dengan suatu alternatif kebijakan dapat menghasilkan tujuan akhir yang diinginkan.
2. Efisien – dana yang digunakan harus sesuai dengan tujuan yang dicapai.
3. Cukup – suatu kebijakan dapat mencapai hasil yang diharapkan dengan sumberdaya yang ada.
4. Adil

5. Terjawab – kebijakan dibuat agar dapat memenuhi kebutuhan sesuatu golongan atau suatu masalah tertentu dalam masyarakat.

Aktivitas analisis didalam kebijakan publik pada dasarnya terbuka terhadap peran serta disiplin ilmu lain. Oleh karena itu didalam kebijakan publik akan terlihat suatu gambaran bersintesanya berbagai disiplin ilmu dalam satu paket kebersamaan. Berdasarkan pendekatan kebijakan publik, maka akan terintegrasi antara kenyataan praktis dan pandangan teoritis secara bersama-sama. Dalam kesempatan ini Ripley menyatakan (Randal B. Ripley, 1985: 31).

Didalam proses kebijakan telah termasuk didalamnya berbagai aktivitas praktis dan intelektual yang berjalan secara bersama-sama. Pada praktik kebijakan publik antara lain mengembangkan mekanisme jaringan aktor (*actor networks*). Melalui mekanisme jaringan aktor telah tercipta jalur-jalur yang bersifat informal (*second track*), yang ternyata cukup bermakna dalam mengatasi persoalan-persoalan yang sukar untuk dipecahkan. Mark Considine memberi batasan jaringan aktor sebagai: (Mark Considine, 1994: 103) Keterhubungan secara tidak resmi dan semi resmi antara individu-individu dan kelompok-kelompok di dalam suatu sistem kebijakan.

2.4.2 Perumusan Kebijakan dalam Siklus Kebijakan

Proses pembuatan sebuah kebijakan publik melibatkan berbagai aktivitas yang kompleks. Pemahaman terhadap proses pembuatan kebijakan oleh para ahli dipandang penting dalam upaya melakukan penilaian terhadap sebuah kebijakan publik. Untuk membantu melakukan hal ini, para ahli kemudian mengembangkan sejumlah kerangka untuk memahami proses kebijakan (*policy process*) atau seringkali disebut juga sebagai siklus kebijakan (*policy cycles*). Sejumlah ahli yang mengembangkan kerangka pemahaman tersebut diantaranya adalah Dye (2005) dan Anderson (2006).

Menurut Dye (2005, 31), bagaimana sebuah kebijakan dibuat dapat diketahui dengan mempertimbangkan sejumlah aktivitas atau proses yang terjadi didalam sistem politik. Terkait hal ini, dalam pandangan Dye (2005, 31-32), pembuatan kebijakan sebagai sebuah proses akan meliputi sejumlah proses, aktivitas, dan keterlibatan peserta sebagaimana dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2. Pembuatan Kebijakan sebagai sebuah Proses

Proses	Aktivitas	Peserta
Identifikasi Masalah	Publikasi masalah sosial; mengekspresikan tuntutan akan tindakan	Media massa; kelompok kepentingan; inisiatif masyarakat; opini publik

	dari pemerintah	
Penetapan Agenda	Menentukan mengenai masalah-masalah apa yang akan diputuskan; masalah apa yang akan dibahas/ditangani oleh pemerintah	Elit, termasuk presiden dan kongres; kandidat untuk jabatan publik tertentu; media massa
Perumusan Kebijakan	Pengembangan proposal kebijakan untuk menyelesaikan dan memperbaiki masalah	Pemikir; Presiden dan lembaga eksekutif; komite kongres; kelompok kepentingan
Legitimasi Kebijakan	Memilih proposal; mengembangkan dukungan untuk proposal terpilih; menetakannya menjadi peraturan hukum; memutuskan konstitusionalnya	Kelompok kepentingan; presiden; kongres; pengadilan
Implementasi Kebijakan	Mengorganisasikan departemen dan badan; menyediakan pembiayaan atau jasa pelayanan; menetapkan pajak	Presiden dan staf kepresidenan; departemen dan badan
Evaluasi Kebijakan	Melaporkan output dari program pemerintah; mengevaluasi dampak kebijakan kepada kelompok sasaran dan bukan sasaran; mengusulkan perubahan dan reformasi	Departemen dan badan; komite pengawasan kongres; media massa; pemikir

Sumber: Dye, 2005, 32

Terkait dengan pendapat dari Dye mengenai siklus kebijakan sebagaimana dapat dilihat dalam tabel diatas, Anderson (2006, 3-5) memiliki pandangan yang sedikit berbeda mengenai proses atau siklus kebijakan tersebut.

Menurut Anderson (2006, 3-5), proses kebijakan terdiri atas lima tahapan sebagaimana dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3. Proses Kebijakan

Terminologi Kebijakan	Tahap 1: Agenda Kebijakan	Tahap 2: Perumusan Kebijakan	Tahap 3: Adopsi Kebijakan	Tahap 4: Implementasi Kebijakan	Tahap 5: Evaluasi Kebijakan
Definisi	Sejumlah permasalahan diantara banyak permasalahan lainnya yang mendapat perhatian serius dari pejabat publik	Pengembangan usulan akan tindakan yang terkait dan dapat diterima untuk menangani permasalahan publik	Pengembangan dukungan terhadap sebuah proposal tertentu sehingga sebuah kebijakan dapat dilegitimasi atau disahkan	Aplikasi kebijakan oleh mesin administrasi pemerintah	Upaya pemerintah untuk menentukan apakah kebijakan efektif, serta mengapa efektif atau tidak efektif
<i>Common sense</i>	Membuat pemerintah untuk mempertimbangkan tindakan terhadap masalah	Apa yang diusulkan untuk dilakukan terhadap masalah	Membuat pemerintah untuk menerima solusi tertentu terhadap masalah	Aplikasi kebijakan pemerintah terhadap masalah	Apakah kebijakan bekerja baik?

Sumber: Anderson, 2006, 4 (diadaptasi dari Anderson, Brady dan Bullock III, 1984

Berdasarkan tabel 1 dan 2 tersebut, dapat dilihat bahwa perbedaan pandangan dari Dye dan Anderson mengenai proses kebijakan hanya terletak pada masalah identifikasi kebijakan saja. Dye membedakan tahapan antara aktivitas identifikasi masalah dengan penetapan agenda, sementara Anderson menganggap kedua hal tersebut sebagai tahap agenda kebijakan. Tahapan lainnya cenderung sama antara pendapat Dye dan Anderson, yang berbeda hanya istilah penyebutannya saja.

Baik Dye dan Anderson juga cenderung sepakat bahwa tahapan perumusan kebijakan merupakan tahap dimana dikembangkan proposal yang berisikan sejumlah alternatif untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa tahap perumusan kebijakan merupakan tahap yang penting dalam menentukan sebuah kebijakan publik. Pada tahapan ini akan dihasilkan sejumlah usulan kebijakan yang akan diputuskan untuk diambil oleh pemerintah.

2.4.3 Lingkungan Kebijakan (Aktor dan Partisipasi Publik)

Perumusan kebijakan dalam prakteknya akan melibatkan berbagai aktor, baik yang berasal dari aktor negara maupun aktor non negara atau yang disebut oleh Anderson (2006, 46-67) sebagai pembuat kebijakan resmi (*official policy-makers*) dan peserta non pemerintahan (*non-governmental participants*). Pembuat kebijakan resmi adalah mereka yang memiliki kewenangan legal untuk terlibat dalam perumusan kebijakan publik. Mereka

ini menurut Anderson (2006, 46-57) terdiri atas legislatif; eksekutif; badan administratif; serta pengadilan. Legislatif merujuk kepada anggota kongres/dewan yang seringkali dibantu oleh para staffnya. Adapun eksekutif merujuk kepada Presiden dan jajaran kabinetnya. Sementara itu, badan administratif menurut Anderson merujuk kepada lembaga-lembaga pelaksana kebijakan. Dalam konteks Amerika, aktor ini merujuk kepada sejumlah badan seperti misalnya Badan Penerbangan Federal (*Federal Aviation Agency*) serta Badan Perlindungan Lingkungan (*Environmental Protection Agency*). Dipihak lain menurut Anderson, Pengadilan juga merupakan aktor yang memainkan peran besar dalam perumusan kebijakan melalui kewenangan mereka untuk mereview kebijakan serta penafsiran mereka terhadap undang-undang dasar. Dengan kewenangan ini, keputusan pengadilan bisa mempengaruhi isi dan bentuk dari sebuah kebijakan publik.

Selain pembuat kebijakan resmi, terdapat pula peserta lain yang terlibat dalam proses kebijakan yang meliputi diantaranya kelompok kepentingan; partai politik; organisasi penelitian; media komunikasi; serta individu masyarakat. Mereka ini yang disebut oleh Anderson sebagai peserta non pemerintahan (*nongovernmental participants*) karena penting atau dominannya peran mereka dalam sejumlah situasi kebijakan tetapi mereka tidak memiliki kewenangan legal untuk membuat kebijakan yang mengikat. Peranan mereka biasanya adalah dalam menyediakan informasi; memberikan tekanan; serta

mencoba untuk mempengaruhi (Anderson, 2006, 57-67). Mereka juga dapat menawarkan proposal kebijakan yang telah mereka siapkan.

Terkait keterlibatan peserta dalam pembuatan kebijakan ini, khususnya dalam tahapan perumusan kebijakan, maka menurut Sidney (2007, 79 dalam Fischer, Miller and Sidney, 2007) tahap perumusan kebijakan diharapkan melibatkan peserta yang lebih sedikit dibandingkan dalam tahapan penetapan agenda. Dalam tahapan ini menurut Sidney (2007, 79 dalam Fischer, Miller and Sidney, 2007), yang lebih banyak diharapkan adalah kerja dalam merumuskan alternatif kebijakan yang mengambil tempat diluar mata/perhatian publik. Dalam sejumlah teks standar kebijakan, tahap perumusan disebut sebagai sebuah fungsi ruang belakang. Detail dari kebijakan biasanya dirumuskan oleh staff dari birokrasi pemerintah, komite legislatif, serta komisi khusus. Proses perumusan ini biasanya dilakukan di ruang kerja dari para aktor perumus tersebut.

Terkait hal ini, meskipun pada akhirnya perumusan alternatif kebijakan dilakukan lebih banyak oleh para aktor tersebut, menurut Jann dan Wegrich (2007, 49 dalam Fischer, Miller and Sidney, 2007), tidak sepenuhnya bisa dipisahkan dari masyarakat umum dalam perumusan kebijakan. Para perumus menurut Jann dan Wegrich (2007, 49 dalam Fischer, Miller and Sidney, 2007) senantiasa berinteraksi dengan aktor sosial dan membentuk pola hubungan kebijakan (*policy networks*) yang stabil diantara mereka. Jadi meskipun pada

akhirnya kebijakan ditentukan oleh institusi yang berwenang, keputusan diambil setelah melalui proses informal negosiasi dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Dengan demikian keterlibatan aktor lain dalam pemberian ide terhadap proses perumusan kebijakan tetap atau sangat diperlukan.

2.4.4 Pengambilan Keputusan (*Decision Making*)

George. R. Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin ia menjelaskan dasar - dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain :

a. Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lain. Sifat subjektif dari keputusan intuitif ini terdapat beberapa keuntungan

b. Pengalaman

Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

c. Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup untuk keputusan yang baik dan solid.

d. Wewenangan

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial

e. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif. Dalam masyarakat, keputusan yang rasional dapat diukur apabila kepuasan optimal masyarakat dapat terlaksana dalam batas-batas nilai masyarakat yang di akui saat itu.

2.5 Kerangka Pemikiran

Personal branding adalah sebuah proses memasarkan/memperkenalkan diri kita kepada orang lain dengan menonjolkan karakter yang mudah diingat. Apalagi dimasa sekarang ini, kegiatan *personal branding* kian bertambah booming seiring perkembangan teknologi informasi. Dengan *personal branding* secara efektif, seseorang akan dianggap mampu dan ahli sesuai bidangnya, serta meningkatkan reputasi dan nama baik di mata masyarakat. Tujuan *personal branding* adalah memperkenalkan Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim menjalankan kepemimpinannya, mempunyai identitas atau karakter yang menonjol dan berbeda dari yang lain. Setelah menyampaikan pesan tentang identitas, langkah selanjutnya yaitu menyebarkan pesan dengan menggunakan media-media yang cocok atau yang digunakan oleh khalayak, baik melalui media *offline* maupun *online*.

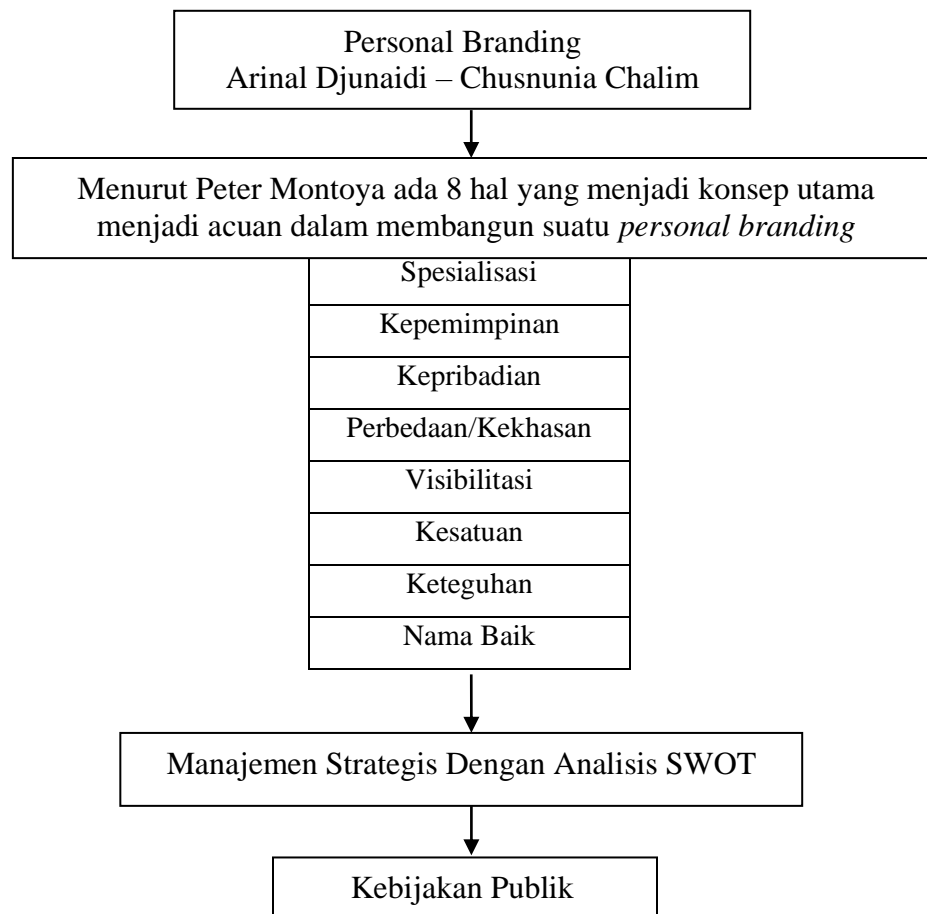
Sebuah *brand* adalah sebuah persepsi yang dihasilkan dari pengalaman dan informasi mengenai perusahaan atau produk. Scammell (2007) mendefinisikan *brand* sebagai representasi psikologis dari suatu produk atau organisasi. Definisi ini berarti bahwa istilah *brand* memiliki lebih dari sekedar simbolis saja tetapi juga nilai dari penggunaannya. Pada tingkat dasar, *brand* bertindak sebagai jalan pintas untuk pilihan konsumen, memungkinkan perbedaan antara produk secara umum sama nilainya.

Ada 8 (delapan) hal yang menjadi konsep utama yang menjadi acuan dalam membangun suatu *personal branding* seseorang dari Peter Montoya (2002) : Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan/Kekhasan (*The Law of Distinctiveness*), Visibilitas (*The Law of Visibility*), Kesatuan (*The Law of Unity*), Keteguhan (*The Law of Persistence*) dan Nama baik (*The Law of Goodwill*).

Kedelapan indikator *personal branding* tersebut yang dimiliki oleh Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim diharapkan mampu untuk mempengaruhi langkah strategis dengan melihat kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan analisis SWOT dalam pengambilan keputusan atau kebijakan publik di Pemerintah Provinsi Lampung. Dengan *personal branding* yang baik harapannya mampu memperkuat keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif,

kemudian mengeksplorasi pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah. Selanjutnya keputusan yang diambil berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup untuk keputusan yang baik dan solid. Lalu menghasilkan keputusan yang berdasarkan pada wewenang dan keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif.

Bagan 1. Kerangka Pikir



Sumber: Modifikasi Peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini berupaya menjelaskan mengenai *Personal Branding Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim Dalam Menentukan Arah Kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung*. Berdasarkan dari obyek dan metode analisis yang digunakan, maka penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2011) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Penelitian kualitatif bersifat menjelaskan, menggambarkan, dan menafsirkan hasil penelitian dengan susunan kata dan kalimat sebagai jawaban atas masalah yang diteliti. Metode kualitatif lebih bersifat empiris dan dapat menelaah informasi lebih dalam untuk mengetahui hasil penelitian lebih lanjut. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena diharapkan fenomena yang terjadi pada *personal branding* Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim dapat di sampaikan secara utuh.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian memberikan batasan dalam pengumpulan data, sehingga dalam pengumpulan data yang diambil dari lapangan akan lebih spesifik dan tidak terlalu melebar ke permasalahan-permasalahan yang tidak berkaitan dengan penelitian. Fokus penelitian ini akan selalu disempurnakan selama proses penelitian dan bahkan memungkinkan untuk diubah pada saat berada di lapangan. Penelitian ini difokuskan pada bagaimana ***Personal Branding Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim Dalam Menentukan Arah Kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung.***

Tabel 5. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian	Indikator
1. <i>Personal Branding</i>	Ada 8 (delapan) hal yang menjadi konsep utama yang menjadi acuan dalam membangun suatu <i>personal branding</i> dari Peter Montoya (2002): Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>), Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>), Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>), Perbedaan/Kekhasan (<i>The Law of Distinctiveness</i>), Visibilitas (<i>The Law of Visibility</i>), Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>), Keteguhan (<i>The Law of Persistence</i>) dan Nama baik (<i>The Law of Goodwill</i>).
2. Manajemen Strategi	Strategi dirumuskan untuk menggalang berbagai sumber daya organisasi dan mengarahkannya pencapaian visi organisasi. Tanpa strategi yang tepat, sumberdaya organisasi akan terhambur konsumsinya, sehingga akan berakibat pada

	kegagalan organisasi dalam mewujudkan visinya. Adapun langkah strategis dengan melihat kekuatan (<i>strengths</i>), kelemahan (<i>weaknesses</i>), peluang (<i>opportunities</i>) dan ancaman (<i>threats</i>) dengan analisis SWOT dalam pengambilan keputusan atau kebijakan publik di Pemerintah Provinsi Lampung.
3. Pengambilan Keputusan	George. R. Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin ia menjelaskan dasar - dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain : Intuisi, Pengalaman, Fakta, Wewenangan dan Rasional.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat menjelaskan objek penelitian dapat ditemukan. Menurut Herdiansyah (2012), lokasi penelitian merupakan tempat-tempat yang akan dijadikan dalam proses pengambilan data. Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Adapun lokasi penelitian dilakukan di Provinsi Lampung, dengan pertimbangan bahwa peneliti berkeyakinan lokasi tersebut memiliki problem *personal branding* dalam menjalankan roda pemerintahan Provinsi Lampung. Penelitian dilakukan pada 31 Agustus 2019 sampai dengan 27 April 2021

3.4 Jenis Data

Menurut Nawawi Hadari (2006) data merupakan bentuk tanggapan, pendapat, keyakinan, perasaan, hasil pemikiran, dan pengetahuan seseorang tentang segala sesuatu yang dipertanyakan sehubungan dengan masalah penelitian. Sumber data adalah tempat data diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak ataupun dokumen-dokumen. Moleong (2011) pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya. Pada penelitian kualitatif kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari manusia sebagai sumber informasi. Sumber data primer diperoleh peneliti dengan cara menggali langsung data-data dari informan, hasil observasi lapangan serta data yang diperoleh dari hasil wawancara dari pihak-pihak yang dianggap memahami hal-hal *personal branding*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang yang berasal dari berbagai literatur, foto, atau dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen dan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan pelaksanaan kinerja Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2009) adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Pelaksanaan observasi dilakukan karena untuk mengetahui kondisi awal tempat penelitian, untuk mengetahui program yang dilaksanakan dari mulai perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan penyusunan laporan.

Pelaksanaan observasi yang peneliti lakukan diantaranya: melihat kondisi awal penelitian, mencari hal yang dapat memperkuat hasil penelitian, melaksanakan observasi lanjutan apabila diperlukan. Teknik observasi yang dilakukan penelitian ini melalui observasi terbuka (*overt observation*). Dalam situasi ini peneliti teridentifikasi secara jelas dan selama observasi subjek sadar bahwa mereka sedang diobservasi. Teknik ini dilakukan untuk mengamati kondisi fisik dan peristiwa yang objektif terkait dengan menggunakan media sosial, media cetak, media elektronik, dan media luar ruangan. Penelitian ini menggunakan observasi untuk mengetahui bagaimana profil tempat penelitian, bagaimana penerapan *personal branding*. Oleh

karena itu peneliti menggunakan pengamatan secara langsung selama proses penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada informan, kemudian pewawancara mencatat atau merekam jawaban-jawaban yang dikemukakan oleh informan. Peneliti menyusun panduan wawancara berdasarkan fokus masalah penelitian untuk dijadikan materi dalam wawancara agar menjadi terarah dan tidak menyimpang. Peneliti menyusun panduan wawancara berdasarkan fokus masalah penelitian untuk dijadikan materi dalam wawancara agar menjadi terarah dan tidak menyimpang. Peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, artinya proses wawancara lebih terbuka dengan meminta pendapat atau gagasan narasumber terkait bagaimana *personal branding* Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim memimpin Provinsi Lampung sehingga peneliti dapat menemukan data yang lebih mendalam dengan mencatat dan mendengarkan keterangan dari informan.

Adapun informan yang akan peneliti wawancara adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Data Informan

No	Nama	Jabatan/Pekerjaan	Peran Dalam Penelitian
1	Ir. Hi. Arinal Djunaidi	Gubernur Lampung	Subjek penelitian yang menjadi sumber data riset
2	Hj. Chusnunia Chalim, M.Si. M.Kn. Ph.D	Wakil Gubernur Lampung	Subjek penelitian yang menjadi sumber data riset
3	Dr. Ir. M. Yusuf Salfarado Barusman., MBA	Ketua Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Organisasi Wilayah (Orwil) Lampung	Memberikan informasi mengenai <i>personal branding</i> kepemimpinan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
4	Prof. Dr. KH. Moh. Mukri., M.Ag	Ketua Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) Lampung	Memberikan informasi mengenai <i>personal branding</i> kepemimpinan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
5	Prof. Dr. H. Marzuki Noor	Ketua Pimpinan Wilayah (PW) Muhammadiyah Lampung	Memberikan informasi mengenai <i>personal branding</i> kepemimpinan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
6	Dr. Iskandar Zulkarnain., SH, MH	Dewan Kehormatan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Lampung	Memberikan informasi mengenai <i>personal branding</i> kepemimpinan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
7	Hendri Yansah, S.Ikom	Ketua Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) Lampung	Memberikan informasi mengenai <i>personal branding</i> kepemimpinan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
8	Hendry Sihaloho, SH.	Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandar Lampung	Memberikan informasi mengenai <i>personal branding</i> kepemimpinan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
9	Apriliati, SH., MH	Ketua Fraksi PDI Perjuangan DPRD	Memberikan informasi mengenai <i>personal branding</i>

No	Nama	Jabatan/Pekerjaan	Peran Dalam Penelitian
		Provinsi Lampung dan Ketua Kaukus Perempuan Politik Provinsi Lampung	kepemimpinan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
10	Mingrum Gumay, S.H., M.H	Ketua DPRD Provinsi Lampung	Memberikan informasi mengenai kepemimpinan dan kebijakan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
11	Hi. Rahmat Mirzani Djausal, ST., MM	Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI) Provinsi Lampung dan Ketua Fraksi Partai Gerindra DPRD Provinsi Lampung	Memberikan informasi mengenai kepemimpinan dan kebijakan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
12	Ahmad Giri Akbar, SE., MBA	Ketua Umum Badan Pengurus Daerah (BPD) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Provinsi Lampung	Memberikan informasi mengenai kepemimpinan dan kebijakan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung
13	Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si	Pengamat Komunikasi Lampung sekaligus Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung	Memberikan informasi mengenai kepemimpinan dan kebijakan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2021

3. Studi Kajian Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan pada subjek penelitian, namun melalui dokumentasi. Dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti,

sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Dokumen yang digunakan dapat berupa peraturan perundang-undangan, buku harian, laporan kegiatan, panduan pelaksanaan kegiatan, arsip-arsip, foto-foto, dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian. Teknik dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data yang tidak didapatkan dari proses wawancara. Agar data yang diperoleh peneliti dapat teruji kebenarannya.

3.6 Teknik Analisis Data

Data-data yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah data-data yang berhubungan dengan penerapan *personal branding* Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan tahap analisis. Analisis dalam penelitian kualitatif merupakan suatu proses kegiatan yang berlangsung secara terus menerus, berkesinambungan dan interaktif.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan meliputi:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan semua kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan berbagai data dari sumber terkait topik yang diteliti.

2. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul

dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

3. Penyajian Data

Pada tahap penyajian data, peneliti berusaha menyusun data yang relevan untuk menghasilkan informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu. Prosesnya dilakukan dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian. Penyajian data yang baik merupakan satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid dan handal dapat berbentuk uraian teks, tabel dan gambar.

4. Penarikan Kesimpulan

Melakukan kegiatan peninjauan ulang dengan catatan-catatan lapangan atau dengan kata lain menguji kebenaran data-data yang ada. Hasil dari wawancara peneliti kepada informan kemudian ditarik kesimpulan sesuai dengan masalah dan tujuan peneliti.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (*validitas*) atas keandalan (*realibilitas*). Derajat kepercayaan atau kebenaran suatu penilaian ditentukan oleh standar apa yang digunakan. Peneliti kualitatif menyebut standar tersebut dengan keabsahan data. Dari beberapa kriteria yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data menurut Moleong (2011), peneliti menggunakan konsep keabsahan data yaitu triangulasi. Menurut Moleong (2011) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Triangulasi berupaya untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dengan sumber lain melalui berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan metode yang berlainan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengecekan data melalui beberapa sumber lain dengan melakukan wawancara ke beberapa informan yakni dari Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung, tokoh-tokoh masyarakat dan lembaga/individu yang berkompeten dalam bidang *personal branding*.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Provinsi Lampung

4.1.1 Administrasi Pemerintahan

Provinsi Lampung sebelum tanggal 18 Maret 1964 adalah merupakan Keresidenan Lampung, yang berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 3 tahun 1964, yang kemudian menjadi Undang-Undang Nomor 14 tahun 1964 Keresidenan Lampung ditingkatkan menjadi Provinsi Lampung dengan Ibukota Tanjungkarang – Telukbetung. Selanjutnya Kotamadya Tanjungkarang - Telukbetung tersebut berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 24 tahun 1983 telah diganti namanya menjadi Kotamadya Bandar Lampung terhitung sejak tanggal 17 Juni 1983.

Secara administratif Provinsi Lampung dibagi dalam 15 (lima belas) Kabupaten/Kota, yang selanjutnya terdiri dari beberapa wilayah Kecamatan dengan perincian sebagai berikut :

1. Kabupaten Lampung Barat dengan Ibukota Liwa, luas wilayah 2.142,78 km² terdiri dari 15 (lima belas) kecamatan.
2. Kabupaten Tanggamus dengan Ibukota Kota Agung, luas wilayah

3.020,64 km² terdiri dari 20 (dua puluh) kecamatan.

3. Kabupaten Lampung Selatan dengan Ibukota Kalianda, luas wilayah 700,32 km² terdiri dari 17 (tujuh belas) kecamatan.
4. Kabupaten Lampung Timur dengan Ibukota Sukadana, luas wilayah 5.325,03 km² terdiri dari 24 (dua puluh empat) kecamatan.
5. Kabupaten Lampung Tengah dengan Ibukota Gunung Sugih, luas wilayah 3.802,68 km² terdiri dari 28 (dua puluh delapan) kecamatan.
6. Kabupaten Lampung Utara dengan Ibukotanya Kotabumi, luas wilayah 2.725,87 km² terdiri dari 23 (dua puluh tiga) kecamatan.
7. Kabupaten Way Kanan dengan Ibukota Blambangan Umpu, luas wilayah 3.921,63 km² terdiri dari 14 (empat belas) kecamatan.
8. Kabupaten Tulang Bawang dengan Ibukota Menggala, luas wilayah 3 466,32 km² terdiri dari 15 (lima belas) kecamatan.
9. Kabupaten Pesawaran dengan Ibukota Gedong Tataan, luas wilayah 2.243,51 km² terdiri dari 11 (Kecamatan) kecamatan.
10. Kabupaten Pringsewu dengan ibukota Pringsewu, luas wilayah 625,00 km² terdiri 9 (sembilan) kecamatan
11. Kabupaten Mesuji dengan ibukota Mesuji, luas wilayah 2.184,00 km² terdiri 7 (tujuh) kecamatan
12. Kabupaten Tulang Bawang Barat dengan ibukota Panaragan Jaya, luas wilayah 1.201,00 km² terdiri 8 (delapan) kecamatan.

13. Kabupaten Pesisir Barat dengan ibukota Krui., luas wilayah 2.907,23 km² terdiri 11 (sebelas) kecamatan
14. Kota Bandar Lampung dengan luas wilayah 296 km² terdiri dari 20 (dua puluh) kecamatan.
15. Kota Metro dengan luas wilayah 61,79 km² terdiri dari 5 (lima) kecamatan.

Sejak berdirinya Provinsi Lampung tahun 1964 sampai saat ini telah dijabat oleh 12 (dua belas) Gubernur/Kepala Daerah Tingkat I berturut-turut sebagai berikut:

1. Koesno Danu Upoyo menjabat Gubernur/KDH Tingkat I (1964-1966)
2. Hi. Zainal Abidin PA menjabat Gubernur/KDH Tingkat I (1966-1972)
3. R. Soetiyoso menjabat Gubernur/KDH Tingkat I (1972-1978)
4. Yasir Hadibroto menjabat Gubernur/KDH Tingkat I (1978-1988)
5. Poedjono Pranyoto menjabat Gubernur/KDH Tingkat I (1988-1998)
6. Drs. Oemarsono menjabat Gubernur/KDH Tingkat I (1998 -2002)
7. Hari Sabarno Menteri Dalam Negeri Selaku Pejabat Pembina Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Lampung (2002-2004)
8. Drs. Hi. Sjachroedin ZP, SH menjabat Gubernur (2004-2008)
9. Drs. Syamsurya Ryacudu menjabat Gubernur (2008-2009)
10. Drs. Hi. Sjachroedin ZP, SH menjabat Gubernur (2009-2014)
11. M. Ridho Ficardo, SPi, MSi menjabat Gubernur (2014-2019)
12. Ir. Arinal Djunaidi menjabat Gubernur (2019-sekarang)

Sedangkan pejabat yang pernah menduduki Wakil Gubernur Lampung adalah sebagai berikut:

1. Drs. A. Subki Harun menjabat Wakil Gubernur (1984-1988)
2. Drs. Man Hasan menjabat Wakil Gubernur (1989-1993)
3. Drs. Suwardi Ramli menjabat Wakil Gubernur Bidang Pemerintahan (1994-1998)
4. Drs. Oemarsono menjabat Wakil Gubernur Bidang Ekonomi dan Pembangunan (1994-1998)
5. Drs. Syamsurya Ryacudu menjabat Wakil Gubernur (2004-2008)
6. Ir. MS. Joko Umar Said, MM menjabat Wakil Gubernur (2009-2014)
7. Bachtiar Basri menjabat Wakil Gubernur (2014-2019)
8. Chusnunia Chalim, Ph. D menjabat Wakil Gubernur (2019-sekarang)

4.1.2 Perumusan Kebijakan dalam Siklus Kebijakan

Pemerintah Provinsi Lampung terdiri dari 15 Kabupaten/Kota. Pada tahun 2019 jumlah kecamatan yang ada di Provinsi Lampung yaitu sebanyak 228 kecamatan. Kabupaten Lampung Tengah memiliki kecamatan paling banyak yaitu 28 kecamatan. Sementara jumlah kelurahan dan desa yang ada di Provinsi Lampung yaitu 205 kelurahan dan 2.449 desa. Kemudian untuk anggota legislatif, Anggota Dewan jumlah Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) terdiri dari 85 orang yang terbagi menjadi 10 partai. Menurut jenis kelamin, jumlah Anggota DPRD terdiri dari 70 laki-laki dan 15 perempuan. Sementara Aparatur Sipil Negara (ASN) pada tahun 2019 di Lingkup Pemerintahan Provinsi Lampung tercatat sebanyak 16.381 yang terdiri dari 8.157 laki-laki dan 8.224 Perempuan. Lalu, Realisasi Pendapatan dan Pengeluaran Realisasi pendapatan pemerintah Provinsi Lampung pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp.7.267.484.515,- dan realisasi belanja pemerintah Provinsi Lampung yaitu Rp.7.096.444.585,-.

Anggota DPRD dipilih melalui pemilihan umum (Pemilu) dan dilantik dalam masa jabatan lima tahun. Kemudian Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terdiri dari Sekretaris Daerah, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Badan Persatuan Bangsa dan Politik Daerah, Badan Pengolahan Lingkungan Hidup, Badan Ketahanan Pangan Daerah, Badan Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu, Badan Pengelolaan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Daerah, Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintah

Desa Daerah, Badan Pendidikan dan Latihan Daerah, Rumah Sakit Umum Daerah, Inspektorat Daerah, Badan Kepegawaian Daerah, Satuan Polisi Pamong Praja, Rumah Sakit Jiwa, Badan dan Informatikan, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dinas Bina Marga, Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah, Dinas Pengairan dan Pemukiman, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura, Dinas Perkebunan, Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, Dinas Kelautan dan Perikanan, Dinas Kehutanan, Dinas Pertambangan dan Energi, Dinas Pendapatan, Dinas Perindustrian, Dinas Perdagangan.

Setingkat Menteri terdiri dari Kejaksaan Agung, Tentara Nasional Indonesia, dan Kepolisian Negara Republik Indonesia. Lembaga Pemerintah Non Kementerian terdiri dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, Badan Koordinasi Penanaman Modal, Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika, Badan Narkotika Nasional, Badan Nasional Penanggulangan Bencana, Badan Nasional Penanggulangan Terorisme, Badan Pusat Statistik, Badan SAR Nasional, Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Realisasi Penerimaan dan Pengeluaran Pemerintah Provinsi adalah realisasi/perhitungan APBD Provinsi pada tiap tahun anggaran. Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah.

Tabel 7. Jumlah Anggota DPRD Provinsi Lampung Menurut Partai Politik dan Jenis Kelamin Periode 2019-2024

Partai Politik <i>Political Parties</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
1	(2)	(3)	(4)
Partai Demokrat	10	-	10
Partai Golongan Karya	9	1	10
Partai Hati Nurani Rakyat	-	-	0
Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan	13	6	19
Partai Gerakan Indonesia Raya	10	1	11
Partai Amanat Nasional	7	-	7
Partai Nasdem	6	3	9
Partai Kebangkitan Bangsa	5	4	9
Partai Keadilan Sejahtera	9	-	9
Partai Persatuan Pembangunan	1	-	1
Jumlah/Total	70	15	85

Sumber: Sekretariat DPRD Provinsi Lampung

4.2 Visi Misi dan Program Kerja Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim



Gubernur Lampung

Ir. Arinal Djunaidi

Wakil Gubernur Lampung

Chusnunia Chalim, M.Si., M.Kn., Ph.D

VISI :

“Rakyat Lampung Berjaya”

(aman, berbudaya, maju dan berdaya saing, sejahtera)

MISI :

1. Menciptakan kehidupan yang religius (agamis), berbudaya, aman, dan damai.
2. Mewujudkan “*good governance*” untuk meningkatkan kualitas dan pemerataan pelayanan publik.
3. Mengembangkan upaya perlindungan anak, pemberdayaan perempuan, dan kaum difabel.

4. Mengembangkan infrastruktur guna meningkatkan efisiensi produksi dan konektivitas wilayah.
5. Membangun kekuatan ekonomi masyarakat berbasis pertanian dan wilayah pedesaan yang seimbang dengan wilayah perkotaan.
6. Mewujudkan pembangunan daerah yang berkelanjutan untuk kesejahteraan bersama.

Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Pemerintah Provinsi Lampung dibuat berdasar pada RPJMD tahun 2019 – 2020 yang ditetapkan dengan Peraturan Gubernur Lampung Nomor 13 tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Lampung tahun 2019 – 2024 pada tanggal 28 Oktober 2019. Rencana Kinerja Tahunan (RKT) Pemerintah Provinsi Lampung ini merupakan proses perencanaan pembangunan daerah Lampung yang berorientasi pada hasil yang ingin dicapai selama kurun waktu tahun 2020 yang berisikan visi, misi, tujuan, sasaran dan strategi yang dilaksanakan melalui kebijakan dan program Gubernur Lampung.

4.2.1 Visi Provinsi Lampung

Masyarakat Lampung berkehendak untuk menjadikan visi pembangunan daerah Provinsi Lampung dari gubernur terpilih periode 2019 – 2024 sebagai aspirasi, peta jalan atau langkah strategis, energi masyarakat untuk pembangunan dan identitas masyarakat untuk bergerak kearah yang lebih maju, baik secara komparatif ataupun secara kompetitif. Visi menentukan

arah pembangunan daerah atau kondisi yang akan dicapai selama 5 (lima) tahun. Visi pembangunan daerah dituangkan dalam RPJMD merupakan visi pembangunan kepala daerah dan wakil kepala daerah terpilih yang disampaikan pada waktu proses pilihan kepala daerah. Visi pembangunan Provinsi Lampung periode 2019-2024 sesuai dengan visi kepala daerah dan wakil kepala daerah terpilih adalah: **“Rakyat Lampung Berjaya”**

Memperhatikan visi pembangunan tersebut, diharapkan masyarakat Lampung menjadi "subyek utama" dalam pembangunan daerah dan dalam membangun kesejahteraannya. Pembangunan dapat terwujud jika didukung adanya rasa aman dan tentram bagi masyarakat dan investor, didukung oleh sarana dan prasarana pelayanan publik yang baik dan merata. Melalui prasyarat tersebut, maka Lampung dapat tumbuh menjadi daerah yang maju dengan masyarakatnya yang cerdas (berbudaya) dan berdaya saing sehingga kesejahteraan dan kemakmuran bersama dapat tercapai.

4.2.2 Misi Provinsi Lampung

Misi adalah upaya yang harus dilakukan oleh organisasi secara terencana dalam rangka mewujudkan visi. Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Provinsi Lampung melaksanakan *direction* untuk tugas – tugas yang diemban dalam rangka mewujudkan visi Provinsi Lampung 2019 – 2024 yang dapat dilaksanakan melalui **Misi Provinsi Lampung** sebagai berikut:

1. Menciptakan kehidupan yang *religijs* (agamis), berbudaya, aman dan damai.

Komitmen dalam melaksanakan misi-1, menciptakan kehidupan yang *religijs* (agamis), berbudaya, aman dan damai yang didukung dengan kepastian hukum:

- a) Melaksanakan upaya untuk memperkuat penghayatan dan pengamalan Pancasila, UUD 1945, NKRI, dan Bhineka Tunggal Ika dalam kehidupan masyarakat melalui jalur pendidikan formal dan informal, komunikasi publik dan media masa, serta lembaga dan organisasi terkait;
- b) Memberikan dukungan dalam upaya menumbuhkembangkan, penghayatan, dan pelaksanaan nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat;
- c) Meningkatkan koordinasi dan dukungan kepada instansi vertikal dan Kabupaten/Kota dalam mendorong terciptanya Kamtibmas dan penegakan hukum;
- d) Mendukung dan memperluas sosialisasi penegakan hukum (sadar hukum) sampai ketingkat perdesaan;
- e) Meningkatkan peran lembaga adat, lembaga agama, lembaga kemasyarakatan dan forum komunikasi dalam upaya mencegah dan mengatasi terjadinya konflik dalam masyarakat, penyalahgunaan narkoba, radikalisme, dan masalah-masalah sosial lainnya;

- f) Memperkuat komunikasi antarlembaga dan kelompok masyarakat dalam menciptakan kebersamaan dan toleransi, serta meningkatkan kebudayaan daerah dan kerukunan hidup antar umat beragama;
- g) Meningkatkan semangat gotong royong masyarakat dalam pembangunan;
- h) Mengembangkan tradisi budaya daerah sebagai kearifan lokal untuk menjadi dasar dan strategi dalam pembangunan daerah;

2. Mewujudkan "*good governance*" untuk meningkatkan kualitas dan pemerataan pelayanan publik.

Komitmen dalam melaksanakan misi-2, Mewujudkan "*good governance*" untuk meningkatkan kualitas dan pemerataan pelayanan publik:

- a) Membenahi dan meningkatkan kualitas birokrasi Pemerintah Daerah melalui manajemen Pegawai Negeri Sipil dalam upaya mewujudkan ASN yang profesional dalam pembangunan dan pelayanan publik;
- b) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar Pemerintah Kabupaten/kota, instansi vertikal di daerah, dan dunia usaha dalam rangka membangun sinergitas pembangunan daerah;
- c) Meningkatkan peran serta masyarakat, transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan tugas-tugas Pemerintah Daerah dengan mempergunakan teknologi informasi;

- d) Memaksimalkan sumber-sumber pendapatan daerah melalui tatakelola yang professional dalam upaya peningkatan pendapatan asli daerah untuk pembangunan;
- e) Meningkatkan komunikasi dengan Pemerintah Pusat dalam upaya pembangunan daerah Lampung melalui usulan program yang prospektif, inovatif, produktif, dan kolaboratif;
- f) Mengembangkan peran BUMD untuk membantu dan mendukung peran Pemerintah Daerah dalam pembangunan;
- g) Menata regulasi dan kebijakan pengembangan dunia usaha melalui penyederhanaan perizinan, skema insentif dan dis-insentif, serta kepastian biaya pelayanan;
- h) Meningkatkan ketentraman, ketertiban dan perlindungan masyarakat melalui upaya edukasi dan pemberdayaan bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten/Kota.

3. Meningkatkan kualitas SDM dan mengembangkan upaya perlindungan anak, pemberdayaan perempuan dan penyandang disabilitas.

Komitmen dalam melaksanakan misi-3, Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mengembangkan upaya perlindungan anak, pemberdayaan perempuan dan penyandang disabilitas:

- a) Meningkatkan kualitas, pemerataan dan akses pelayanan pendidikan menengah (SMA), kejuruan (SMK), dan SLB bekerjasama dengan lembaga terkait;
- b) Meningkatkan kualitas, pemerataan, dan akses pelayanan kesehatan dan kesejahteraan sosial sampai ketingkat desa bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten/Kota dan lembaga terkait (NGO, lembaga donor, dunia usaha, dll);
- c) Mewujudkan lingkungan fisik, sosial dan budaya yang dapat menjamin terpenuhinya hak-hak anak sehingga anak dapat tumbuh dan berkembang dalam bidang jasmani dan rohani secara baik;
- d) Melaksanakan upaya pemberdayaan perempuan dalam rangka meningkatkan peran perempuan dalam rumah tangga, sosial ekonomi, dan kemasyarakatan, serta dalam bidang politik;
- e) Melaksanakan upaya untuk menghapuskan kekerasan dalam rumah tangga, eksploitasi pekerja dibawah umur (anak), perdagangan perempuan (*women trafficking*), dan menjamin hak-hak perempuan dalam bidang ketenagakerjaan;
- f) Meningkatkan kompetensi dan daya saing tenaga kerja lokal melalui pendidikan kejuruan, latihan kerja, sertifikasi kompetensi, serta program magang;
- g) Menyediakan fasilitas pelayanan sosial dan ekonomi bagi penyandang disabilitas;

- h) Mendukung berkembangnya peran lembaga lembaga yang mengadvokasi perlindungan anak, pemberdayaan perempuan, dan penyandang disabilitas.

4. Mengembangkan infrastruktur guna meningkatkan efisiensi produksi dan konektivitas wilayah.

Komitmen dalam melaksanakan misi-4, mengembangkan infrastruktur guna meningkatkan efisiensi produksi, konektivitas wilayah, dan system permukiman:

- a) Memperluas dan mengintegrasikan pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur transportasi untuk memperkuat konektivitas internal guna menumbuhkan ekonomi daerah dan pengembangan wilayah secara merata;
- b) Mengembangkan dan memfungsikan jaringan infrastruktur regional (jalan tol sumatera, jalan nasional, pelabuhan laut, pelabuhan penyeberangan, dermaga, kereta api, dan bandara) untuk meningkatkan konektivitas eksternal dalam upaya memperluas dan meningkatkan daya saing pasar komoditas Provinsi Lampung pada wilayah regional, nasional dan internasional;
- c) Mendorong investasi pembangkit dan jaringan energi listrik (termasuk energi baru dan terbarukan) dalam upaya meningkatkan kemandirian energi daerah serta pemerataan layanan listrik;

- d) Mendorong pengembangan sistem penyediaan air minum regional (SPAM Regional);
- e) Mendorong pengembangan sistem pengolahan sampah regional;
- f) Mendorong pengembangan dan perluasan jaringan gas agar bisa melayani rumah tangga secara merata;
- g) Mendorong pengembangan dan perluasan jaringan telekomunikasi dan informasi sampai kewilayah perdesaan;
- h) Memperluas pembangunan dan peningkatan kualitas pemukiman pedesaan, kampung nelayan dan pemukiman (kumuh) perkotaan, serta memfasilitasi pembangunan perumahan masyarakat berpenghasilan rendah.

5. Membangun kekuatan ekonomi masyarakat berbasis pertanian dan wilayah perdesaan yang seimbang dengan wilayah perkotaan.

Komitmen dalam melaksanakan misi-5, membangun kekuatan ekonomi masyarakat berbasis pertanian dan wilayah perdesaan yang seimbang dengan wilayah perkotaan:

- a) Melaksanakan pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur pengairan serta meningkatkan tata kelola air irigasi dalam rangka memperluas jangkauan dan meningkatkan index pertanian serta untuk pengendalian banjir;

- b) Meningkatkan produktivitas dan nilai tambah ekonomi untuk komoditas tanaman pangan, perkebunan, perikanan, peternakan, dan hutan kemasyarakatan melalui program subsidi, insentif, fasilitasi pemasaran, fasilitasi permodalan, fasilitasi inovasi dan teknologi produksi, penyediaan saprodi dan alsintan;
- c) Membangun dan mengembangkan sentra pertanian (tanaman pangan, hortikulturan, perkebunan, perikanan, dan peternakan), sentra industri kecil, kawasan industri menengah dan besar, serta sentra pariwisata;
- d) Membuka peluang investasi seluas-luasnya bagi dunia usaha (bidang produksi, industri pengolahan, perdagangan, jasa, dan pariwisata) dengan prioritas investasi untuk industri hilir yang dapat menyerap tenaga kerja lokal dan ramah lingkungan;
- e) Mengembangkan skema investasi dan kerjasama dalam bentuk kemitraan dan *partnership* dengan dunia usaha, lembaga donor, dan lembaga pemerintah (Kementerian dan Pemerintah Provinsi lainnya) dalam pembangunan daerah dan menciptakan kesempatan kerja;
- f) Mengembangkan kewirausahaan (Koperasi dan UMKM) melalui inovasi dan standarisasi produk (termasuk untuk industri kreatif), akses permodalan, pemasaran, dan program kemitraan dengan pihak lainnya;

- g) Mendukung perluasan program jaminan sosial dan jaminan kesehatan bekerjasama dengan BPJS, Asosiasi Pengusaha, dan Asosiasi Pekerja.

6. Mewujudkan pembangunan daerah berkelanjutan untuk kesejahteraan bersama

Komitmen dalam melaksanakan misi-6, mewujudkan pembangunan daerah secara berkelanjutan untuk kesejahteraan bersama:

- a) Pengarusutamaan lingkungan sebagai pendekatan pembangunan berkelanjutan;
- b) Mengutamakan pendekatan pembangunan berkelanjutan dalam pembangunan dan investasi melalui pencapaian Target Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*);
- c) Mengembangkan inovasi daerah dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi pemanfaatan sumberdaya pembangunan dan pelestarian lingkungan hidup;
- d) Mengembangkan wilayah melalui pendekatan lingkungan dan penataan ruang yang dapat mengakomodir pertumbuhan dan pemerataan pembangunan dengan mengedepankan prinsip pelestarian lingkungan hidup;
- e) Mengintensifkan upaya rehabilitasi kawasan hutan, hutan bakau, dan lahan kritis;

- f) Mengintensifkan program penghijauan di luar kawasan hutan dengan tanaman yang bernilai ekonomi;
- g) Mengintensifkan upaya perhutanan sosial dalam rangka meningkatkan fungsi lindung kawasan hutan yang terpadu dengan kesejahteraan masyarakat;
- h) Meningkatkan pengawasan, pengendalian, dan penegakan hukum terhadap alih fungsi lahan, pembalakan liar (*illegal logging*), pencemaran lingkungan, dan kerusakan lingkungan sebagai dampak dari pembangunan dengan memberdayakan peran serta masyarakat;
- i) Meningkatkan upaya mitigasi bencana alam berbasis peran serta masyarakat.

4.2.3 Tujuan Pembangunan Provinsi Lampung

Mengacu pada misi Provinsi Lampung yang telah ditetapkan, maka tujuan yang hendak dicapai atau dihasilkan dalam kurun waktu 5 (lima) tahun adalah sebagai berikut :

Misi Kesatu, Menciptakan Kehidupan Yang *Religius* (Agamis), Berbudaya, Aman dan Damai, dengan tujuan ;

- a. Terwujudnya masyarakat yang berbudaya luhur dan kondusif (Lampung Merawat Indonesia), dengan indikator tujuan “Indeks Kerukunan Umat Beragama”.

b. Pelestarian Warisan Budaya, dengan indikator tujuan “jumlah warisan budaya yang dilestarikan”.

Misi Kedua, Mewujudkan “*Good Governance*” untuk Meningkatkan Kualitas dan Pemerataan Pelayanan Publik, dengan tujuan :

a. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, dengan indikator tujuan “Nilai Reformasi Birokrasi”.

Misi Ketiga, Meningkatkan Kualitas SDM, Mengembangkan Upaya Perlindungan Anak, Pemberdayaan Perempuan dan Penyandang Disabilitas, dengan tujuan :

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dengan indikator tujuan:

- a. Indeks Pembangunan Manusia
- b. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)

Misi Keempat, Mengembangkan Infrastruktur Guna Meningkatkan Efisiensi Produksi dan Konektivitas Wilayah, dengan tujuan:

Meningkatnya Kuantitas dan Kualitas Prasarana, Sarana dan Utilitas Dasar Wilayah (Infrastruktur Lampung Berjaya), dengan indikator tujuan:

- a. Capaian rata-rata peningkatan kondisi infrastruktur (indeks konektivitas rasio elektrifikasi rumah tangga dan persentase luas areal sawah terairi)
- b. Capaian rata-rata peningkatan akses masyarakat terhadap pemukiman yang layak sehat (%).

Misi Kelima, Membangun Kekuatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Pertanian dan Wilayah Pedesaan yang Seimbang dengan Wilayah Perkotaan dengan tujuan :

Meningkatnya perekonomian daerah berbasis pertanian, dengan indikator tujuan:

- a. Pertumbuhan Ekonomi
- b. Laju Inflasi
- c. Angka Kemiskinan
- d. Indeks *Williamson*
- e. Indeks Gini

Misi Keenam, Mewujudkan Pembangunan Daerah yang Berkelanjutan Untuk Kesejahteraan Bersama, dengan tujuan:

Mewujudkan keseimbangan lingkungan dan keberlanjutan pembangunan, dengan indikator tujuan “Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH)”.

4.2.4 Sasaran Strategis Provinsi Lampung

Mengacu kepada misi yang telah ditetapkan, maka sasaran yang hendak dicapai atau dihasilkan dalam kurun waktu 5 (lima) tahun adalah sebagai berikut :

1. Misi Menciptakan Kehidupan Yang Religius (Agamis), Berbudaya, Aman dan Damai, dengan menitikberatkan pada sasaran :
 - a. Meningkatkan kerukunan antar umat beragama
 - b. Meningkatkan kualitas demokrasi masyarakat
 - c. Meningkatnya pelestarian budaya

2. Misi Mewujudkan “*Good Governance*” Untuk Meningkatkan Kualitas dan Pemerataan Pelayanan Publik dengan menitikberatkan pada sasaran :
 - a. Meningkatnya kualitas implementasi reformasi birokrasi;
 - b. Meningkatnya akuntabilitas keuangan dan akuntabilitas kinerja;
 - c. Meningkatnya kualitas layanan kepada masyarakat.
3. Misi Meningkatkan Kualitas SDM, Mengembangkan Upaya Perlindungan Anak, Pemberdayaan Perempuan dan Penyandang Disabilitas, dengan menitikberatkan pada sasaran :
 - a. Meningkatnya derajat kesehatan masyarakat (Lampung Sehat);
 - b. Meningkatnya aksesibilitas dan kualitas pendidikan menengah;
 - c. Meningkatnya pengarusutamaan gender, perlindungan anak dan kemandirian disabilitas;
 - d. Meningkatnya peran serta pemuda dalam pembangunan dan prestasi di bidang olahraga nasional (Pemuda dan Olahraga Berjaya);
 - e. Meningkatnya penyerapan tenaga kerja.
4. Misi Mengembangkan Infrastruktur Guna Meningkatkan Efisiensi Produksi dan Konektivitas Wilayah, dengan menitikberatkan pada sasaran:
 - a. Meningkatnya konektivitas antar wilayah;
 - b. Terwujudnya ketahanan dan kemandirian energi menuju Lampung Terang;
 - c. Meningkatnya kapasitas jaringan sumberdaya air;

- d. Meningkatnya akses masyarakat terhadap perumahan dan kawasan permukiman yang Layak, Sehat dan Aman.
- 5. Misi Membangun Kekuatan Ekonomi masyarakat Berbasis Pertanian dan Wilayah Pedesaan yang Seimbang dengan Wilayah Perkotaan, dengan menitikberatkan pada sasaran:
 - a. Meningkatnya pertumbuhan sektor pertanian;
 - b. Meningkatnya pertumbuhan sektor industri dan perdagangan;
 - c. Menjaga stabilitas harga;
 - d. Menurunnya kemiskinan;
 - e. Mengurangi ketimpangan antar wilayah;
 - f. Menurunnya ketimpangan pendapatan dalam masyarakat.
- 6. Misi Mewujudkan Pembangunan Daerah yang Berkelanjutan untuk Kesejahteraan Bersama, dengan menitikberatkan pada sasaran:
 - a. Peningkatan Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH);
 - b. Meningkatnya ketangguhan terhadap bencana

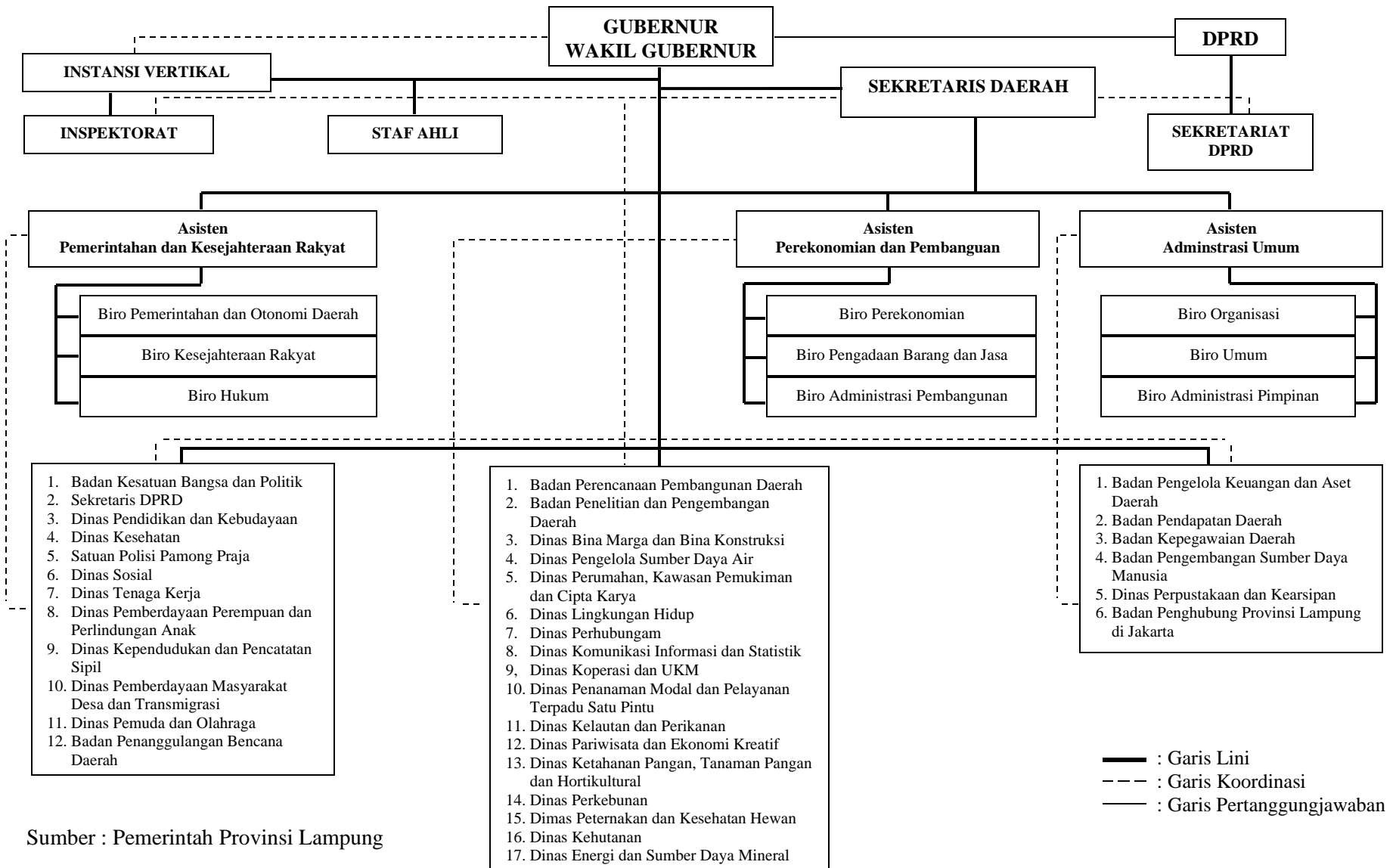
4.2.5 Strategi dan Arah Kebijakan Daerah Dalam RPJMD 2019 - 2024

Berdasarkan visi misi serta tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, maka upaya pencapaiannya kemudian dijabarkan secara lebih sistematis melalui perumusan strategi, arah kebijakan, dan program. Selain itu, untuk mengukur capaian kinerja, maka dirumuskan pula indikator sebagai tolok ukur kinerja. Pelaksanaan pembangunan periode 2019-2024 merupakan tahap pembangunan lima tahunan keempat dari RPJPD Provinsi Lampung Tahun 2005-2025. Sesuai dengan arah

kebijakan pembangunan RPJPD Provinsi Lampung, tahapan pembangunan periode 2019-2024 adalah untuk mempertahankan momentum kemajuan dan memantapkan kesejahteraan. Arah kebijakan tersebut akan menjadi pedoman penyusunan RPJMD tahun 2019-2024. RPJMD akan menjabarkan tahapan pembangunan tersebut setiap tahun, yang akan menjadi pedoman bagi penentuan fokus/ tema pembangunan dalam RKPD.

4.3. Struktur Organisasi Pemerintah Provinsi Lampung

Bagan Struktur Pola Hubungan Kerja Perangkat Daerah Dalam Penyelenggaraan Pemerintah Provinsi Lampung



Sumber : Pemerintah Provinsi Lampung

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat selama pemantauan *personal branding* Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim sampai saat ini ditahun ketiga 2021 memimpin Bumi Ruwai Jurai. Adapun hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang menekankan pada aspek pemahaman dan analisis secara mendalam adalah sebagai berikut.

1. *Personal branding* Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim saling melengkapi dalam menjalankan tugasnya. Arinal Djunaidi memiliki latar belakang keilmuan pertanian dan birokrat sementara Chusnunia Chalim merupakan sosok politisi yang pandai memainkan perannya dan sangat dekat dengan masyarakat baik secara online dimedia sosial maupun secara tatap muka bertemu langsung. Kepemimpinan Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim disisa periodenya diharapkan terus meningkatkan kinerjanya untuk mampu memberikan motivasi dan solusi penangangan kepada masyarakatnya untuk tetap bangkit melawan pandemi

covid-19. Koordinasi dan sinergitas memberi energi positif yang baik untuk mewujudkan “Rakyat Lampung Berjaya” yang betul-betul dirasakan oleh masyarakatnya. Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim sejak awal maju dalam pesta demokrasi Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung senantiasa tampil dihalayak ramai untuk menyapa masyarakatnya. Setelah terpilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung juga terus gencar melakukan publikasi program kerja dan berbagai aktivitas kegiatan di berbagai media cetak, elektronik, digital maupun media sosial.

2. Strategi Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim untuk mensukseskan visi-misi dan program kerjanya yang telah ditetapkan, maka upaya yang dilakukan ialah melihat kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Kemudian melakukan koordinasi internal maupun koordinasi internal untuk menyamakan persepsi dan gerak dalam mewujudkan Rakyat Lampung Berjaya. Selanjutnya merangkul semua pihak seperti swasta, akademisi, komunitas/tokoh masyarakat dan media massa yang terlibat dalam program-program kerjanya. Selain itu menjalin komunikasi yang intens dan melakukan evaluasi secara rutin bersama jajaran Forum Komunikasi Pimpinan Kepala Daerah (Forkopimda) dan Bupati/Walikota di 15 Kabupaten/Kota di Lampung. Kemudian aktif berkoordinasi dan bersinergi dengan Pemerintah Pusat. Kemudian dijabarkan secara lebih sistematis melalui perumusan strategi, arah kebijakan, dan program. Selain itu, untuk mengukur capaian kinerja, maka dirumuskan pula indikator sebagai tolok ukur kinerja. Aturan

dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia yang berkaitan dengan manajemen strategis dalam pengelolaan pemerintah daerah. Pasal 150 Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah. Manajemen strategis pada pemerintah daerah lebih mengarah pada pendekatan sistem perencanaan strategis.

3. Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim sudah memainkan peranannya dalam memimpin Provinsi Lampung. *Personal branding* yang dimiliki oleh pemimpin sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dan membuat suatu kebijakan sesuai intuisi, pengalaman, fakta, wewenang dan rasionalitas serta *top down and bottom up*. Ditengah defisit anggaran pada tahun pertamanya dan ditahun kedua serta tahun ketiga kepemimpinannya menghadapi pandemi covid-19 maka diharapkan lebih serius dan maksimal lagi dalam mengambil suatu kebijakan yang dituangkan dalam program-program serta janji kerja kemudian diimplementasikan. Jaringan organisasi perangkat daerah (OPD) dan instansi terkait di Lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung serta Pemerintah Kabupaten/Kota juga bersinergi untuk melalui persoalan yang saat ini terjadi sehingga visi-misi Rakyat Lampung Berjaya tersebut benar-benar dirasakan oleh masyarakatnya.

6.2 Saran

Beberapa saran dan pertimbangan yang disajikan berdasarkan penelitian ini antara lain:

1. Sosok Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dengan latar belakang keilmuan pertanian dan birokrat diharap mampu mengoptimalkan potensi di sektor pertanian yang ada di Provinsi Lampung sehingga kebutuhan ketahanan pangan bisa terpenuhi. Sementara itu Wakil Gubernur Lampung, Chusnunia Chalim merupakan sosok politisi yang pandai memainkan perannya dan sangat dekat dengan masyarakat baik secara online dimedia sosial maupun secara tatap muka bertemu langsung. Perpaduan karakter dan latar belakang pengalaman keduanya bisa dioptimalkan untuk mengimplementasikan program kerja dan visi misinya.
2. Kepemimpinan Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim disisa periodenya diharap terus meningkatkan kinerjanya dan harus mampu memberikan motivasi dan solusi kepada masyarakatnya untuk tetap bangkit melawan pandemi covid-19. Kemudahan penyampaian informasi mengenai berbagai kebijakan diharap benar-benar tersampaikan kepada seluruh elemen masyarakat secara luas.
3. Komitmen untuk mewujudkan Lampung Berjaya yang menjadi fokus prioritas pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung terpilih Arinal Djunaidi-Chusnunia Chalim di periode kepemimpinanya periode 2019-2024 diharap mampu diwujudkan dengan segala perjuangan berdasarkan kompetensi,

segudang pengalaman, jaringan di pemerintah pusat dan tentunya dengan dukungan dan peran serta semua komponen masyarakat Lampung.

4. Bagi pejabat publik dan tokoh politik visibilitas atau kenampakan harus dilakukan secara konsisten dan terus menerus agar eksistensi dan popularitasnya tetap ada di masyarakat. Baik buruknya citra pejabat publik tergantung dengan berita-berita dan informasi yang diterima masyarakat baik melalui media massa maupun media sosial.
5. Citra diri yang ditanamkan pemimpin diharap terus positif saat bertugas sebagai pejabat publik menjalankan roda pemerintahan maupun kehidupan sehari-hari. Citra diri ini yang akan dicontoh oleh masyarakat, masyarakat juga bisa memberikan penilaian terhadap kelakuan para pemimpinnya. Setiap pemimpin sudah pasti, tak ada yang sempurna. Oleh sebab itu orientasi kedepan adalah mengedepankan kualitas integritas, kesantunan, dan keadaban.
6. Program kerja yang sudah baik diharap lebih baik lagi. Kemudian pemeranan menjadi penting, karena berkolaborasi untuk bersama-sama pemerintah, masyarakat, akademisi, media massa dan dunia usaha diperlukan untuk menjalankan roda kepemimpinan yang baik.
7. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang lebih mendalam, komprehensif dan dengan cakupan objek penelitian lebih luas, sehingga pengabdian keilmuan yang dilakukan akan lebih memiliki pengaruh yang lebih besar untuk masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU:

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia. Bandung.
- Abdoellah, Awan dan Yudi Rustiana, 2016, *Teori dan Analisis Kebijakan Publik*, Alfabeta. Bandung
- Abdul Wahab, Solichin, 2002, *Analisis Kebijaksanaan: dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*. Sinar Grafika. Jakarta
- Adman Nursal, 2004, *Political Marketing, Strategi memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*, Gramedia. Jakarta
- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: RinekaCipta Communication, Edisi Sembilan. Salemba Humanika. Jakarta
- Ali, Achmad, 2005, *Keterpurukan Hukum di Indonesia Penyebab dan Solusinya*. Ghalia Indonesia, Cetakan Kedua. Ciawi - Bogor
- A. O'Brien, James. 2008. Pengantar Sistem Informasi Salemba Empat. Jakarta.
- Arifin, Anwar. 2014. *Politik Pencitraan*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ashiddiqie, Jimly, 2005. *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*, Konstitusi Press. Jakarta.
- Budiardjo, Miriam, 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, PT. Gramedia Pustaka. Jakarta
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu sosial lainnya*. Prenada Media Group. Jakarta
- Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi format format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen dan pemasaran*. Prenada Media Group. Jakarta

- Cangara, Hafied. 2014. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Creeber, G. & Martin, R (ed). 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press
- Creswell, John W. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran edisi Keempat*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Crosbie, Vin. 2002. *What is new media?*. USA: Peter Lang Publishing
- Dailey, Patrick R. 2009. "Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture". Burlington, Linkage.
- Djamal. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Dunn, William, 1998. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*, Gajah Mada University Press. Yogyakarta
- Fadilasari, Ira. 2017. *Santri dan Pendidikan Politik*. Lajnah Ta'lif wan Nasyr (LTN) PWN Lampung. Bandar Lampung
- Firmanzah. 2012. *Marketing politik: antara pemahaman dan realitas*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Grant, Robert. 1999. *Analisis Strategi Kontemporer : Konsep, Teknik, Aplikasi*. Edisi ke 2, Alih Bahasa Thomas Secokusomo. Erlangga. Jakarta
- Haroen, Dewi. 2014 *Personal Branding : Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Gramedia Pustaka Utara, Jakarta.
- Hadari Nawawi, 2016. *Metode Penelitian Sosial*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta
- Herdiansyah, Haris, 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika. Jakarta Selatan
- Heryanto, Gun Gun. 2018. *Media Komunikasi Politik. Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. IRCiSoD. Yogyakarta
- Hutagalung, Simon Sumanjoyo dan Dedy Hermawan. 2018. *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Grup Penerbit CV Budi Utama Yogyakarta

- Kartajaya, Hermawan. 2008. *Crowd*. Gramedia. Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 2009. *NewWave Marketing*. Gramedia. Jakarta
- Kennedy, Jhon E. dan Soemanagara, R. Dermawan. (2006). *Marketing Communication, Taktik & Strategi*. Jakarta Barat: PT. Bhuana Ilmu Populer. Jakarta Barat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke. 13. Erlangga. Jakarta
- Kriyantono, Rachmat 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human*
- McNally, David dan Speak, Karl D. 2004. *Be your own Brand*, Gramedia Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya Pelajar. Bandung
- Montoya, P. and Vandehey, T. (2008) *The Brand Called You Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business*. McGraw-Hill, New York.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *MEDIA SOSIAL(Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Nugroho D, Riant, 2005. *Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Parengkuan, Erwin, dan Becky Tumewu, 2014, *Personal Brand-Inc, Rahasia Untuk Sukses dan Bertahan di Karir*, Gramedia. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosda Karya Bandung
- Rampersad, Hubert K. 2008. *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. PPM. Jakarta.
- Ridwan HR., 2007. *Hukum Administrasi Negara*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Scammell, Margaret. 2015. *Politics and Image: The Conceptual Value of*

Branding. Journal of Political Marketing.

Stephanie, K. Marrus. 2002. *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Rajawali Press. Jakarta

Subakti, Ramlan. 2013. *Memahami Ilmu Politik*. PT. Grasindo. Jakarta.

Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA. Bandung

Tamimy, Muhammad Fadhal. (2017). *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Visimedia Jakarta

Thoha, Miftah. 2012. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Wasesa, Silih Agung. 2013. *Political Branding & Public Relations*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

SUMBER JURNAL:

Muslimah, Izzatul. 2018. *Strategi Personal Branding Ganjar Pranowo Dengan Nilai Kearifan Lokal di Instagram Dalam Pilgub Jateng 2018*. Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Semarang

Kartika Agustina. 2017. *Analisis Strategi Personal Branding melalui Media Sosial Instagram*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

Laksitawikan. 2016. *Bentuk Personal Branding melalui Media Sosial oleh @saptuari*. Fakultas Ilmu Humaniora dan Ilmu sosial Universitas Islam Indonesia Sunan Kalijaga

Rinova, Dora. 2015. *Analisis Penentuan Strategi Pemasaran Politik Dalam Pilgub 2014 Menggunakan Analytical Hierarchy Process (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung)*. Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Bandar Lampung

Yunitasari, Cindy dan Edwin Japarianto, 2013, *Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding Dari C.Y.N*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1 No. 1

SUMBER WEBSITE:

AJI Bandar Lampung Kecam Gubernur Ancam Jurnali RMOL

<https://www.lampung.aji.or.id/257/aji-bandar-lampung-kecam-gubernur-ancam-jurnalis-rmol/> . Diakses pada 26 Juni 2020, pukul 20.00 WIB

AJI Kecam Gubernur Lampung Arinal Djunaidi Bentak Wartawan

<https://www.kumparan.com/lampunggeh/aji-kecam-gubernur-lampung-arinal-djunaidi-bentak-wartawan-1tgO8XfvAAs/full> . Diakses pada 26 Juni 2020, pukul 20.00 WIB

Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Provinsi Lampung

<https://www.lampung.bps.go.id/publication/2020/10/19/9c337cbfec8e038ce5f65de9/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha-provinsi-lampung.html>. Diakses pada 26 Juni 2020, pukul 20.00 WIB

BAWASLU Lampung Akan Gelar Sidang Pembuktian Politik Uang Pilgub

<https://www.lampost.co/berita-bawaslu-lampung-akan-gelar-sidang-pembuktian-politik-uang-pilgub.html>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20.35 WIB

BAWASLU Putuskan Arinal Nunik Tak Langgar Administrasi

<https://www.lampost.co/berita-bawaslu-putuskan-arinal-nunik-tak-langgar-administrasi.html>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20.35 WIB

Dilantik jadi Gubernur, Arinal Djunaidi Ingin Lampung Berjaya di Masa Depan

<https://www.setkab.go.id/dilantik-jadi-gubernur-arinal-djunaidi-ingin-lampung-berjaya-di-masa-depan/>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20.35 WIB

Ditetapkan Sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Arinal-Nunik Akan Koordinasi Dengan Pusat Untuk Pembangunan

<https://www.lampost.co/berita-ditetapkan-sebagai-gubernur-dan-wakil-gubernur-lampung-arinal-nunik-akan-koordinasi-dengan-pusat-untuk-pembangunan.html>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20.35 WIB

Gubernur Arinal dan Wagub Nunik Paparkan Catatan Kinerja 100 Hari Kerja

<https://www.lampungprov.go.id/detail-post/gubernur-arinal-dan-wagub-nunik-paparkan-catatan-kinerja-100-hari-kerja>. Diakses pada 19 Oktober 2020 pukul 20.00 WIB

Kembali Hardik Wartawan , Aji Kecam Tindakan Gubernur Lampung Arinal Djunaidi

<https://nusantara.rmol.id/read/2020/06/26/440825/kembali-hardik-wartawan-aji-kecam-tindakan-gubernur-lampung-arinal-djunaidi>. Diakses pada 26 Juni 2020, pukul 20.00 WIB

KPK Panggil Wagub Lampung Chusnunia Chalim

<https://www.antaranews.com/berita/1160588/kpk-panggil-wagub-lampung-chusnunia-chalim> . Diakses pada 26 Juni 2020, pukul 20.00 WIB

KPK Periksa Chusnunia Chalim Terkait Pencalonan Mustafa di Lampung

<https://tirto.id/kpk-periksa-chusnunia-chalim-terkait-pencalonan-mustafa-di-lampung-elCe> .Diakses pada 26 Juni 2020, pukul 20.00 WIB

Pemprov Lampung Defisit Rp. 1.7 Triliun

<https://www.lampost.co/berita-pemprov-lampung-defisit-rp1-7-triliun.html>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20.35 WIB

Presiden Jokowi Lantik Arinal dan Chusnunia Sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung

<https://www.setkab.go.id/presiden-jokowi-lantik-arinal-dan-chusnunia-sebagai-gubernur-dan-wakil-gubernur-lampung/>. Diakses pada 8 Juli 2019 pukul 20.35 WIB

Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim Diperiksa KPK Sebagai Saksi Kasus Suap Miliaran Rupiah PUPR

<https://www.tribunnews.com/nasional/2019/11/26/wakil-gubernur-lampung-chusnunia-chalim-diperiksa-kpk-sebagai-saksi-kasus-suap-miliaran-rupiah-pupr> . Diakses pada 26 Juni 2020, pukul 20.00 WIB