

ABSTRAK

***POLITICAL BRANDING* EVA DWIANA DAN DEDDY AMARULLAH DALAM PEMILIHAN WALIKOTA DAN WAKIL WALIKOTA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2020**

By

Kiki Fitriyani Ali Zen

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *political branding* eva dwiana dan deddy amarullah dalam pemilihan walikota dan wakil walikota Bandar Lampung tahun 2020 yang mengusung pasangan eva dwiana dan deddy amarullah. selanjutnya penulis ingin mengungkap *political branding* eva dwiana dan deddy amarullah yang bisa memenangkan kontestasi pemilihan walikota dan wakil walikota Bandar Lampung tahun 2020 dengan memperoleh suara terbanyak mencapai 249.241 suara. Penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh *political branding* calon wwalikota dan wakil walikota yang digunakan untuk meningkatkan perolehan suara kandidat. Adapun metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan data yang bersumber dari hasil wawancara serta data dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh eva dwiana dan deddy amarullah yaitu menggunakan branding politik calon walikota dan wakil walikota sebagai strategi pemenangan pasangan calon. Hal ini yang kemudian membuat calon walikota dan wakil walikota memiliki pengaruh terhadap perolehan suara di Bandar Lampung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa branding calon walikota dan wakil walikota terhadap perolehan suara pasangan calon. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada 5 komponen yang digunakan oleh eva dwiana dan deddy amarullah pada pilwakot 2020 diantaranya merk politik, mengkomunikasikan nilai, mereposisi kandidat, jaminan kepada pemilih dan memberikan wajah baru.

KATA KUNCI : Branding Politik, Pilkada

ABSTRACT

POLITICAL BRANDING EVA DWIANA AND DEDDY AMARULLAH IN THE ELECTION OF MAYOR AND DEPUTY MAYOR BANDAR LAMPUNG ON 2020

By

Kiki Fitriyani Ali Zen

This research is motivated by the political branding of eva dwiana and deddy amarullah in the 2020 election for mayor and deputy mayor of Bandar Lampung, which carried the pair eva dwiana and deddy amarullah. Next, the author wants to reveal the political branding of eva dwiana and deddy amarullah who were able to win the 2020 Bandar Lampung mayor and deputy mayor election contest by obtaining the most votes reaching 249,241 votes. This research explains the influence of political branding of mayoral and deputy mayoral candidates which is used to increase the candidate's vote share. This research method is descriptive qualitative with data sourced from interviews and documentation data. The research results show that the strategy used by eva dwiana and deddy amarullah is using political branding for mayor and deputy mayor candidates as a winning strategy for the candidate pair. This then makes the mayoral and deputy mayoral candidates have an influence on the vote tally in Bandar Lampung. This research concludes that the branding of mayoral and deputy mayoral candidates affects the vote acquisition of candidate pairs. This research concludes that there are 5 components used by eva dwiana and deddy amarullah in the 2020 City Election, including political branding, communicating values, repositioning candidates, guarantees to voters and giving a new face.

KEYWORDS: Political Branding, Regional Elections