

ABSTRAK

Studi ini membahas mengenai strategi *brand* politik dan strategi komunikasi *brand* politik yang dilakukan Samsul Arifin pada pemilihan kepala desa Tambakboyo tahun 2018. Skripsi ini ditulis karena adanya calon kepala desa termuda di Kabupaten Sukoharjo yang memenangkan pemilihan kepala desa tahun 2018 melawan petahana yang sudah dua periode memimpin. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dengan Samsul Arifin dan Koordinator tim Samsul yang dianalisis menggunakan teori *political branding strategies* milik Lorann Downer.

Temuan studi ini diantaranya Samsul mem-*branding*-kan diri sebagai pemuda yang siap mengubah pemerintahan desa yang telah rusak di periode sebelumnya. *Brand* politik tersebut diterjemahkan dalam beberapa hal yaitu visi dan misi untuk menyejahterakan warga desa dengan gotong royong, melayani masyarakat, serta transparan dan akuntabel dalam keuangan. Kemudian ada slogan seperti “Revolusi Mental”, “Tambakboyo BISA”, “Bersatu untuk Maju”, “TAMBAKBOYO SIAP MENGANTARMU MENUJU ISTANA”, dan simbol warna merah. *Brand* politik tersebut disampaikan kepada pemilih dengan cara kerja sama dengan RT dalam pengangkatan Samsul sebagai calon kepala desa, pengondisian pemuda terhadap orang tua masing-masing, sosialisasi di perkumpulan RT, meminta do’a restu kepada warga dusun I, orasi saat pendaftaran, pembentukan tim sayap Samsul, mengantisipasi serangan fajar, penggunaan MMT dan pembuatan kaos yang bertujuan untuk mengidentifikasi pihak mana saja yang berada di kubu Samsul. *Brand* politik tersebut harus diimplementasikan sesuai konsep agar citra calon tidak rusak.

Kata Kunci: *Brand* Politik, Pilkades, Pemerintahan Desa, Calon Kepala Desa.

ABSTRACT

This study discusses about political brand strategy and political brand communication strategy of Samsul Arifin in Headman election of Tambakboyo in 2018. This study was written because there is a youngest headman candidate in Sukoharjo who won the headman election in 2018 against incumbent who had two periods of leadership. This study uses descriptive qualitative method with in-depth interviews data collection techniques with Samsul Arifin and the Samsul team coordinator then it was analyzed by using Lorann Downer's theory of political branding strategies.

The results of this study are Samsul has branded himself as a young man who will build the village government that has been damaged in the previous period. The political brand was translated in several ways, likes the vision and mission to improve the welfare of villagers with mutual cooperation, serving the community, and being transparent and accountable in finance. Then, there are slogan likes "Revolusi Mental", "Tambakboyo BISA", "Bersatu untuk Maju", "TAMBAKBOYO SIAP MENGANTARMU MENUJU ISTANA", and red colour symbol. The political brand was delivered to the voters by collaborating with the RT in appointing Samsul as a headman candidate, the youths are conditioning their parents, socializing in the RT forum, asking for blessing to the residents of hamlet I, speech during registration of candidate, forming a Samsul's wings team, anticipating the fajar attack, using MMT and making t-shirts aimed to identify the people who was in Samsul's side. The political brand must be implemented according to the concept, so it is not damaging candidate's brand.

Keywords: Political Brand, Headman Election, village government, headman candidate.