

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Terdapat tiga variabel dalam kajian tentang *personal branding* calon legislatif perempuan dalam memenangkan pemilu legislatif tahun 2009 dan 2014 di Dapil 1 Kabupaten Kupang. Tiga variabel tersebut yakni : (1), Spesialisasi, (2). Kepribadian, dan (3). Visibility.

##### **1. Aspek Spesialisasi**

Berdasarkan hasil analisis pada sub variabel spesialisasi dapat disimpulkan bahwa spesialisasi Deasy Ballo dari sisi prinsip yaitu Deasy Ballo merupakan orang yang memiliki prinsip yang baik. Prinsip yang baik ini kemudian menjadi *brand* tersendiri baginya. *Brand* orang yang memiliki prinsip yang baik inilah yang membuat ia memiliki keunikan tersendiri. Di samping itu juga Deasy Ballo juga memiliki keunikan dari sisi pengalaman organisasi, yaitu ia pernah menjadi anggota dan ketua organisasi intra kampus. Dalam kehidupannya pada saat ia menjadi caleg ia juga sering terjun ke masyarakat untuk mendengarkan keluhan-keluhan masyarakat. Hal ini membuat Deasy Ballo berbeda dengan caleg perempuan lainnya yang tidak mau berjuang untuk mensosialisasikan diri.

##### **2. Aspek Kepribadian**

Berdasarkan hasil analisis terhadap data pada sub variabel kepribadian dapat disimpulkan bahwa dari sisi Deasy Ballo merupakan seorang yang sangat dermawan, ramah, dan tidak sombong dengan siapa saja terutama di daerah pemilihannya dan terkhususnya di Kupang Timur. Citra ini sangat berpengaruh bagi Deasy Ballo dalam

memenangi pemilihan umum legislatif dan inilah yang membuat Deasy Ballo memiliki *brand* tersendiri dibandingkan dengan caleg lainnya.

### **3. Aspek Visibility**

Berdasarkan hasil analisis terhadap data pada sub variabel Visibility dapat disimpulkan bahwa Deasy Ballo tidak melakukan kampanye pemilu akan tetapi melakukan kampanye politik, bentuk kampanye politik yang dilakukan oleh Deasy Ballo guna memperoleh dukungan suara dari masyarakat, yaitu berkumpul dengan masyarakat, menyampaikan maksud dan tujuannya, dan juga meminta dukungan dari masyarakat. Hal ini memiliki kelebihan karena Deasy Ballo dapat melihat lebih dekat kehidupan dan masalah yang terjadi di masyarakat dan Deasy Ballo bisa lebih akrab dan lebih dikenal masyarakat (pemilih) di dapilnya dan Deasy Ballo saat turun ke masyarakat tidak memberikan janji akan tetapi hanya meminta dukungan dari masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa Deasy Ballo mempunyai *brand* yang membuat masyarakat memilih Deasy Ballo bukan karena janji-janji yang diberikan akan tetapi mereka memilih Deasy Ballo karena menurut mereka ibu Deasy Ballo datang dengan kesederhanaannya dan menjadi bagian dari masyarakat.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Pada pemilu yang akan datang, caleg perempuan harus bisa menunjukkan sesuatu yang khas/unik dari dirinya sehingga menjadi brandnya.
2. *Personal branding* harus didukung dengan tim sukses yang kuat terutama orang yang terdekat yaitu suami dan keluarga.

3. Ketika partai sudah merekrut caleg perempuan, wajib untuk melatih caleg perempuan dan tidak hanya untuk memenuhi kuota 30%.
4. Proses kaderisasi dalam partai politik harus dijalankan secara konsisten. Terutama kaderisasi untuk kaum perempuan agar tidak kewalahan saat pemilu.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Bashin, Kamla & Said Khan, Nighat. 1995. *Persoalan Pokok Mengenai Feminisme dan Relevansinya*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Budiarjo, Miriam. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Fakih, Mansoer. 2003. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar: Jogjakarta
- Felsky, Rita. 2005. *Teori-Teori Sosial: Observasi Kritis Terhadap Para Filosof Terkemuka*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta
- Haroen, Dewi. 2014. *Personal Branding, Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. PT. Gramedia : Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mulia, Siti Musdah. 2007. *Menuju Kemandirian Politik Perempuan: Upaya Mengakhiri Depolitisasi Perempuan di Indonesia*. Kibar Press : Jakarta
- Wijaksana, M.B. 2004. *Modul Perempuan Untuk Politik: Sebuah Panduan Tentang Partisipasi Perempuan dalam Politik*. Yayasan Jurnal Perempuan: Jakarta

### Undang-Undang:

Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 Tentang Pemilu DPR, DPD dan DPRD

Data KPUD No. Tahun 2009 dan 2014

### Skripsi:

- Skripsi Alexander Roinaldis Manek “Perilaku Memilih (Studi Kasus Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kemenangan Pasangan Jefri Riwu Kore-Johanes Dae di Kecamatan Alak pada *Pilkada* Kota Kupang Tahun 2007)”. Ilmu Pemerintahan FISIP Unwira 2008
- Skripsi Fera Hariani Nasution “Perilaku Pemilih pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara secara *Langsung* di Kabupaten Labuhan Batu”. Ilmu Politik FISIP Usu 2009
- Skripsi Michael Atie “Studi Tentang Mekanisme RRekrutmen Politik Calon Anggota DPRD Oleh Partai Politik Periode 2004 – 2009 di Kabupaten Belu”. Ilmu Pemerintahan FISIP Unwira 2004

### Internet:

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/14859/1/09E01121.pdf>

[http://eprints.undip.ac.id/42163/1/BAB\\_I-III.pdf](http://eprints.undip.ac.id/42163/1/BAB_I-III.pdf)

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/128417-T%2026622-Brand%20equity-Tinjauan%20literatur.pdf>

[http://eprints.ums.ac.id/25676/15/Naskah\\_Publikasi.pdf](http://eprints.ums.ac.id/25676/15/Naskah_Publikasi.pdf)

<file:///I:/refren PB/http.pdf>

<http://www.berdikarionline.com/gagasan-kartini-dan-konteks-sekarang/>