

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

Triyadi Isworo

Program Studi Magister Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Lampung

Email: triyadiisworo@gmail.com

ABSTRACT

This research is motivated by looking at the personal branding of Governor Arinal Djunaidi and Deputy Governor Chusnunia Chalim in the leadership process and formulating public policies in Lampung Province. The purpose of this research 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 Deputy Governor Chusnunia Chalim. Based on the object and the analytical method used, this research includes descriptive research with a qualitative approach looking at Specialization, Leadership, Personality, Differences / Distinctiveness, Visibility, Unity, Firmness and Good Name. The results of the study found that the process of determining the direction of government policy was influenced by personal branding and communication as well as synergy with all stakeholders. The conclusion in this study is that Arinal Djunaidi and Chusnunia Chalim have played their roles but problem identification, communication and policy implementation need to be optimized and evaluated regularly so that the policies taken can be in accordance with community problems.

Keywords: Personal Branding and Policy Making

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan melihat *personal branding* Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim dalam proses kepemimpinan dan menyusun kebijakan publik di Provinsi Lampung. Tujuan penelitian untuk mengetahui *personal branding* yang diterapkan, strategi apa yang digunakan untuk mensukseskan visi-misi 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 melihat mengenai Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan/Kekhasan, Visibilitas, Kesatuan, Keteguhan dan Nama Baik. Hasil penelitian menemukan bahwa dalam proses menentukan arah kebijakan pemerintah dipengaruhi dengan personal branding dan komunikasi serta sinergitas dengan semua pemangku kepentingan. Kesimpulan dalam penelitian ini ialah Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim sudah menjalankan peranannya akan tetapi identifikasi masalah, komunikasi dan implementasi kebijakan perlu dioptimalkan serta dievaluasi secara rutin sehingga kebijakan yang diambil bisa sesuai dengan persoalan masyarakat.

Kata Kunci: Personal Branding dan Pengambilan Kebijakan

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu administrasi negara sampai saat ini semakin meluas. Kajian terhadap administrasi,

implementasi dan kebijakan publik yang mempengaruhi kondisi masyarakat saat ini sedang menuju kearah yang lebih kekinian. Peningkatan ini karena adanya

kemajuan ilmu pengetahuan, informasi, dan inovasi yang menjadi tumpuan pertimbangan bagi daerah sehingga lahirlah kebijakan publik yang meliputi kepentingan rakyat, perkumpulan dan negara di bawah kepentingan masyarakat. Unsur-unsur logis juga terus bergerak dari pemerintah daerah, masalah legislatif, sosial, budaya, ekonomi, desain segmen dan korespondensi hingga kontrol. Dengan tujuan agar desain dan kekuatan politik menjadi sulit untuk dipisahkan dari kebijakan publik.

Pilkada yang bersifat langsung, umum, dan bebas (luber) serta jujur dan adil (jurdil) akan menjadikan sekelompok partai mayoritas menguasai pemerintahan yang menitikberatkan pada pendidikan politik bagi individu sebagai warga negara. Undang-Undang (UU) 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 telah dilaksanakan mulai sekitar tahun 2005, memberikan kesempatan kepada penduduk Indonesia untuk mengambil keputusan sesuai dengan keinginan dan suara hati masyarakatnya. Ada yang menarik dari kontestasi Pilkada lima tahunan ini. Sebuah prestasi pasangan Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim bisa terpilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung. Sementara petahana Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Muhammad Ridho Ficardo dan Bachtiar Basri tumbang.

Awal-awal kontestasi Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung, sosok Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim belum banyak diketahui masyarakat. Hasil surveinyapun jauh dibawah

kompetitornya. Kemudian ketika masa kampanye semua pasangan calon, partai politik, tim pemenangan dan simpatisan terus melakukan langkah-langkah pemenangan jagoannya masing-masing. Sesuai rekap laporan tentang audit dana kampanye keempat pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang dilakukan oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Lampung, diketahui 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,-. Kemudian sampai pada hari pemungutan suara tiba yakni Rabu, 27 Juni 2020 masyarakat sebagai pemilih menyampaikan haknya di tempat pemungutan suara (TPS). Pemilihan tersebut dimenangkan oleh pasangan Arinal Djunaidi-Chusnunia Chalim.

Proses dinamika pemenangan pilkada sampai terpilih menjadi kepala daerah tersebut mengedepankan personal branding pasangan calon kepala daerah serta partai politik sebagai mesin pergerakan agar menarik minat masyarakat. Menurut Nursal (2004) personal branding akan memberikan keuntungan kepada seseorang untuk lebih memiliki kekuatan jika dibandingkan lawan lainnya. Dengan adanya personal branding, calon pemimpin akan memiliki peluang yang baik dalam

kompetisi. Hal penting seperti inilah yang dilakukan oleh kandidat-kandidat yang akan bersaing untuk memikat hati masyarakat sebagai pemilih. Strategi personal branding merupakan cara berkomunikasi agar pemilih akan diajak masuk kedalam suatu pikiran bahwa seorang kandidat tersebut memiliki makna tertentu yang mencerminkan kelebihan dan keunggulan terhadap kandidat pesaing lain. Dengan personal branding yang baik di masyarakat yang awalnya masyarakat tidak bersimpati menjadi bersimpati, dari yang tidak peduli kemudian peduli. Personal branding memperkuat dukungan masyarakat dan dapat berdampak untuk meningkatkan tingkat keterpilihan.

Selain citra diri yang dapat memenangkan pesta demokrasi, namun diperlukan dalam penyusunan kebijakan publik ketika roda pemerintahannya berjalan. Proses dinamika politik erat kaitannya dengan komunikasi dan administrasi. Wilson (1974) mengatakan bahwa proses administrasi merupakan tindak lanjut dari proses politik dimana administrasi berjalan ketika suatu kebijakan tersebut dihasilkan dari rangkaian proses politik. Belajar tentang administrasi negara berarti belajar tentang kekuatan dan kekuasaan. Hal ini adalah salah satu tujuan orientasi dari konstelasi politik yaitu kekuasaan. Saat mengamati pengaruh politik akan administrasi negara, hal yang perlu diperhatikan yakni sistem politik yang merupakan sistem pola hubungan kekuasaan dalam pemerintah dengan konstituennya dalam hal ini masyarakat. Sistem politik terdiri dari hubungan pengembangan kekuasaan eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Bagaimana bentuk dari pola hubungan pemerintah dengan stakeholder terkait dan mengorganisir masyarakat untuk dapat mengaktifkan kekuasaan diperiodenya.

Pada tahun-tahun awal kepemimpinan Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim, terjadi defisit pembiayaan pembangunan sebesar Rp.1,7 triliun disebabkan oleh beberapa faktor yaitu; target pendapatan asli daerah (PAD) yang tidak tercapai, pembiayaan pinjaman kepada PT. Sarana Multi Infrastruktur (SMI) dan belum membayar pajak Dana Bagi Hasil (DBH) kepada Kabupaten/Kota. Berdasarkan data yang diperoleh, total defisit tersebut inciannya mulai dari pendapatan yang belum direalisasi sekitar Rp. 350 miliar. Kemudian utang bagi hasil pajak dari pemerintah kabupaten/kota sebesar Rp750 miliar. Selanjutnya, utang kepada PT. SMI sebesar Rp600 miliar. Menurut Ketua Fraksi Partai Golkar DPRD Provinsi Lampung Tony Eka Candra mengatakan anggaran tersebut perlu dievaluasi dan diaudit. Harus melihat skala prioritas dan skala yang tidak prioritas. Tony Eka Candra yakin Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim memahami persoalan ini. Kedepannya, tertib anggaran, tertib administrasi, tertib pemerintahan, dan tertib skala prioritas pembangunan dapat dilaksanakan secara optimal.

Kemudian dalam 100 hari kepemimpinannya, ada beberapa langkah yang telah dilakukan Pemerintah Provinsi Lampung. Pertama, dalam mewujudkan birokrasi yang bersih dan melayani perlu dilakukan upaya konsolidasi internal yang terdiri dari pegawai, aset, keuangan dan kelembagaan. Kedua, berdasarkan amanat PP 12 Tahun 2017, Gubernur sebagai wakil pemerintah pusat di daerah memiliki peran membina dan mengawasi penyelenggaraan pemerintahan daerah. Oleh karena itu, agar pemerintahan dapat berjalan efektif dan efisien, Gubernur melakukan penataan

kelembagaan (*right sizing*) yang akan disesuaikan dengan kebutuhan daerah serta pemisahan atau penggabungan organisasi perangkat daerah (OPD). Untuk mendapatkan aparatur yang berintegritas, pemilihan aparatur didasarkan pada *merit system*, sehingga dapat memberikan pelayanan publik yang baik. Untuk mengatasi defisit pembiayaan pembangunan sebesar Rp.1,7 triliun, pihaknya juga melakukan konsolidasi eksternal dan memperkuat komunikasi intensif dengan seluruh instansi yaitu Forum Komunikasi Pimpinan Daerah (Forkopimda), instansi pemerintah lainnya seperti KPK, KPPU, OJK, Bank Indonesia maupun dengan BUMN dan BUMD serta DPRD dan Pemerintah Kabupaten/Kota. Selain itu, ia melakukan komunikasi intensif dengan sejumlah kementerian, yakni untuk pembangunan di Lampung.

Selain itu, pada awal tahun 2020, Indonesia termasuk Provinsi Lampung dilanda pandemi Covid-19 yang berdampak tidak hanya pada bidang kesehatan tetapi juga pada kehidupan sosial masyarakatnya. Sejak awal tahun 2020, pandemi Covid-19 telah berdampak pada perubahan kesehatan, kehidupan sosial dan penurunan kinerja ekonomi di hampir semua negara, termasuk Provinsi Lampung. Dampak penurunan perekonomian Lampung sudah terjadi sejak awal tahun 2020, terlihat dari laju pertumbuhan ekonomi pada triwulan I-2020 yang hanya mencapai 1,74% (*y on y*), dan kembali menurun signifikan pada triwulan II-2020 yang tumbuh minus 3,57% (*y on y*). Penurunan kinerja ini juga terjadi secara global yang memaksa pemerintah pusat dan daerah melakukan reformasi ekonomi secara fundamental dengan melakukan transformasi, melakukan berbagai langkah strategis yang tepat untuk pemulihan ekonomi.

Penerapan personal branding oleh kepala daerah menjadi menarik dan menjadi perhatian untuk diteliti. Setelah mengalami perebutan suara dan simpati masyarakat dalam pemilihan umum pesta demokrasi pemilihan kepala daerah, maka langkah selanjutnya akan dibawa ke mana arah pembangunan Provinsi Lampung ke depan. Selain mewujudkan visi misi dan janji kampanye, bagaimana kinerja atau *performance* Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim dalam memimpin Bumi Ruwa Jurai di tengah berbagai persoalan yang ada. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mendalami *personal branding* Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim dalam penetapan arah kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha menjelaskan *personal branding* Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim dalam menentukan arah kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung. Sesuai objek dan metode analisis yang digunakan termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Moleong (2011) menjelaskan penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Penelitian kualitatif memiliki sifat untuk menjelaskan, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan hasil penelitian dengan susunan kata dan kalimat sebagai jawaban atas masalah yang diteliti. Metode kualitatif lebih bersifat empiris yang mampu mengkaji dan menggali informasi lebih dalam untuk mengetahui hasil penelitian selanjutnya. Fokus penelitian ini dapat memberikan keterbatasan dalam pengumpulan data, sehingga pada saat pengumpulan data yang diambil dari lapangan akan lebih

spesifik dan tidak terlalu luas pada permasalahan yang tidak berkaitan dengan penelitian. Fokus penelitian akan terus disempurnakan dalam proses penelitian sehingga memungkinkan untuk diubah ketika di lapangan.

Penelitian ini difokuskan pada bagaimana *personal branding* Arinal Djunaidi - Chusnunia Chalim dalam menentukan arah kebijakan Pemerintah Provinsi Lampung. Montoya (2002) menyampaikan ada delapan konsep utama yang dijadikan tolak ukur dalam membangun *personal branding*, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, kekhususan/kekhasan, visibilitas, kesatuan, keteguhan dan nama baik. Dalam proses penelitian kualitatif dilakukan secara terarah, sadar dan memiliki tujuan suatu informasi yang diperlukan. Berbagai sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh peneliti dengan cara menggali langsung dari data informan, observasi lapangan dan data yang diperoleh saat wawancara dari pihak-pihak yang dianggap memahami hal-hal *personal branding*. Kemudian untuk sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu dokumen dan peraturan terkait pelaksanaan kinerja Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim.

Kemudian untuk teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui observasi wawancara dan studi dokumentasi studi. Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi terbuka (*overt observation*). Dalam situasi seperti ini, peneliti melakukan identifikasi secara nyata dan selama pengamatan subjek sadar dan mengerti bahwa pengamatan sedang dilakukan. Teknik ini untuk mengamati kondisi fisik dan peristiwa yang secara objektif terkait dengan penggunaan media

sosial, media cetak, media elektronik, dan media luar ruang. Penelitian ini menggunakan observasi untuk mengetahui profil lokasi penelitian, bagaimana menerapkan *personal branding*. Sehingga peneliti menggunakan observasi langsung selama proses penelitian. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Personal branding adalah sebuah proses memperkenalkan diri kita kepada individu lain dengan menonjolkan karakter yang mudah diingat. Saat ini, kegiatan *personal branding* dilakukan oleh banyak orang seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui *personal branding* secara efektif, seseorang dianggap mampu serta ahli sesuai bidangnya, dan dapat menaikkan reputasi serta nama baik di khalayak umum. Tujuan *personal branding* ialah menjadikan seseorang atau sekelompok orang, agar memiliki identitas atau karakter yang menonjol dan berbeda dari pemimpin yang sebelumnya. Setelah menyampaikan pesan tentang identitas, maka langkah selanjutnya adalah menyebarkan luaskan pesan dengan menggunakan media-media yang digunakan oleh masyarakat, baik melalui media *offline* maupun *online*. Menurut Montoya (2002) ada delapan konsep utama yang dijadikan tolak ukur dalam membangun *personal branding*, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, kekhususan/kekhasan, visibilitas, kesatuan, keteguhan dan nama baik.

Pada konsep *spesialisasi*, *personal branding* diwujudkan dengan baik bila mampu menetapkan spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada kekuatan, kemampuan, keterampilan

atau pencapaian tertentu. Sosok Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim memiliki tujuan yang sama dalam membangun Bumi Ruwai Jurai dengan semangat *Masyarakat Lampung Berjaya*. Arinal dengan latar belakang keilmuan di bidang pertanian dan birokrat diharapkan mampu mengoptimalkan potensi pertanian dalam arti yang seluas-luasnya di Provinsi Lampung sehingga kebutuhan ketahanan pangan dapat terpenuhi. Sementara itu, Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim merupakan politisi yang pandai memainkan perannya dan sangat dekat dengan masyarakat, baik online maupun di media sosial. Pasangan Gubernur Lampung dan Wakil Gubernur Lampung saling melengkapi dalam menjalankan tugasnya. Terbukti kepiawaian Gubernur di bidang pertanian mampu meningkatkan perekonomian produksi meski di tengah pandemi Covid-19.

Konsep kedua, yaitu *kepemimpinan*, di mana masyarakat membutuhkan seorang pemimpin yang dapat mengambil sikap untuk memutuskan sesuatu ketika suasana penuh ketidakpastian dan memberikan arah yang jelas untuk memecahkan masalah. *Personal branding* dilengkapi dengan kekuatan dan kredibilitas untuk dapat memposisikan seseorang sebagai pemimpin yang terbentuk dari kesempurnaan. Mewujudkan Lampung yang sukses menjadi fokus prioritas Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung terpilih Arinal Djunaidi-Chusnunia Chalim dalam masa kepemimpinannya periode 2019-2024. Komitmen itu seharusnya tidak hanya menjadi konsep di atas kertas. Namun harus diwujudkan dengan segala perjuangan kerja keras yang dilandasi kompetensi, segudang pengalaman,

jejaring di pemerintah pusat dan tentunya dengan dukungan dan pesan dari seluruh komponen masyarakat Lampung. Di tengah perjalanan kepemimpinan Arinal Djunaidi - Chusnunia Chalim, Indonesia termasuk Provinsi Lampung dilanda pandemi COVID-19 yang mewabah di seluruh dunia yang mengakibatkan masalah serius di bidang kesehatan dan melanda seluruh sendi-sendi manusia. kehidupan, bahkan perekonomian dan pembangunan di Provinsi Lampung terkena imbasnya.

Sebagai ilustrasi, untuk penanganan COVID-19, anggaran di Pemerintah Provinsi Lampung mengalami refofusing dan realokasi anggaran untuk penanganan pandemi COVID-19. Adanya pandemi menjadi tantangan bagi kepala daerah untuk tetap mampu menjalankan roda pemerintahan dan pelayanan kepada rakyatnya. Meski di tengah pandemi COVID-19, di bawah kepemimpinan Arinal Djunaidi – Chusnunia Chalim, ada catatan positif. Pertumbuhan ekonomi Provinsi Lampung selama 10 tahun terakhir lebih baik dari rata-rata Sumatera dan Nasional. Meski dalam kondisi pandemi, perekonomian Lampung pada triwulan III-2020 tumbuh sebesar 4,15% dibandingkan triwulan II-2020 (Q to Q), dengan PDRB atas dasar harga berlaku yang juga tumbuh sebesar 5% dari Rp.89,55 triliun menjadi Rp.94,10 triliun. Pertanian masih menjadi lapangan usaha terbesar dengan pangsa 31,55%. Kemudian Neraca Perdagangan Provinsi Lampung periode Januari – Oktober 2020 surplus sebesar Rp.1,286 miliar USD. Artinya di sisa masa kepemimpinan Arinal-Nunik, ia harus terus meningkatkan kinerjanya dan harus mampu memotivasi anak buahnya untuk terus bangkit melawan pandemi COVID-19.

Konsep ketiga, yaitu *kepribadian*. Sosok Arinal Djunaidi dikenal dengan pribadi yang tegas dan disiplin. Tahap demi tahap, karir birokrasi ditekuninya sampai menjadi Sekretaris Daerah. Setelah pensiun, Arinal menjajaki keberuntungannya di politik sebagai Ketua DPD I Golkar Lampung dan terpilih menjadi Gubernur Lampung. Sementara itu Chusnunia Chalim lahir di keluarga besar Nahdlatul Ulama. Dipangung karier politik, Nunik merupakan sosok yang memiliki karakter tangguh, didiplin, ulet dan lihai memainkan perannya. Terbukti berbagai jabatan politik bisa didapatkannya mulai dari Anggota DPR RI, Bupati Lampung Timur dan Wakil Gubernur Lampung. Nunik merupakan sosok politisi yang murah hati, murah senyum, disiplin, teliti dan rendah hati. Sampai saat ini pasangan tersebut memiliki ciri karakter yang baik untuk masyarakatnya. Saling melengkapi dalam memimpin Provinsi Lampung dengan selamat lahir dan batin merupakan kuncinya agar dicintai masyarakatnya dan para pegawainya untuk mewujudkan visi misi dan janji kerjanya.

Berikutnya adalah konsep *kekhususan/kekhasan*. Setiap pemimpin memiliki perbedaan/karakteristiknya masing-masing. Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung periode 2019-2024 tentu memiliki perbedaan dengan para petahana periode sebelumnya. Sesuai dengan visi, misi serta tujuan dan sasaran, maka upaya untuk mencapainya akan dijabarkan lebih sistematis melalui perumusan strategi, arah kebijakan, dan program. Sedangkan untuk mengukur capaian kinerja, dirumuskan indikator sebagai tolok ukur kinerja. Pelaksanaan pembangunan periode 2019-2024 merupakan tahap pembangunan lima tahun keempat dari RPJPD Provinsi

Lampung 2005-2025. Sesuai dengan arah kebijakan pembangunan RPJPD Provinsi Lampung, tahapan pembangunan periode 2019-2024 adalah mempertahankan kemajuan dan memperkuat kesejahteraan. Arah kebijakan tersebut menjadi pedoman penyusunan RPJMD 2019-2024. RPJMD ini menguraikan tahapan-tahapan pembangunan setiap tahunnya, yang akan menjadi pedoman dalam menentukan fokus/tema pembangunan dalam RKPD. Sebagai seorang birokrat, Arinal harus memahami betul kompetensi di bidang pertanian, dalam kepemimpinannya saat ini jika ingin menunjukkan Lampung adalah lumbung pangan dan menjadi kebanggaan bangsa. Selain itu, menjadi peluang besar untuk memajukan sektor pertanian secara luas. Petani Lampung memiliki lahan yang cukup luas yang dapat menunjang kebutuhan nasional. Jika bisa menunjukkan korelasi atau relevansi sesuai kompetensi dan kinerja di bidang pertanian, itu luar biasa. Apalagi 60% masyarakat Lampung bergerak di sektor pertanian dan 40% kebutuhan pangan DKI Jakarta berasal dari Provinsi Lampung.

Visibilitas politik visibilitas atau penampilan harus dilakukan secara konsisten dan terus menerus sampai orang benar-benar tahu siapa dia. Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim sejak awal sudah maju dalam pesta demokrasi Pemilihan Kepala Daerah Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung yang selalu tampil di keramaian untuk menyapa masyarakat. Setelah terpilih sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung, Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim juga terus gencar mempublikasikan program kerja dan berbagai kegiatan di berbagai media cetak, elektronik, digital, dan media

sosial. Tim media Gubernur dan Wakil Gubernur berasal dari tim di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Lampung dan tim dari Biro Administrasi dan Pimpinan Provinsi Lampung. Bahkan secara pribadi, Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim aktif di media sosial Instagram yang rutin mempublikasikan kegiatan sehari-hari, baik acara resmi maupun pribadi. Di Instagram pribadinya, Arinal Djunaidi dengan nama akun (@arinal_djunaidi) memiliki 62,1 ribu pengikut, sedangkan Chusnunia Chalim dengan nama akun (@mbak_nunik) memiliki 123 ribu pengikut. Belum lagi di media sosial resminya seperti semua media sosial Pemprov Lampung seperti Instagram, Facebook, Twitter dan website resmi. Kemudian juga media massa seperti media cetak dan elektronik di Provinsi Lampung.

Sejauh ini komunikasi sudah cukup baik, kendalanya hanya sekarang ada pandemi COVID-19 sehingga interaksi tatap muka diminimalisir. Sosok Arinal dan Nunik tak boleh alergi saat didekati tim media. Rangkul dan bangun komunikasi agar sinergi dalam membangun Lampung bisa selaras. Hasil pengembangan dan isu terkini akan selalu dipublikasikan secara real time oleh media. Jadi buat kesan yang baik di tim media. Baik buruknya citra pejabat publik tergantung dari berita dan informasi yang diterima publik baik melalui media massa maupun media sosial. Apalagi sekarang adalah era konvergensi media, sehingga media yang ada bersifat multi platform mengikuti perkembangan teknologi digital. Pemerintah Provinsi Lampung melalui Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik memiliki anggaran untuk kerjasama dengan awak media. Arinal dan Nunik sudah terbiasa sepenuhnya. Membangun branding positif untuk Provinsi Lampung.

Kesatuan. Kehidupan pribadi seseorang dibalik personal brand harus selaras dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari brand tersebut. Personal branding harus orisinal dan otentik, mampu menggambarkan karakter pribadi seseorang yang sebenarnya. Semua itu perlu dibangun atas dasar tujuan hidup seseorang, nilai-nilai, keunikan, kemampuan, aspirasi, spesialisasi dan apa yang disukainya. Personal branding bukanlah sesuatu yang bisa didapatkan dengan mudah. Kehidupan seseorang harus mencerminkan nilai dan citra yang dibangunnya. Personal Branding yang dibangun Arinal Djunaidi dan Chusnunia Chalim dalam menjalankan aktivitas dan jabatannya sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung harus dijalankan secara profesional dan proporsional. Tugas, pokok dan fungsi dalam mewujudkan visi, misi dan janji kerja harus dilaksanakan dengan baik demi “Masyarakat Lampung Berjaya”. Kepentingan masyarakat harus benar-benar didahulukan dari kepentingan pribadi atau kelompok. Citra diri yang ditanamkan oleh pemimpin harus tetap positif baik saat menjabat sebagai pejabat publik yang menjalankan roda pemerintahan maupun kehidupan sehari-hari. Citra diri ini akan diteladani oleh masyarakat, masyarakat juga dapat memberikan penilaian terhadap perilaku pemimpinnya. Selama ini sudah baik, yang baik dipertahankan dan yang kurang baik dievaluasi agar kedepannya bisa lebih baik lagi. Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung merupakan satu kesatuan yang berkesinambungan. Visi, misi dan program kerja tersebut dijalankan bersama dan berbagi peran untuk menyukseskan agar pelayanan publik dan turunan program tersebut dapat dirasakan oleh masyarakat.

Keteguhan. Setiap pemimpin sudah pasti, tak ada yang sempurna. Orientasi kedepan adalah mengedepankan kualitas, mengedepankan kesantunan, kedepankan keadaban, untuk visi misi Rakyat Lampung Berjaya itu menjadi nyata. Komunikasi antar manusia dengan manusianya bagus, komunikasi manusia dengan Tuhannya juga bagus dan komunikasi manusia dengan lingkungannya juga bagus. Ketika ketiga hubungan tersebut baik insyallah kita akan baik-baik saja. Siapapun pemimpinnya keutuhan tim kerja menjadi hal yang penting. Kemudian bekerjalah sesuai dengan tupoksinya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Jaga amanah dengan baik, tetap jaga integritas dan profesionalisme kerja. Konsisten dalam menjalankan amanah dengan baik itu kuncinya agar setiap pemimpin tetap komit pada karakter baiknya. Masyarakat, media dan semua pihak melakukan kontrol sosial dan pengawasan dalam setiap langkah gerak pemimpinnya, masukan, kritik serta saran dari masyarakat harus didengar, untuk kebaikan pemimpin dan Provinsi Lampung kedepan. Seorang pemimpin menjadi sorotan masyarakat banyak. Seribu kebaikan akan terlupakan bila seorang pejabat melakukan satu saja kejahatan.

Nama baik. Personal Branding dapat menunjukkan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang dipersepsikan atau secara positif. Untuk mendapatkan citra yang baik dan positif, para pelaku personal branding telah berhasil menanamkan nilai-nilai positif yang telah mereka ciptakan. Sejauh ini sosok Gubernur Lampung Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Lampung Chusnunia Chalim masih memiliki nama baik. Masyarakat Provinsi Lampung masih percaya

dengan kepemimpinannya, Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan instansi terkait tetap bekerja untuk mewujudkan visi, misi dan program kerja yang sesuai dengan semangat “Masyarakat Lampung Berjaya”. Gubernur Arinal Djunaidi dan Wakil Gubernur Chusnunia Chalim saat ini tidak berurusan dengan masalah hukum yang menodai kepemimpinan mereka. Namun menjadi sorotan dan perhatian ketika para pemimpin berbicara di depan orang banyak, tentunya sudah pasti mereka memilih dan mengatur gerak tubuh dan pilihan diksi mereka saat berbicara. Pemilihan diksi itu penting, berikan diksi yang optimis, asik, dan tentunya akan menghasilkan masukan yang baik. Ke depan, kualitas, kesantunan dan kesopanan harus dikedepankan. Program-program yang sudah baik dituntut untuk lebih baik lagi kedepannya. Kemudian peran tersebut menjadi penting, karena berkolaborasi bersama dengan pemerintah, masyarakat, akademisi, media dan dunia harus terus dibutuhkan untuk menjalankan kepemimpinan yang baik.

PENUTUP

Kepemimpinan Arinal Djunaidi - Chusnunia Chalim disisa periodenya harus terus meningkatkan kinerjanya dan harus mampu memberikan motivasi kepada masyarakatnya untuk tetap bangkit melawan pandemi covid-19. Public speaking dan penyampaian informasi mengenai berbagai kebijakan harus benar-benar tersampaikan kepada seluruh elemen masyarakat yang luas. Kemudian Arinal Djunaidi dengan latar belakang keilmuan pertanian dan birokrat harus mampu mengoptimalkan potensi dibidang pertanian di Provinsi Lampung sehigga kebutuhan ketahanan pangan bisa terpenuhi. Sementara itu Chusnunia Chalim merupakan sosok politisi 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 harus dioptimalkan untuk mengimplementasikan program kerja dan visi misinya. Sebagai seorang birokrat, Arinal harusnya paham betul dengan kompetensi bidang pertanian, dikepemimpinannya saat inilah bila ingin menunjukkan Lampung sebagai lumbung pangan dan menjadi kebanggaan nasional sehingga menjadi peluang besar untuk memajukan sektor pertanian secara luas. Petani Lampung memiliki lahan yang luas dan bisa menopang kebutuhan nasional.

Komitmen untuk mewujudkan Lampung Berjaya menjadi fokus prioritas pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung periode 2019-2024 wajib diwujudkan dengan segala perjuangan, kerja keras berdasarkan kompetensi, segudang pengalaman, jaringan di pemerintah pusat dan tentunya dengan dukungan dan persan serta semua komponen masyarakat Lampung. Bagi pejabat publik dan tokoh politik visibilitas atau kenampakan harus dibangun secara konsisten terus menerus agar eksistensi dan popularitasnya tetap ada di masyarakat. Arinal Djunaidi-Chusnunia Chalim jangan sampai alergi dengan media. Sinergiritas yang baik perlu dibangun agar hasil pembangunan dan isu-isu terkini akan selalu dipublikasikan kepada masyarakat. Baik buruknya citra pejabat publik tergantung dengan berita- berita dan informasi yang diterima masyarakat baik dimedia massa maupun media sosial.

Citra diri yang ditanamkan pemimpin harus terus positif baik ketika ia bertugas sebagai pejabat publik menjalankan roda pemerintahan maupun kehidupan sehari-hari. Citra diri ini yang akan dicontoh oleh masyarakat, msyarakat juga bisa memberikan penilaian terhadap kelakuan para pemimpinnya. Setiap pemimpin sudah pasti, tak ada yang sempurna. Orientasi kedepan adalah mengedepankan kualitas, mengedepankan kesantunan, kedepankan keadaban, agar visi misi Rakyat Lampung Berjaya menjadi nyata. Program yang sudah baik harus lebih baik lagi. Kemudian pemeranan menjadi penting, karena berkolaborasi untuk bersama-sama pemerintah, masyarakat, akademisi, media massa serta dunia usaha harus terus diperlukan untuk menjalankan roda kepemimpinan yang baik. Kemudian keutuhan tim kerja menjadi penting.

REFERENSI

- Nursal, A. (2004). *Political Marketing, Strategi memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya Pelajar.
- Montoya, P. and Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business*. New York: McGraw-Hill.