

ABSTRAK

Muhammad Syafi'il Anam. NIM 1940510017. Analisis Anies Baswedan dalam Branding Politik di Akhir Kepemimpinan Gubernur Daerah Khusus Ibu Kota (DKI) Jakarta.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian skripsi ini adalah mengetahui branding politik Anies Baswedan selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dan mengetahui kemajuan Kota Jakarta sebagai Kota Global dan Kota yang maju di Dunia Internasional pasca di Kelola dan di Tata oleh Anies Baswedan dengan gaya kepemimpinannya yang memiliki ciri khas kriterianya. Sehingga penelitian ini juga bisa untuk menilai sebuah keberhasilan Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Studi Perpustakaan yaitu bersumber dari Skripsi, Jurnal, Artikel, Berita dan juga postingan dari media sosial (Instagram, Twitter, Youtube). Adapun menggunakan dua jenis penelitian kepustakaan antara lain adalah penelitian analisis kebijakan dan penelitian content analysis, dengan menggunakan penelitian tersebutlah skripsi atau penelitian ini dikerjakan. Jenis pendekatan pada penelitian skripsi ini juga memanfaatkan media baru (media sosial), media baru yang dimaksud adalah seperti Instagram, twitter, berita tertulis dan sebagainya. Sehingga dengan pengambilan data yang utuh dan dipaparkan secara jelas dapat menjelaskan data dengan baik dan benar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan seorang Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta dengan gaya kepemimpinannya beliau berhasil mewujudkan beberapa prestasi. Setidaknya ada delapan prestasi yaitu *1. Pembuatan Stadion JIS, 2. Penyelenggaraan Formula E, 3. Pembangunan Jalur Sepeda, 5. Aplikasi Jakarta, 6. JakLingko, 7. Pelebaran Trotoar Kota Jakarta, 8. Revitalisasi Kota Tua Batavia* hasil tersebut adalah sebuah prestasi yang mencolok selama pemerintahan Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta. Dengan prestasi tersebut Anies Baswedan memiliki beberapa kriteria gaya kepemimpinan yaitu *1. Kepemimpinan Otoriter, 2. Kepemimpinan Partisipasi, 3. Dimensi Kepemimpinan Idealized Influece, 4. Dimensi Kepemimpinan Intellectual Simulation, 5. Dimensi Kepemimpinan Individual Consideration.* Adapun personal branding pada Anies Baswedan yang dianalisis menggunakan teori branding politik menurut Peter Montoya yang menunjukkan bahwa Anies Baswedan sebagai pemimpin yang agamis dan akademik sehingga menjadikannya memiliki personal branding yang mempunyai nilai kepemimpinan, keterampilan, kekhasan yang tinggi.

Kata Kunci : Anies Baswedan, Branding Politik, Kepemimpinan, DKI Jakarta.