

Siti Mufaridho. NIM. 140531100108. *Pengalaman Membranding Diri Dari Bajeng Menjadi Klebun (Studi Fenomenologi tentang Pengalaman Membranding Klebun Desa Legung Barat Kec. Batang-batang Kab. Sumenep Madura)*. Dibawah bimbingan Surokim, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Politik pada geografis pedesaan di Pulau Madura diwarnai oleh persaingan aktualisasi individu akan pembentukan citra diri. Kegiatan yang paling banyak menyita perhatian masyarakat adalah Pemilihan Kepala Desa. Usaha-usaha membranding diri tiap bakal calon Kepala Desa (*Klebun*) untuk memenangkan kepercayaan masyarakat melibatkan elemen-elemen *personal branding* dan proses kultural khas Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman dalam usahanya membranding diri dari *bajeng* menjadi *klebun* di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-batang Kabupaten Sumenep Madura. Personal diartikan sebagai individu atau pribadi seseorang, sedangkan *branding* merupakan Pengemasan citra dan ciri khas yang melekat pada seseorang agar mudah dikenali dan di ingat. Tujuan lain dari membranding diri adalah membangun harapan pada masyarakat terhadap diri seseorang atas cerminan dari kemampuan, keunggulan seseorang dalam bidang tertentu. Istilah Bajeng merupakan sosok orang yang dianggap kuat oleh masyarakat Madura. Gambaran identik berupa kekerasan, jagoanisme, dan kekuasaan menjadi hal wajar dalam demokrasi politik di Madura. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi fenomenologi.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengalaman dalam 3 kategorisasi waktu yang berbeda yaitu Pemilihan Kepala Desa tahun 2007 dan tahun 2013 dilakukan melalui 3 tahapan *personal branding* : (1) Membangun *brand identity* dengan menggunakan kompetensi atau kemampuan individu dalam menyelesaikan konflik masyarakat melalui jalan kekerasan, style dalam mengcover diri menjadi sosok agamis melalui jalan religi, dan Standarisasi (2) Mengembangkan *brand positioning* menggunakan spesialisasi, membuat visi dan misi, dan perbedaan sebagai ciri khas individu (3) Mengevaluasi citra merek dengan memenuhi janji kepemimpinan, pemilihan gaya berpakaian, dan perbaikan hubungan antar individu sebagai sarana penyampaian pesan branding diri kepada masyarakat.

Kata Kunci : *Personal Branding, Pemilihan Kepala Desa, Bajeng, klebun*

Siti Mufaridho. NIM. 140531100108. *Experiences To Personal Branding From Bajeng Become A Klebun (A Phenomenology Study About Branding Experiences Klebun I Legung Barat, Batang Batang, Sumenep Region). Under The Guidance Of Surokim S.Sos., M.Si*

ABSTRACT

The politics in a rural geographic in Madura island is tinged by personal actualization competition that create self-image. The most dominant activity that take the society attention is the election of the Village. The effort to get a vote from every candidate (called Klebun) to win make sure the society and involve the Personal Branding and cultural process from Madura

This research aims to know the experiences in his effort to make a personal mark from Bajeng become Klebun in Legung Barat, Batang Batang, Sumenep region. Personal it self is an individual of the person, even though a mark is a self-image or mark-half that near with someone to easy to know. The another purpose from self branding is to build the expectation of the society to the someone for the self-image and, ability someone in another context. The term of bajeng is a person who are considered to be strong with the society in Madura. The identic illustration such as the violence and power into it reasonable in political democracy in Madura. This methodology using qualitative research in case of Phenomenology

The result of this research to show the experience in 3 classifying in the different time, there are Election of the Village in 2007, 2013, and 2019 and done through the 3 stages of personal branding:(1) create brand identity with the competence or ability of individuals in solving community conflicts through violence, style to cover him self became a religious and the standardization. (2) develop the brand positioning use spesiliaciation, create vision, mission and differentiation as hall of mark of. (3) evaluating self-image with fulfilling the promise of leadership, the selection of style of dress, and the improvement of relations between individuals as a means of delivering the message of branding yourself to the community.

Keywords: *Personal Branding, Election of the Village, Bajeng, klebun*