

ABSTRAK

Dalam Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi personal branding yang diterapkan oleh Ramzi Geys Thebe sebagai figur selebritis dalam jabatan publik, khususnya sebagai Wakil Bupati Cianjur. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus tunggal dan paradigma konstruktivisme, penelitian ini mengkaji bagaimana Ramzi membangun citra politiknya melalui pengalaman, gaya komunikasi, dan aktivitas selama menjabat. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci yaitu Ramzi dan tim suksesnya, informan ahli di bidang branding, serta informan pendukung dari masyarakat Cianjur, dilengkapi dengan observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan teori *8 Laws of Personal Branding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding Ramzi terbentuk secara alami, tanpa strategi formal, namun berhasil memenuhi seluruh unsur teori *8 Laws of Personal Branding*. Keberhasilannya didukung oleh konsistensi dalam menampilkan diri sebagai figur yang otentik, dekat dengan masyarakat, dan mampu memadukan latar belakang selebritis dengan kredibilitas sebagai pejabat publik. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami transformasi karier selebritis ke politik serta pentingnya personal branding yang adaptif dan berbasis nilai-nilai lokal.

Kata Kunci: *8 Laws of Personal Branding*, Komunikasi Politik, *Personal Branding*, Selebritis ke Politikus.