

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* TERHADAP
MINAT PILIH PADA MASA PEMILIHAN UMUM (Studi
Kasus: Calon Legislatif DPRD Depok Juanah Sarmili)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas
Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**Lulu Rissesca
1201003014**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Lulu Rissesa

NIM : 1201003014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Juli 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Lulu Rissesa
NIM : 1201003014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : PENGARUH PERSONAL BRANDING
TERHADAP MINAT PILIH PADA MASA
PEMILIHAN UMUM (Studi Kasus: Calon Legislatif
DPRD Depok Juanah Sarmili)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si



Penguji 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.



Penguji 2 : Gayatri Utami, S.Sos, M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan atas rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir skripsi ini. Penulisan Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, pada saat masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini sangatlah tidak mudah bagi saya untuk menjalani proses ini semua. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si, selaku dosen pembimbing saya pada penyelesaian skripsi ini yang telah melimpahkan tenaga dan juga pikiran untuk membantu saya dalam proses pengerjaan dari awal hingga akhir.
- 2) Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si selaku dosen penguji satu yang telah memberikan masukan dalam pengerjaan metode kuantitatif dan membantu penyempurnaan penugasan skripsi saya.
- 3) Gayatri Utami, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji dua yang telah memberikan masukan atas seluruh pengerjaan skripsi yang sudah saya lakukan.
- 4) Mama, terima kasih mama sudah tetap hidup dan mencoba tetap bahagia dalam hal apapun. Terima kasih atas dukungan dan kasih sayang yang diberikan, semoga mama mendapatkan kebahagiaan yang belum dirasakan sebelumnya.
- 5) Kakak - Kakak saya yang telah memberikan dukungan semangat dan memastikan saya harus tetap bahagia dalam kondisi apapun.
- 6) Bang Roni, pengasuh saya yang sudah membantu, mengurus dan menjaga saya dari sekolah TK hingga SMA.
- 7) Tema - Teman saya Info Maseh yang memberi dukungan dan kebahagiaan semasa saya kuliah.

- 8) Bila, Deya, Ipak, Ica, Syifa yang menjadi teman-teman saya yang selalu berada di sisi saya dalam kondisi apapun.
- 9) Terima Kasih ya Allah, telah memberi kesempatan saya hidup di dunia dan melancarkan setiap langkah yang akan saya lalui, tetaplah dampingi saya dalam keadaan sedih maupun senang saya.
- 10) Dan untuk diri saya sendiri karena sudah bisa melewati masa-masa sulit dan tetap bertahan.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lulu Rissesa
NIM : 1201003014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PERSONAL BRANDING TERHADAP MINAT PILIH
PADA MASA PEMILIHAN UMUM (Studi Kasus: Calon Legislatif
DPRD Depok Juanah Sarmili)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Juli 2024

Yang menyatakan,



Lulu Rissesa

**PENGARUH PERSONAL BRANDING TERHADAP MINAT PILIH
PADA MASA PEMILIHAN UMUM (Studi Kasus: Calon Legislatif
DPRD Depok Juanah Sarmili)**

LULU RISSESA

ABSTRAK

Personal Branding merupakan suatu nilai yang melekat pada diri seseorang yang merepresentasikan pandangan orang lain terhadap orang yang dituju. Penilaian *personal branding* dapat dilihat melalui indikator *Distinctive, Relevant, Consistence*. Penelitian ini bertujuan untuk menilai apakah ada pengaruh sebuah *personal branding* dari calon legislatif Juanah Sarmili terhadap Minat Pilih, yang akan dibuktikan melakukan pendekatan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Oleh karena itu minat pilih menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *personal branding*. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif sehingga dapat menghasilkan temuan-temuan yang dilakukan dengan memanfaatkan populasi sebanyak 118 responden dari masyarakatan satu wilayah yang dipilih melalui tinggat suara tertinggi diperoleh Juanah Sarmili. Hasil penelitsn menunjukkan bahwa terjadinya pengaruh *personal branding* terhadap minat pilih.

Kata Kunci: Personal Branding, Minat Pilih, Pemilihan Umum, Kampanye

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Peneltian Terdahulu	9
2.2 Konsep yang Diteliti.....	15
2.2.1 Komunikasi	15
2.2.2 <i>Personal Branding</i>	17
2.2.3 Minat	19
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Hipotesis Teori/Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Desain dan Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1 Populasi	22
3.2.2 Teknik <i>Sampling</i>	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran	23
3.3.1 Data Primer	23
3.3.2 Data Sekunder	24
3.3.3 Teknik Pengukuran	25
3.4 Teknik Analisis Data.....	25

3.4.1 Analisis Deskriptif	26
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.4.3 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	27
3.5 Teknik Keabsahan Data	27
3.5.1 Uji Validitas	27
3.5.2 Uji Rehabilitas	30
3.6 Definisi & Operasional Konsep	30
3.6.1 Definisi	30
3.6.2 Operasional Variabel.....	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Profil Calon Legislatif.....	35
4.2 Penyajian Data	37
4.2.1 Hasil Uji Keabsahan Data.....	37
4.2.2 Statistik Deskriptif.....	40
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	47
4.3 Hasil dan Diskusi.....	49
4.3.1 Pengaruh Personal Branding Terhadap Minat Pilih	49
4.3.2 Faktor lain yang mempengaruhi minat pilih	54
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Kendala dan Keterbatasan	55
5.3 Saran dan Implikasi.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN 1	60
LAMPIRAN 2	63
LAMPIRAN 3	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Lokasi TPS	23
Tabel 3. 2 Skala Likert	25
Tabel 3. 3 Uji Validitas 30 Responden	28
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas 30 Responden.....	30
Tabel 3. 5 Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Personal Branding</i>	37
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pilih.....	38
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden	40
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Personal Branding</i>	41
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Minat Pilih	43
Tabel 4. 7 Uji Normalitas X Terhadap Y	46
Tabel 4. 8 Uji Linearitas X Terhadap Y.....	46
Tabel 4. 9 Uji Linearitas X Terhadap Y.....	47
Tabel 4. 10 Model Summary Regresi Linear Sederhana	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Anova Regresi Linear Sederhana	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	48
Tabel 4. 13 Dimensi Tertinggi dan Terendah (Y).....	50
Tabel 4. 14 Dimensi Tertinggi dan Terendah (X).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bagan Model Komunikasi Lasswell	1
Gambar 1. 2 DPT Pemilu 2024	4
Gambar 1. 3 Jumlah TPS	5
Gambar 1. 4 Populasi Generasi Penduduk RI.....	6
Gambar 2. 1 Model Kerangka Hipotesis.....	21
Gambar 4. 1 Anggota Badan Anggaran	35
Gambar 4. 2 Anggota Badan Anggaran	36
Gambar 4. 3 Anggota Komisi B.....	37
Gambar 4. 4 Ketua Fraksi Partai Golkar	37
Gambar 4. 5 Diagram Analisis Deskriptif Variabel <i>Personal Branding</i> ..	43
Gambar 4. 6 Diagram Analisis Deskriptif Variabel Minat Pilih.....	45
Gambar 4. 7 Kegiatan Reses	49