

TESIS
PERSONAL BRANDING JULIANA EVAWATI UNTUK MENARIK
MINAT PEMILIH DALAM PEMILIHAN UMUM 2019 DI KOTA
SURABAYA



OLEH :
FAHRIZAL TRI APRIYANTO GAFFAR
071824853002

PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022

TESIS

**PERSONAL BRANDING JULIANA EVAWATI UNTUK MENARIK
MINAT PEMILIH DALAM PEMILIHAN UMUM 2019 DI KOTA
SURABAYA**



OLEH :

FAHRIZAL TRI APRIYANTO GAFFAR

071824853002

Untuk memperoleh Gelar Magister
pada Program Studi Media dan Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

**PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
PENULISAN TESIS INI TELAH DISETUJUI
PADA TANGGAL 15 AGUSTUS 2022

OLEH:

PEMBIMBING KETUA



Dina Septiani, B.Comm., M.Comm., PhD

NIP. 198209052006042002

PEMBIMBING KEDUA



Dr. Suko Widodo, Drs., M.Si.

NIP. 196402041992031003

MENGETAHUI

KETUA PROGRAM STUDI
S-2 MEDIA DAN KOMUNIKASI



Yuyun Wahyu Izzati S, S.Sos, MA, Ph.D

NIP. 197108051997022001

HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS

Telah diuji pada
Tanggal 7 Juli 2022

PANITIA PENGUJI TESIS

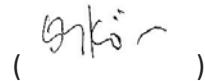
Ketua : Titik P. Rahayu., PhD.



Anggota : 1. Dina Septiani, B.Comm., M.Comm., PhD



2. Dr. Suko Widodo, Drs., M.Si



3. Dr. Ratih Puspa, S.Sos., MA., PhD



4. Dr. Catur Suratnoaji., M.Si



HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi penulisan Tesis ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi penulisan Tesis.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Sidoarjo, 7 Juli 2022



Fahrizal Tri Apriyanto G.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT segala atas rahmat, hidayah dan karuniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “PERSONAL BRANDING JULIANA EVAWATI UNTUK MENARIK MINAT PEMILIH DALAM PEMILIHAN UMUM 2019 DI KOTA SURABAYA” dapat terselesaikan dengan baik.

Maka pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dina Septiani, B.Comm., M.Comm., PhD serta Bapak Suko Widodo, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, pengarahan serta motivasi kepada penulis.

Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Yuyun Wahyu Izzati Surya S.Sos., MA., PhD. selaku Ketua program Magister Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya.
2. Dosen-dosen Program Magister Media dan Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan dorongan dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Orang tua , keluarga, serta seluruh teman teman saya yang telah memberikan dorongan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada untuk melanjutkan ke tahap penelitian

selanjutnya. Akhir kata semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya untuk teman-teman pada Program Magister Media dan Komunikasi.

Surabaya, 20 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK.....	v
BAB I.....	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Peran Pemuda dalam Pembangunan Politik di Indonesia	10
1.1.2 Pemuda dan Kesadaran Berkonstitusi.....	11
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
Tinjauan Pustaka	15
2.1 Kajian Terdahulu.....	15
2.2 Komunikasi Politik.....	16
2.3 Political Branding.....	17
2.4 Personal Branding	18
2.5 Tiga Elemen Dalam Personal Branding.....	20
2.6 Delapan Konsep Dalam Personal Branding (The Eight Laws of Personal Branding)	21
2.7 Brand Image.....	23
BAB III	25
Metode Penelitian.....	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian	25
C. Kriteria Informan	25
D. Sumber Data.....	27
E. Metode Pengumpulan Data	27
F. Analisis Data	28
BAB IV	35
PEMBAHASAN	35

4.1	Profil Informan.....	35
4.2	Pembentukan Personal Branding.....	37
a.	Otentik/ Asli.....	39
b.	Integritas	41
c.	Konsistensi	43
d.	Spesialisasi	45
e.	Wibawa	46
f.	Keberbedaan.....	47
g.	Relevansi	48
h.	Visibilitas	50
i.	Kegigihan.....	51
j.	Goodwill	53
k.	Kinerja.....	55
4.3	Proses Pembentukan Personal Branding.....	56
	DAFTAR PUSTAKA.....	66

ABSTRAK

Fahrizal Tri Apriyanto Gaffar, PERSONAL BRANDING JULIANA EVAWATI UNTUK MENARIK MINAT PEMILIH DALAM PEMILIHAN UMUM 2019 DI KOTA SURABAYA.

Kegiatan Politik sejatinya bisa diikuti oleh segala kalangan mulai dari orang yang sudah dewasa namun tidak terkecuali anak muda atau kalangan muda. Personal branding menjadi aspek penting dalam kegiatan politik untuk mengenalkan diri seseorang

Dalam hal ini, teori utama yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini untuk membangun personal branding yang efektif yaitu teori dari Peter Montoya dan Hubert K. Rampersad. Personal branding yang efektif akan membangun citra positif dari pelaku personal branding itu untuk mendapatkan suatu tujuannya. Hal tersebut menjadi indikasi utama bagi pelaku personal branding itu sendiri.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian tesis ini yaitu dengan analisis deskriptif serta menggunakan teknik wawancara kepada narasumber utama sebagai pelaku personal branding dan tim sukses dari pelaku personal branding itu sendiri. Pelaku personal branding disini sendiri adalah Juliana Evawati sebagai anggota legislatif termuda di kota Surabaya.

Kesimpulan yang bisa didapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara informan yaitu kegiatan personal branding yang dilakukan oleh Juliana Evawati memiliki trend yang positif. Hal itu ditunjukkan dengan berhasilnya Juliana Evawati menjadi anggota legislatif Kota Surabaya dalam pemilu 2019.

Kata Kunci : Personal Branding, legislatif muda Surabaya

ABSTRACT

Fahrizal Tri Apriyanto Gaffar, JULIANA EVAWATI'S PERSONAL BRANDING TO ATTRACT VOTER'S INTEREST IN THE 2019 GENERAL ELECTIONS IN THE CITY OF SURABAYA.

Political activities can actually be followed by all groups, starting from adults, but young people or young people are no exception. Personal branding is an important aspect in political activities to introduce oneself

In this case, the main theory used by researchers in this study to build effective personal branding is the theory of Peter Montoya and Hubert K. Rampersad. Effective personal branding will build a positive image of the perpetrators of personal branding to get a goal. This is the main indication for personal branding actors themselves.

The data analysis method used in this thesis research is descriptive analysis and using interview techniques to the main informants as personal branding actors and the success team of personal branding actors themselves. The personal branding actor here is Juliana Evawati as the youngest legislative member in the city of Surabaya.

The conclusion that can be obtained by researchers from the results of interviews with informants is that personal branding activities carried out by Juliana Evawati have a positive trend. This is shown by the success of Juliana Evawati as a member of the Surabaya City legislature in the 2019 election.

Keywords: Personal Branding, young legislative Surabaya