

**PENGARUH PERSONAL BRANDING GIBRAN
RAKABUMING RAKA DI MEDIA SOSIAL TERHADAP
ELEKTABILITAS PADA PEMILU TAHUN 2024 PADA
MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar (S.Sos)

Dalam Program Studi Pemikiran Politik Islam



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :

SALSAH CHORIMATUL WADHA

(07020420014)

**PROGRAM STUDI PEMIKIRAN POLITIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salsah Chorimatul Wadha

NIM : 07020420014

Program Studi : Pemikiran Politik Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Filsafat

Instandi : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian/karya penulis sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk sumbernya.

Surabaya, 03 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,

A 10,000 Indonesian postage stamp (METERAI TEMPEL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and '2BBEAKX241966320'.

(Salsah Chorimatul Wadha)

NIM : 07020420014

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Salsah Chorimatul Wadha

NIM : 07020420014

Program Studi : Pemikiran Politik Islam

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Personal Branding* Gibran Rakabuming Raka Di Media Sosial Terhadap Elektabilitas Pada Pemilu Tahun 2024 Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya”

Skripsi ini telah diperiksa dan di setujui untuk diujikan.

Surabaya, 03 Juni 2024

Pembimbing



Holilah, S. Ag., M. Si

NIP : 197610182008012008

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Personal Branding* Gibran Rakabuming Raka Di Media Sosial Terhadap Elektabilitas Pada Pemilu Tahun 2024 Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya” yang ditulis oleh Salsah Chorimatul Wadha ini telah diuji di depan Tim Penguji pada tanggal 26 Juni 2024.

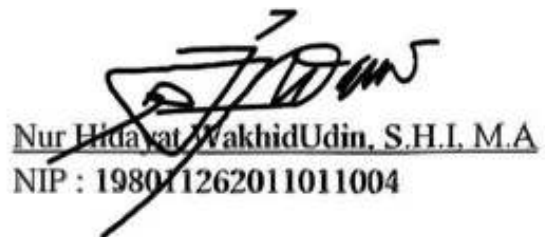
Tim Penguji :

Penguji I



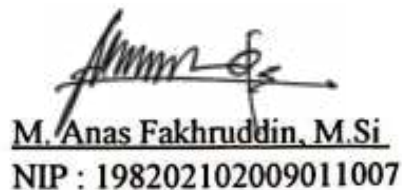
Horilah, S. Ag, M. Si
NIP : 97610182008012008

Penguji II



Nur Hidayat WakhidUdin, S.H.I. M.A
NIP : 198011262011011004

Penguji III



M. Anas Fakhruddin, M.Si
NIP : 198202102009011007

Penguji IV



Hasan Mahfudh, M. Hum
NIP : 198909202018031001

Surabaya, 26 Juni 2024

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat



Prof. Abdul Kadir Riyadi, Ph.D

197008132005011003

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salsah Chorimatul Wadha
NIM : 07020420014
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Filsafat / Pemikiran Politik Islam
E-mail address : queensalsa799@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

”PENGARUH PERSONAL BRANDING GIBRAN RAKABUMING RAKA DI MEDIA SOSIAL TERHADAP ELEKTABILITAS PADA PEMILU TAHUN 2024 PADA MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA”

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Juli 2024

Penulis



(Salsah Chorimatul Wadha)

ABSTRAK

Pengaruh Personal Branding Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial Terhadap Elektabilitas pada Pemilu Tahun 2024 pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya

Oleh:

Nama : Salsa Chorimatul Wadha

NIM : 07020420014

Dosen Pembimbing : Holilah, S. Ag, M. Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat dan pengaruh personal branding Gibran Rakabuming Raka melalui media sosial X (Twitter) dan tiktok serta tingkat elektabilitasnya pada pemilu tahun 2024 Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket yang disebar kepada mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana Sedangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori personal branding dan teori elektabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Personal Branding Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial sangat mempengaruhi elektabilitasnya. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuisisioner yang menyatakan jika 79 mahasiswa (75,96%) memilih Gibran karena sering melihat Gibran di X (Twitter), sedangkan 25 mahasiswa (24,04%) lainnya memilih Gibran bukan karena pengaruh faktor personal branding Gibran di X (Twitter). Sementara itu, sejumlah 69 mahasiswa (66,35%) dari jumlah total 104 mahasiswa yang menjadi responden tertarik memilih Gibran pada pemilu tahun 2024 dikarenakan sering melihat Gibran tranding di TikTok. Sehingga dapat diakumulasikan jika mahasiswa yang tertarik memilih Gibran karena sering melihat personal branding yang dilakukan Gibran pada media sosial X (Twitter) dan Tiktok adalah sebanyak 71,16%.

Kata Kunci : Elektabilitas dan Personal Branding.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	12
F. Definisi Konseptual	13
BAB II	19
KAJIAN TEORITIS	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kerangka Teori	27
C. Hipotesis	35

BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling	36
C. Variabel dan Indikator Penelitian	38
D. Tehnik Pengumpulan Data	40
1. Observasi	40
2. Angket	41
3. Dokumentasi.....	42
E. Operasional Variabel Penelitian	42
1. Variabel bebas (Independent)/ (X)	42
2. Variabel terikat (Dependent)/ (Y).....	43
F. Tehnik Analisis Data	43
1. Pengujian Kualitas Data	43
2. Prasyarat Analisis	45
3. Pengujian Hipotesis	50
BAB IV	56
PENYAJIAN DATA	56
A. Analisis Statistik Deskriptif	56
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	56
2. Profil Gibran Rakabuming Raka	58
B. Penyajian Data dan Pengujian Hipotesis	60
1. Karakteristik Mahasiswa	60

2. Penyajian Data	65
A. Hasil Angket Variabel X (Personal Branding Gibran).....	65
B. Hasil Angket Variabel Y (Elektabilitas Gibran).....	73
3. Validitas Data	81
A. Penyajian Data Hasil Angket Variabel X (Personal Branding Gibran).	81
B. Penyajian Data Hasil Angket Variabel Y (Elektabilitas Gibran)	84
C. Realibilitas Data	87
D. Analisis data dan Pengujian Hipotesis.....	88
BAB V	96
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	96
A. Personal Branding Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial X (Twitter) dan TikTok pada Pemilu Tahun 2024 pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya	96
B. Elektabilitas Gibran Rakabuming Raka Menjelang Pemilu Tahun 2024 pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya	101
C. Pengaruh Personal Branding Gibran Rakabuming di X (Twitter) dan TikTok terhadap Elektabilitasnya pada Pemilu Tahun 2024	105
1. Crosstab Pengaruh personal branding Gibran Rakabuming raka di media sosial	108
2. Crosstab Elektabilitas Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial.....	110
BAB VI	116
PENUTUP	116

A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	123



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- A, Qotrun. "Pengertian Metode Observasi dan Contohnya", <https://www.gramedia.com/>. Di akses pada 2 November 2023.
- Agustian, Ilham. Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda. "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu" Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik, Vol. 6, No. 1, 2019.
- Anur, Mutia. "Jumlah Pengguna X (Twitter) di Indonesia", <https://databoks.co.id/2023/5/31/>. Di akses 30 Oktober 2023.
- Fatayati, Sun. "Branding Politik Joko Widodo dalam Pemilu 2014 di Media Online", Vol. 27, No. 1, 2016.
- FIRMANSYAH, R "Elektabilitas Pasangan Calon Khamamik dan Saply pada Pemilukada Kabupaten Mesuji Tahun 2017 (Studi Desa Nipah Kuning dan Desa Wiralaga Satu)", 2018.
- Hidayatullah, Rahmat. et al., "Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial", 2023.
- <https://www.kpu.go.id/page/read/1133/cara-menjadi-pemilih>. Di akses pada 28 Mei 2024.
- Ilhami, Fahrina. Hedi Santoso, and Djoko Setyabudi. "Pengaruh Terpaan Pemberitaan Politik di Media Online dan Terpaan Pesan Iklan Kampanye Politik di Media Televisi Terhadap Elektabilitas Partai Hanura", Jurnal ILMU KOMUNIKASI, Vol. 2, No. 2, 2014.
- Islamiyah, Hanifah. and Arief Rachman. "PERSONAL BRANDING PEJABAT PUBLIK DI MEDIA", Vol. 9, No. 1, 2018.
- Lacy & Decker, Branding Yourself, 2013.
- Lestari, Indri Adina. Nanda Nia Rahayu, and Rani Setiawati. "Efektivitas Media Sosial Tiktok Terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo Pada Masyarakat Jawa Tengah", JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosiali, Vol. 2, No. 2, 2022.
- Magfirah. "Pengaruh Komunikasi Politik Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Gubernur Sulawesi Selatan Tahun 2018 Di Kota Makassar", 2016.

Mata Kuliah, “Personal Branding”, 2018.

Nafidah, Nurun. “Pengaruh Kinerja Pustakawan Terhadap Kepuasan Pemustaka Pada Perpustakaan Universitas Indonesia”. Skripsi--Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, 2015.

Nastiti, Laksita Wikan. "Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial". Skripsi--Program sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Palupi, Ayu Galih. et al., “Pemilih Pemula Dan Personal Branding Bakal Calon Presiden 2024 Di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Ganjar Pranowo)”, Vol. 6, 2024.

Pito, Toni A. dkk. Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik sampai Korupsi. Bandung: Nuansa Cendekia, 2019.

Purba, S. Elfis. Metode Penelitian. Medan, percetakan SADIA, 2012.

Pureklolom, Thomas Tokan. Komunikasi Politik. Jakarta: PT. Gramedia, 2016.

Putri, Mentari Dyah. et al., "Komunikasi Politik Dan Media Sosial (Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Dalam Melakukan Personal Branding Di Media Sosial X (Twitter) Pada Komunikasi Politik Dan Media Sosial)", Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, Vol. 5, 2022.

Riadi, Muchlisin. “Membangun Personal Branding”, <https://www.kajianpustaka.com/2019/9/25/>. Di akses pada 6 Oktober 2023.

Salam, Oryza Devi. “Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding Di Media Sosial Instagram)”, Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal, Vol. 2, No. 1, 2020.

SH, SUMONO. “Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Berdasarkan Sistem Presidensial”, Prosiding UNIBA, Vol 1, No. 01, 2014.

Sinaga, Dameria. Statistik Dasar. Jakarta: Uki Press: 2014.

Sitanggang, Hartini Basaria Natasya. and Awang Dharmawan. “Strategi Marketing Hary Tanoesoedibjo Dalam Usaha Membangun Personal Branding Politik”, Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan, Vol. 20, No. 1, 2016.

Solihin, Fauzi. “Pemanfaatan X (Twitter) Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika”, Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, No. 6, 2021.

- Srisadono, Wahyu. “Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 Dalam Membangun Personal Branding Menggunakan X (Twitter)”, Jurnal Pustaka Komunikasi, Vol. 1, No. 2, 2018.
- Sukarni, Nurul Fadzar. et al., “Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @agusyudhoyono”, Jurnal Cyber PR, Vol. 2, No. 1, 2022.
- Suryana, Nana. “Iklan Politik, Popularitas, Dan Elektabilitas Calon Presiden Dan Wakil Presiden 2014”, Observasi, Vol. 11, No. 2, 2012.
- Susilawati, Susi. and Masduki Asbari. “Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan | 50 Personal Branding: Antara Uang Dan Nama”, Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 01, No. 01, 2023.
- Tommy Mandala Putra, “Pengaruh Isu Lokal Terhadap Elektabilitas Calon Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Margomulyo Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro Tahun 2019” (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).
- Umma, Syafiatul. “Politik Santri Dan Pemilu tahun 2024: Studi Popularitas, Akseptabilitas, Dan Elektabilitas Kh. Muhaimin Iskandar Pada Pemilu tahun 2024 Di Kalangan Alumni Santri Pondok Pesantren Mamba’ul Ma’arif Denanyar Jombang”. Skripsi--Program Sarjana Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023.
- Yos Horta Meliala dan Taufik Nurdiansyah, “PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JOKO WIDODO TERHADAP ELEKTABILITAS JOKO WIDODO PADA PILPRES 2019” 2, no. 2 (2019).
- Yunitasari, Cindy. and Edwin Japarianto. “Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding Dari C.Y.N”, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1, No. 1, 2013.
- Yusanda, Awallina. Rini Darmastuti, dan George Nicholas Huwae. “Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)”, Jurnal SCRIPTURA, Vol. 11, No. 1, 2021.
- Yusmasari, Devi. Aswandi Bahar, and Widiastuti. “Tutor Efforts in Improving Learning Motivation Learning Package C in Pkbm Bunga Tanjung Desa Tanjung Rambutan Kecamatan Kampar”, Jurnal Online Mahasiswa, Vol. 2, No. 3, 2017.