



PENGARUH PERSONAL BRANDING DAN TERPAAN MEDIA RANO  
KARNO DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF 2019 - 2024 TERHADAP  
PREFERENSI MINAT PILIH WARGA DI DAPIL III BANTEN



RESDHI WIBAWA

55214120071

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2020



**PENGARUH PERSONAL BRANDING DAN TERPAAN MEDIA RANO  
KARNO DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF 2019 - 2024 TERHADAP  
PREFERENSI MINAT PILIH WARGA DI DAPIL III BANTEN**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program  
Studi Magister Ilmu Komunikasi

OLEH

**RESDHI WIBAWA**

55214120071

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**2020**



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

1

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Resdhi Wibawa  
NIM : 55214120071  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Komunikasi Politik  
Judul : Pengaruh Personal Branding dan Terpaan Media Rano Karno Pada Pemilihan Legislatif Periode 2019 – 2024 Terhadap Preferensi Minat Pilih Warga di Dapil III Banten

Jakarta, 22 Januari 2020

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Dr. Achmad Jamil, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Peronal Branding dan Terpaan Media Rano Karno dalam Pemilihan Legislatif Periode 2019-2024 Terhadap Preferensi Minat Pilih Warga di Dapil III Banten

Nama : Resdhi Wibawa

NIM : 55214120071

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 31 Januari 2020

Jakarta, 31 Januari 2020

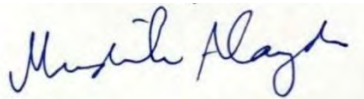
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Pembimbing



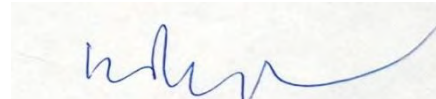
Dr. Achmad Jamil, M.Si

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus

Ketua Program



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Resdhi Wibawa  
NIM : 55214120071  
Program Study : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan Judul

**“Pengaruh Personal Branding dan Terpaan Media Rano Karno Dalam Pemilihan Legislatif Periode 2019 – 2024 Terhadap Preferensi Minat Pilih Warga di Dapil III Banten”**, telah dilakukan pengecekan similarity dengan system Turnitin pada tanggal 02 Februari 2020, didapatkan nilai presentase sebesar 17%.



Jakarta, 02 Februari 2020

Administrator Turnitin

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Arie Pangudi'.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Arie Pangudi, A.Md

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul Karya Akhir Tesis : Pengaruh Personal Branding dan Terpaan Media Rano Karno Dalam Pemilihan Legislatif Periode 2019 – 2024 Terhadap Preferensi Minat Pilih Warga di Dapil III Banten

Nama Lengkap : Resdhi Wibawa

NIM : 55214120071

Program : Pascasarjana

Tanggal : 31 Januari 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjan Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 31 Januari 2020



Resdhi Wibwa

Nama : Resdhi Wibawa

NIM : 55214120071

Judul : Pengaruh Personal Branding dan Terpaan Media Rano Karno Dalam Pemilihan Legislatif Periode 2019-2024 Terhadap Preferensi Minat Pilih Warga di Dapil III Banten

### ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketertarikan penulis terhadap Rano Karno yang ikut dalam pemilihan legislatif periode 2019 – 2024 di dapil III Banten. Alasan penulis memilih meneliti Rano Karno, karena Rano Karno pernah maju merebutkan posisi Gubernur tahun 2017 lalu. Namun pada saat itu, Rano Karno kalah perolehan suara oleh rivalnya yakni Wahidin Halim. Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada Personal Branding dan Terpaan Media yang dilakukan oleh Rano Karno untuk mendapatkan suara dari wilayah dapilnya yakni di dapil III Banten.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Stimulus Organism Respon. Stimulus yang digunakan penulis yaitu Sinetron Si Doel yang ditayangkan RCTI pada masa kampanye. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari Personal Branding dan Terpaan Media yang dilakukan Rano Karno pada pemilihan legislatif periode 2019 – 2024 terhadap preferensi minat pilih warga di dapil III Banten yang meliputi wilayah Tangerang Kota, Kabupaten Tangerang, dan Tangerang Selatan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Pendekatan kuantitatif, dengan paradigma positivistic. Penelitian ini bersifat eksplanatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Dan, teknik dalam menganalisis data menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

Hasil uji hipotesis dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan korelasi simultan antar variabel berada pada angka 0.845 yang artinya reliabel. Untuk hasil pengaruh, Terpaan Media lebih besar berpengaruh dari preferensi minat pilih warga sebesar 0,541, sedangkan Personal Branding di angka 0,462, kedua hasil tersebut berada di level sedang. Untuk uji signifikansi simultan berada pada angka t tabel sebesar 1,984 yang artinya jika t hitung > dari t tabel atau  $2.984 > 1,984$  maka signifikan, sementara untuk menghitung koefisien regresi dari variabel Terpaan Media diperoleh t hitung 4.565. Jadi t hitung > dari t tabel atau  $4.565 > 1.984$  maka juga signifikan. Jadi variabel Personal Branding dan Terpaan Media berpengaruh signifikan terhadap Preferensi minat pilih.

**Kata kunci:** Pilkada, Banten, Pilgub

Nama : Resdhi Wibawa

NIM : 55214120071

Judul : The Pengaruh Personal Branding dan Terpaan Media Rano Karno Dalam Pemilihan Legislatif Periode 2019-2024 Terhadap Preferensi Minat Pilih Warga di Dapil III Banten

### ABSTRACT

This research is motivated by the writer's interest in Rano Karno who participated in the 2019-2024 legislative elections in Banten III electoral district. Previously, Rano Karno had competed for the position of Governor in 2017. But at that time, Rano Karno couldn't win over his rival, Wahidin Halim. In this study, the author focuses on Personal Branding and Media Exposure carried out by Rano Karno to get votes from his electoral district namely in electoral district III Banten.

The purpose of this study is to find out whether there is an influence of Personal Branding and Media Exposure carried out by Rano Karno in the legislative elections for the period 2019-2024 on the preference of citizens in Banten III electoral area which cover the Tangerang City, Tangerang Regency and South Tangerang regions.

The research method used in this study is a survey. Quantitative selection, with a positivistic paradigm. This research is explanative. The data collection technique used was a questionnaire. And, techniques in analyzing data using the SPSS program (Statistical Package for Social Sciences).

Hypothesis test results of all independent variables on the variables shown by simultaneous between variables depend on the number 0.845 which means reliable. Whereas the simultaneous significance test is in the t table of 1.984 which means  $t_{\text{arithmic}} > \text{from } t \text{ table or } 2.984 > 1.984$  then it is significant, while for calculating the regression coefficient of the Media Exposed variable is obtained by t count 4.565. so  $t_{\text{count}} > \text{from } t \text{ table or } 4.565 > 1.984$  then it is also significant. So the Personal Branding and Media Exposure variables support the selective preference.



## KATA PENGANTAR

### **Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah serta tidak lupa shalawat dan salam selalu tercurah pada baginda Rasulullah Muhammad Sholallahualaiwasalam karena berkat rahmat dan ijin Allah, peneliti dapat menyelesaikan tesis ini yang dilaksanakan di tiga wilayah berbeda yakni Tangerang Kota, Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang. Peneliti juga mendapatkan bantuan dari KPU Provinsi Banten yang memberikan data untuk bisa mendapatkan data responden untuk diteliti.

Penyusunan penulisan tesis ini merupakan sebagai suatu syarat kelulusan program sarjana strata-2 (S2) Program Studi Magister Ilmu Komunikasi , Universitas Mercubuana, di Meruya, Jakarta Barat.

Pada penyusunan tersis ini, peneliti telah berusaha menyajikan yang terbaik dan juga merupakan factor dukungan dari Pembimbing dan dari segala pihak yang salah satunya berupa dorongan semangat, bimbingan atas penyusunan tesis ini dan banyakbantuan lainnya yang dalam kesempatan kali ini tidak dapat disebutkan satu per satu.

Pada kesempatan kali ini, tidak lupa peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada segala pihak yang telah membantu pelaksanaan dan penyusunan penelitian tesis ini, yang diantaranya:

Di Lingkungan Akademik:

1. Bapak Prof. Dr. –Ing. Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Henny Gusfa, M.M., selaku sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Achmad Djamil M.si., selaku pembimbing dalam penulisan tesis ini.
5. Para staf Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu-ilmunya pada proses perkuliahan berlangsung kepada peneliti.

**Di Lingkungan Penelitian:**

1. Bapak Eko, selaku salah satu anggota KPU Provinsi Banten yang telah memberikan ijin untuk peneliti melakukan penelitian
2. Ibu Riana, selaku administrasi data, yang membantu memberikan data responden yang peneliti butuhkan.
3. Seluruh Warga yang menjadi responden peneliti saat melakukan penelitian, yakni warga Tangerang Kota, Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang.

## **Di Lingkungan Non-Akademik**

1. Kedua orangtua peneliti, yakni Ayahanda Usep Nugraha, dan Ibunda Rosdihati, yang selalu member inspirasi dan motivasi agar lancer dalam segala urusan penyusunan penelitian ini.
2. Kakak peneliti beserta suami dan kedua anaknya yang telah mendukung demi keberhasilan penyusunan penulisan tesis ini, yakni kepada Lia Mardiyannah, Ahmad Sofian Rizki, Arshiya Fathina Zaida, dan Alisha Fathiya Zalika
3. Atasan peneliti di kantor Metro Tv, Kepala Desk Nusantara Dr. Moh. Hafizni, M.I.Kom beserta istri yang selalu memberikan peneliti dorongan motivasi serta bantuannya untuk menyelesaikan penulisan ini.
4. Rekan-rekan senior di korda seperti Joko Suharyanto, Nasrullah, Muklis Efendi, Zakaria Hamid Selamun, Bambang Haryo, dan Wibowo yang telah memberikan pengertiannya untuk mengisi jadwal kerja yang kosong saat penulis cuti untuk mengerjakan penelitian ini. Terutama Joko Suharyanto selaku pembuat jadwal bekerja peneliti.

Akhir kata, peneliti ucapkan terima kasih banyak. Semoga penulisan tesis ini, dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik untuk peneliti sendiri, Rano Karno, dan pihak lain yang berkepentingan pada umumnya.

**Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Jakarta, 22 Januari 2020

Hormat saya,



**Resdhi Wibawa**

**NIM: 55214120071**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	iii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	iv
PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1. Maksud Penelitian .....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	
2.1. Kajian Pustaka .....	9
2.1.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Kerangka Teori .....	21
2.2.1 Teori Stimulus Organism Respon .....	21
2.3 Kerangka Konseptual .....	31
2.3.1. Personal Branding .....	31
2.3.2. Terpaan Media .....	35
2.3.3. Preferensi .....	37
2.4 Hipotesis .....	39
2.5 Definsi dan Operasional variable .....	40

## BAB III METODOLI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian .....	43
3.2 Pendekatan Penelitian .....	43
3.3 Sifat Penelitian .....	43
3.4 Metode Penelitian .....	43
3.5 Populasi dan Sampel .....	44
3.5.1. Populasi .....	44
3.5.2. Sampel .....	44
3.6 Definisi Konsep dan Operasional Variabel .....	46
3.7 Validitas dan Reliabilitas .....	48
3.7.1. Pengujian Instrumen .....	48
3.7.2. Pengujian Hipotesis .....	49
3.8 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.9 Jenis Sumber Data .....	51
3.10 Teknis Analisis Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.1.1. Profil Rano Karno .....	56
4.2 Hasil Penelitian .....	58
4.2.1. Deskripsi Identitas Responden .....	58
4.3 Pembahasan .....	99
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran .....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN KUESIONER .....	110
LAMPIRAN HASIL PENGECEKAN TURNITIN.....	114
LAMPIRAN 2 – DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	138

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Daftar Nama Artis Dalam Pemilihan Legislatif .....	4
<b>Tabel 2.1</b> Martikulasi <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	16
<b>Tabel 2.2</b> Hipotesis .....	41
<b>Tabel 2.3</b> Kerangka Berpikir .....	42
<b>Tabel 3.1</b> Skala Likert .....	52
<b>Tabel 3.2</b> Koefisien Korelasi .....	54
<b>Tabel 4.1</b> Jenis Kelamin Responden .....	59
<b>Tabel 4.2</b> Usia Responden .....	60
<b>Tabel 4.3</b> Pendidikan Terakhir Responden .....	61
<b>Tabel 4.4</b> Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dinilai Memiliki Visi dan Misi Yang Baik .....	62
<b>Tabel 4.5</b> Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dinilai Memiliki Pengalaman Dalam Memimpin Rakyat .....	63
<b>Tabel 4.6</b> Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dianggap Memiliki Kemampuan Mendengarkan Aspirasi Rakyat Yang Baik .....	64
<b>Tabel 4.7</b> Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Fisik Yang Menarik .....	65
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dinilai Memiliki Kehidupan Yang Baik Dalam Menjadi Pemimpin .....	66
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Persepsi Yang Baik Dalam Menyelesaikan Masalah di Dapilnya .....	67
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dinilai Memiliki Program Kerja Yang Baik .....	68
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dinilai Memiliki Pengalaman Dalam Memimpin Rakyat .....	69
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dinilai Dapat Melayani Rakyat Dengan Baik .....	70
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Dinilai Mempunyai Kredibilitas Yang Baik Dalam Memimpin .....	71
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Kepribadian Yang Merakyat .....	72
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Solusi Dari Masalah Yang Ada di Dapilnya .....	73

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Konsep Yang Lebih Baik Dalam Memajukan Dapilnya .....	74
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Sering Melakukan Kampanye di Dapilnya .....	75
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Etika Berpolitik Yang Baik .....	76
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Konsistensi .....	77
Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Citra Politik Yang Baik .....	78
Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Menyukai Sinetron Si Doel di RCTI .....	79
Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Isi Sinetron Si Doel Mempengaruhi Kehidupan Sehari-Hari .....	80
Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Selalu Menantikan Sinetron Si Doel Setiap Jam Tayangnya .....	81
Tabel 4.24 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Menonton Si Doel Bertujuan Untuk Melihat Rano Karno Berakting .....	82
Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Sinetron Si Doel Memiliki Manfaat Dalam Kehidupan Sehari-Hari .....	83
Tabel 4.26 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Terbawa Perasaan Saat Menonton Sinetron Si Doel .....	84
Tabel 4.27 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Sinetron Si Doel Mempengaruhi Memilih Rano Karno Dalam Pileg 2019 .....	85
Tabel 4.28 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Lebih Menyukai Program Kerja Rano Karno Dibanding Dengan Kandidat Caleg Lainnya .....	86
Tabel 4.29 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Lebih Menyukai Memperhatikan Kehidupan Rano Karno Ketimbang Kandidat Lainnya .....	87
Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Rano Karno Memiliki Kualitas Yang Baik Dibanding Yang Lainnya .....	88
Tabel 4.31 Case Processing Summary .....	89
Tabel 4.32 Reliability Statistics .....	89
Tabel 4.33 Uji Validitas Item – Total Statistic .....	91
Tabel 4.34 Correlation .....	93
Tabel 4.35 Pedoman Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi .....	94
Tabel 4.36 Model Summary .....	95



Tabel 4.37 Normal Plot Regression .....	96
Tabel 4.38 Anova .....	97
Tabel 4.39 Coefficients .....	97

