



PERSONAL BRANDING LUHUT BINSAR PANDJAITAN
(Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com,
Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus
Keterlibatan Bisnis PCR Test Periode November 2021)



OLEH
PANDU LAZUARDI
55220110010

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023



PERSONAL BRANDING LUHUT BINSAR PANDJAITAN
(Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com,
Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com Pada Kasus
Keterlibatan Bisnis PCR Test Periode November 2021)

TESIS

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

OLEH
PANDU LAZUARDI
55220110010

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Pandu Lazuardi
NIM : 55220110010
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Marketing & Corporate Communications
Judul Karya Akhir/Tesis : *Personal Branding* Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus Keterlibatan Bisnis PCR Test Periode November 2021)

UNIVERSITAS
Jakarta, 11 Agustus 2023
MERCU BUANA
Dosen Pembimbing



(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : *Personal Branding* Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus Keterlibatan Bisnis *PCR Test* Periode November 2021)

Nama : Pandu Lazuardi

NIM : 55220110010

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing & Corporate Communications

Tanggal : 11 Agustus 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 11 Agustus 2023

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si)

(.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : *Personal Branding* Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus Keterlibatan Bisnis *PCR Test* Periode November 2021)

Nama : Pandu Lazuardi

NIM : 55220110010

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing & Corporate Communications

Tanggal : 11 Agustus 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Agustus 2023

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si)

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Pandu Lazuardi
NIM : 55220110010
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Marketing & Corporate Communications
Judul Karya Akhir/Tesis : *Personal Branding* Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus Keterlibatan Bisnis PCR Test Periode November 2021)

Jakarta, 11 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Pandu Lazuardi
NIM : 55220110010
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

“*Personal Branding* Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus Keterlibatan Bisnis *PCR Test* Periode November 2021”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 04 Agustus 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 15%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 Agustus 2023



Administrator Turnitin
Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

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

Judul : *Personal Branding* Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com. pada Kasus Keterlibatan Bisnis *PCR Test* Periode November 2021)

Nama : Pandu Lazuardi

N I M : 55220110010

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 12 Agustus 2023

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

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

Jakarta, 12 Agustus 2023



Pandu Lazuardi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala karena atas pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “*Personal Branding* Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus Keterlibatan Bisnis *PCR Test* Periode November 2021)”. Penulis banyak sekali mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Dr. Nurhayani Saragih, M.Si selaku Dosen Pembimbing.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Dosen Penguji Ahli.
5. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si selaku Ketua Sidang.
6. Ibu, atas doa, bimbingan, semangat, dan kasih sayang yang selalu diberikan selama ini; dan juga Bapak, yang terus memberi semangat kepada saya agar segera menyelesaikan program magister ini.
7. Ela Juniar, istri saya yang selalu menemani sekaligus memberikan dukungan, doa, dan semangat.
8. Shabrina Az-Zahra, adik tersayang yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.
9. Aldila Karina Putri, selaku rekan kerja dan koder yang turut membantu saya dalam mengisi lembar koding yang saya berikan.
10. Dheandra Khafifa, rekan kerja saya yang membantu menyunting penelitian saya.
11. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Universitas Mercu Buana
Magister Ilmu Komunikasi
Marketing & Corporate Communications
Pandu Lazuardi
55220110010

Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan (Analisis Isi Kuantitatif melalui Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com, pada Kasus Keterlibatan Bisnis *PCR Test* Periode November 2021)

Bibliography : 5 Bab 260 Halaman + 16 Buku + 15 Jurnal + 9 *Website*

ABSTRAK

Personal branding merupakan proses komunikasi yang dilakukan seseorang melalui hasil prestasi, keahlian, kepribadian, kemampuan, keunikan, dan bagaimana dari keseluruhan nilai-nilai tersebut dapat memberikan gambaran diri yang positif dimata khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana *personal branding* Luhut Binsar Pandjaitan mengenai keterlibatan kasus *PCR Test* dalam pemberitaan portal berita *online* (Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, dan Pikiranrakyat.com).

Metode penelitian yang dilakukan adalah analisis isi dengan pendekatan analisis isi kuantitatif melalui paradigma penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian dilakukan berdasarkan 8 (delapan) unsur pembentukan *personal branding*, yaitu: spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, *visibility*, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Kedelapan unsur tersebut diteliti melalui 5 (lima) portal berita online. Penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa terdapat unsur-unsur *personal branding* dari cuplikan-cuplikan berita yang terbit pada lima portal berita *online* tersebut.

Kata Kunci: Personal Branding, Analisis Isi, Media

Mercu Buana University
Magister Communication
Marketing & Corporate Communications
Pandu Lazuardi
55220110010

Personal Branding of Luhut Binsar Pandjaitan (Quantitative Content Analysis through Online News Portals Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, and Pikiranrakyat.com, in the November 2021 PCR Test Business Involvement Case)

Bibliography : 5 Chapter 260 Page + 16 Book + 15 Journal + 9 Website



ABSTRACT

Personal branding is the communication process undertaken by an individual through achievements, skills, personality, abilities, uniqueness, and how these values collectively provide a positive self-image to the wider public. This study aims to analyze how Luhut Binsar Pandjaitan's Personal Branding is portrayed in the coverage of the PCR Test case by online news portals (Kompas.com, Detik.com, Tempo.co, Tribun Network, and Pikiranrakyat.com).

The research method used is content analysis with a quantitative content analysis approach within the paradigm is descriptive quantitative. The study is based on 8 (eight) elements of personal branding, namely: specialization, leadership, personality, differentiation, visibility, unity, perseverance, and reputation. These 8 (eight) elements were examined through the content of 5 (five) online news portals. The findings of the study reveal the presence of personal branding elements in the news excerpts published on these five online news portals.

Keywords: *Personal Branding, Content Analysis, Media*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Pembatasan Masalah	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Manfaat Akademis	18
1.5.1 Manfaat Praktis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Penelitian Terdahulu	19
2.2. Komunikasi Massa.....	35
2.3. <i>Public Relations</i>	37
2.3.1 <i>Peran Public Relations</i>	38
2.3.2 <i>Media Relations</i>	40
2.4. <i>Personal Branding</i>	41
2.4.1 Konsep Pembentukan <i>Personal Branding</i>	42

2.4.2 Fungsi <i>Personal Branding</i>	46
2.5. Kerangka Teori.....	47
BAB III METODELOGI PENELITIAN	48
3.1. Paradigma Penelitian.....	48
3.2. Metode Penelitian.....	49
3.3. Populasi dan Sampel	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel	51
3.4. Oprasionalisasi Variable.....	53
3.5. Unit Analisis	54
3.6. Uji Validitas & Uji Reliabilitas.....	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.7.1 Teknik Analisis	58
3.7.2 Pengukuran Skala.....	59
3.7.2 Dokumentasi	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
4.2. Hasil Penelitian	67
4.2.1 Hasil Penelitian Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Kompas.com	70
4.2.2 Hasil Penelitian Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Pada Detik.com.....	102
4.2.3 Hasil Penelitian Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Pada Tempo.co.....	133
4.2.4 Hasil Penelitian Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Pada Tribun Network	159
4.2.5 Hasil Penelitian Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Pada Pikiran Rakyat	191
4.3 Pembahasan.....	242
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	250

5.1. Kesimpulan.....	250
5.2. Saran.....	256
5.2.1 Saran Akademis	256
5.2.2 Saran Praktis	256
Daftar Pustaka	257
Lampiran.....	259



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Penghargaan Luhut Binsar Pandjaitan	3
Gambar 1.2 CNBC Awards 2021	4
Gambar 1.3 Pemberitaan pada Kompas.com.....	6
Gambar 1.4 Google Trends Luhut Binsar Pandjaitan	7
Gambar 1.5 Kueri Google Trends Luhut Binsar Pandjaitan	8
Gambar 1.6 Tingkat Kepercayaan Responden terhadap Merek Media	12
Gambar 1.7 Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak.....	13
Gambar 4.1 Pemberitaan pada detik.com	62
Gambar 4.2 Pemberitaan pada Kompas.com.....	63
Gambar 4.3 Pemberitaan pada Tempo.co	64
Gambar 4.4 Pembahasan Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan	239

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daftar Tabel

3.1. Operasionalisasi Variabel <i>Personal Branding</i>	53
4.2.1. Tabel Coding Sheet Kompas.com	70
4.1.1.1 Tabel Aspek Spesialisasi Ability Kompas.com	73
4.1.1.2 Tabel Aspek Spesialisasi Behavior – Kompas.com	75
4.1.1.3 Tabel Aspek Spesialisasi Lifestyle – Kompas.com	76
4.1.1.4 Tabel Aspek Spesialisasi Mission – Kompas.com	78
4.1.1.5 Tabel Aspek Spesialisasi Product – Kompas.com	79
4.1.1.6 Tabel Aspek Spesialisasi Profession – Kompas.com	81
4.1.1.7 Tabel Aspek Spesialisasi Service – Kompas.com	82
4.1.1.8 Tabel Aspek Kepemimpinan – Kompas.com	85
4.1.1.9 Tabel Aspek Kepribadian – Kompas.com	88
4.1.1.10 Tabel Aspek Perbedaan – Kompas.com	90
4.1.1.11 Tabel Aspek Visibility – Kompas.com	92
4.1.1.12 Tabel Aspek Kesatuan – Kompas.com	94
4.1.1.13 Tabel Aspek Keteguhan – Kompas.com	96
4.1.1.14 Tabel Aspek Nama Baik – Kompas.com	98
4.1.1.15 Tabel Kesimpulan Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Kompas.com	100
4.2.2. Tabel Coding Sheet – Detik.com	102
4.2.2.1 Tabel Aspek Spesialisasi Ability Detik.com	104
4.2.2.2 Tabel Aspek Spesialisasi Behavior – Detik.com	105
4.2.2.3 Tabel Aspek Spesialisasi Lifestyle – Detik.com	107
4.2.2.4 Tabel Aspek Spesialisasi Mission – Detik.com	109
4.2.2.5 Tabel Aspek Spesialisasi Product – Detik.com	111
4.2.2.6 Tabel Aspek Spesialisasi Profession – Detik.com	113
4.2.2.7 Tabel Aspek Spesialisasi Service – Detik.com	115
4.2.2.8 Tabel Aspek Kepemimpinan – Detik.com	117
4.2.2.9 Tabel Aspek Kepribadian – Detik.com	119
4.2.2.10 Tabel Aspek Perbedaan – Detik.com	121
4.2.2.11 Tabel Aspek Visibility – Detik.com	123

4.2.2.12	Tabel Aspek Kesatuan – Detik.com	125
4.2.2.13	Tabel Aspek Keteguhan – Detik.com	127
4.2.2.14	Tabel Aspek Nama Baik – Detik.com	129
4.2.2.15	Kesimpulan Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Detik.com	130
4.2.3.	Tabel Coding Sheet Tempo.co	133
4.2.3.1.	Tabel Aspek Spesialisasi Ability – Tempo.co	135
4.2.3.2	Tabel Aspek Spesialisasi Behavior – Tempo.co	136
4.2.3.3	Tabel Aspek Spesialisasi Lifestyle – Tempo.co	137
4.2.3.4	Tabel Aspek Spesialisasi Mission – Tempo.co.....	139
4.2.3.5	Tabel Aspek Spesialisasi Product – Tempo.co	141
4.2.3.6	Tabel Aspek Spesialisasi Profession – Tempo.co	142
4.2.3.7	Tabel Aspek Spesialisasi Service – Tempo.co	144
4.2.3.8	Tabel Aspek Kepemimpinan – Tempo.co.....	145
4.2.3.9	Tabel Aspek Kepribadian – Tempo.co	147
4.2.3.10	Tabel Aspek Perbedaan – Tempo.co	148
4.2.3.11	Tabel Aspek Visibility – Tempo.co.....	150
4.2.3.12	Tabel Aspek Kesatuan – Tempo.co	151
4.2.3.13	Tabel Aspek Keteguhan – Tempo.co.....	153
4.2.3.14	Tabel Aspek Nama Baik – Tempo.co.....	155
4.2.3.15	Kesimpulan Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Tempo.co.....	156
4.2.4.	Tabel Coding Sheet Tribun Network	159
4.2.4.1.	Tabel Aspek Spesialisasi Ability – Tribun Network.....	162
4.2.4.2	Tabel Aspek Spesialisasi Behavior – Tribun Network.....	163
4.2.4.3	Tabel Aspek Spesialisasi Lifestyle – Tribun Network.....	165
4.2.4.4	Tabel Spesialisasi Mission – Tribun Network.....	167
4.2.4.5	Tabel Spesialisasi Product – Tribun Network	169
4.2.4.6	Tabel Aspek Spesialisasi Profession – Tribun Network.....	170
4.2.4.7	Tabel Aspek Spesialisasi Service – Tribun Network	173
4.2.4.8	Tabel Aspek Kepemimpinan – Tribun Network	175
4.2.4.9	Tabel Aspek Kepribadian – Tribun Network	177
4.2.4.10	Tabel Aspek Perbedaan – Tribun Network.....	179

4.2.4.11	Tabel Aspek Visibility – Tribun Network.....	181
4.2.4.12	Tabel Aspek Kesatuan – Tribun Network.....	183
4.2.4.13	Tabel Aspek Keteguhan – Tribun Network	185
4.2.4.14	Tabel Aspek Nama Baik – Tribun Network.....	187
4.2.4.15	Kesimpulan Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Tribun Network	188
4.2.5.	Tabel Coding Sheet – Pikiran Rakyat	191
4.2.5.1	Tabel Aspek Spesialisasi Ability – Pikiran Rakyat	194
4.2.5.2	Tabel Aspek Spesialisasi Behavior – Pikiran Rakyat	197
4.2.5.3	Tabel Aspek Spesialisasi Lifestyle Pikiran Rakyat	199
4.2.5.4	Tabel Spesialisasi Mission – Pikiran Rakyat	202
4.2.5.5	Tabel Spesialisasi Product – Pikiran Rakyat	205
4.2.5.6	Tabel Aspek Spesialisasi Profession – Pikiran Rakyat	208
4.2.5.7	Tabel Aspek Spesialisasi Service – Pikiran Rakyat	211
4.2.5.8	Tabel Aspek Kepemimpinan – Pikiran Rakyat.....	214
4.2.5.9	Tabel Aspek Kepribadian – Pikiran Rakyat.....	217
4.2.5.10	Tabel Aspek Perbedaan – Pikiran Rakyat	221
4.2.5.11	Tabel Aspek Visibility – Pikiran Rakyat.....	224
4.2.5.12	Tabel Aspek Kesatuan – Pikiran Rakyat	227
4.2.5.13	Tabel Aspek Keteguhan – Pikiran Rakyat.....	229
4.2.5.14	Tabel Aspek Nama Baik – Pikiran Rakyat.....	232
4.2.5.15	Kesimpulan Personal Branding Luhut Binsar Pandjaitan Pikiran Rakyat.....	235