



***PERSONAL BRANDING* KOMUNIKATOR POLITIK PARTAI  
KEBANGKITAN BANGSA PADA SOSIAL AKUN  
INSTAGRAM *CAKIMINNOW* MENJELANG TAHUN POLITIK  
2024**



**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pasca Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Oleh: Ali Sutram  
NIM: 55221110047**

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

## ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menganalisa peran dan proses serta manfaat langsung dan tidak langsung Muhaimin Iskandar dalam mengembangkan *personal branding* melalui media Instagram *CakIminNow* ditelaah berdasarkan teori Pencitraan dengan metode penelitian studi kasus, jenis penelitiannya kualitatif-deskriptif menggunakan paradigma konstruktivisme yang diukur dengan konsep pembentukan *personal branding* versi Peter Montoya dan Tim Vandehey. Hasil analisis peran Muhaimin Iskandar dalam mengembangkan *personal branding* melalui media Instagram *CakIminNow* melalui polesan spesialisasi diri, jiwa kepemimpinan, berkepribadian, memiliki perbedaan, terlihat perjuangan yang konsisten, kesatuan isu diri, keteguhan, dan nama baik sebagaimana sudut pandang pembentukan *Personal Branding* Peter Montoya dan Tim Vandehey dan melalui metode komunikasi yang disusun dengan baik. Analisa penulis, akun *Cak Imin Now* menciptakan personal branding politik yang selaras dengan identitas yang diinginkan, para politisi, baik pimpinan partai, legislator, maupun anggota parlemen lainnya. Tim Media PKB dan Muhaimin Iskandar telah menggunakan pendekatan komunikasi tradisional dan digital. Penulis juga telah mengeksplorasi tidak ada kesulitan dalam memisahkan personal branding Muhaimin Iskandar dari partainya dan menganggap bahwa penyelarasan ini selaras antara individualitas *personal branding* dengan mempertahankan pesan dan komunikasi partainya.

**Kata kunci: Personal Branding, Pencitraan, Komunkator Politik, Instagram**

## ABSTRACT

This research aims to analyze the role and process as well as the direct and indirect benefits of Muhaimin Iskandar in developing personal branding through Instagram CakIminNow media which is examined based on Imaging theory with a case study research method, the type of research is qualitative-descriptive using the constructivism paradigm which is measured by the concept of personal branding formation according to Peter Montoya and Tim Vandehey. The results of the analysis of Muhaimin Iskandar's role in developing personal branding through CakIminNow Instagram media through the polish of self-specialization, leadership spirit, personality, having differences, visible consistent struggle, unity of self-issue, steadfastness, and good name as per the perspective of Peter Montoya and Tim's Personal Branding formation Vandehey and through well-crafted communication methods. The author's analysis shows that the Cak Imin Now account creates political personal branding that is in line with the desired identity of politicians, both party leaders, legislators and other members of parliament. The PKB Media Team and Muhaimin Iskandar have used traditional and digital communication approaches. The author has also explored that there is no difficulty in separating Muhaimin Iskandar's personal branding from his party and considers that this alignment is in harmony between the individuality of his personal branding and maintaining his party's message and communication.

**Keywords: Personal Branding, Imagery, Political Communicator, Instagram**





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

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Ali sutram  
NIM : 55221110047  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : kmunikasi politik  
Judul Karya Akhir/Tesis : personal branding komukator politik partai kebangkitan bangsa pada akun intagram *cakiminnow* menjelang tahun politik 2024.

Jakarta, (28 agustus 2024)

Dosen Pembimbing

**Dr. Syaifuddin, M.Si**



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


**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

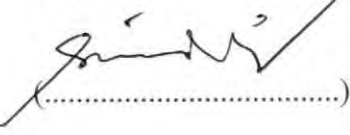
Judul : personal branding komukator politik partai kabangkitan bangsa  
pada akun intagram *cakiminnnow* menjelang tahun politik 2024  
Nama : Ali sutram  
NIM : 55221110047  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : komunikasi plitik  
Tanggal : 28 agustus 2024

Jakarta, (28 agustus 2024)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr.Afdal makkuraga M,Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si)
3. Pembimbing :  
(Dr. Syaifuddin, M.Si)

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)



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

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : personal branding komukator politik partai kabangkitan bangsa  
pada akun intagram *cakiminnow* menjelang tahun politik 2024  
Nama : Ali sutram  
NIM : 55221110047  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : komunikasi politik  
Tanggal : 05 september 2024

Jakarta, (28 agustus 2024)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr.Afdal makkuraga M,Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si)
3. Pembimbing :  
(Dr. Syaifuddin, M.Si)

(.....)  
(.....)  
(.....)



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

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Ali sutram  
NIM : 5522111004  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : komunikasi politik  
Judul Karya Akhir/Tesis : personal branding komukator politik partai kabangkitan bangsa pada akun intagram *cakiminnow* menjelang tahun politik 2024

Jakarta, (28 agustus 2024)

Dosen Pembimbing

(Dr. Syaifuddin, 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 : ALI SUTRAM  
NIM : 55221110047  
Program Studi : PASCA/ magister ilmu komunikasi

Dengan judul "***PERSONAL BRANDING KOMUNIKATOR POLITIK PARTAI KEBANGKITAN BANGSA PADA MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM CAKIMINNOW MENJELANG TAHUN POLITIK 2024***", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 09 agustus 2024 didapatkan nilai persentase sebesar .....

Jakarta, 09, agustus 2024  
Administrator Turnitin



**Aulia Rahman, S.Ikom**



## PERNYATAAN

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

Judul : **personal branding komukator politik partai kabangkitan bangsa pada akun intagram *cakiminnow* menjelang tahun politik 2024**  
Nama : Ali sutram  
N I M : 55221110047  
Program Studi : komunikasi politik  
Tanggal : 05 september 2024

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 pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

10, september 2024  
  
(Ali Sutram)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.
2. Ketua Program Studi Magister Ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, Dr. Heri Budianto, M.Si.
3. Ketua Sidang Tesis Dr. Afdal Makkuraga, M.Si. dan Penguji Ahli Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si.
4. Dr. Syaifuddin, M.Si, Yang bertindak sebagai Dosen Pembimbing Penyusunan Tesis yang dilakukan oleh Penulis.
5. Kedua Orang Tua tercinta, Yang Selalu mendukung dan Mendoakan setiap Langkah Perjuangan.
6. Mas Faisol Riza dan Mas Ahmad Iman Sukri, yang selalu memberikan Motivasi dan Dukungan Terhadap Penulis.
7. Pasukan Prapanca, yang selalu memberikan semangat kepada Penulis untuk mencoba Hal-Hal Baru.
8. Sahabat Tercinta Robbi Ainul Yaqin, Yang selalu menghibur dan meluangkan waktu disela-sela kesibukan Pekerjaannya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 28 Agustus 2024

**Ali Sutram**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN PENGECEKAN SIMILARITY</b>	<b>viii</b>
<b>PERNYATAAN</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kerangka Teoritis	15
2.2.1 Teori Pencitraan	15
2.2.2 Personal Branding	22
2.2.3 Komunikator Politik	26
2.2.4 Komunikasi media baru	33
2.2.5 Instagram	35
2.2.6 Tahun Politik 2024	37
2.3 Kerangka Pemikiran	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>41</b>
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Obyek Penelitian	42
3.3 Jenis Penelitian	43
3.4 Metode Penelitian	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Key Informan dan Informan	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.8 Teknik Keabsahan Data	48

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	<b>50</b>
4.1 Profile Key Informan dan Informan	50
4.1.1 Profile Key Informan	50
4.1.2 Tim Media Partai Kebangkitan Bangsa dan akun instagram CakIminNow	52
4.1.3 Follower aktif akun instagram CakIminNow	52
4.1.4 Profile Informan	53
4.2 Analisis Hasil Penelitian	56
4.2.1 Peran Muhaimin Iskandar dalam mengembangkan <i>personal branding</i> melalui media Instagram <i>CakIminNow</i>	59
4.2.2 Proses <i>peronal branding</i> Muhaimin Iskandar melalui media Instagram.	70
4.2.3 Manfaat langsung dan tidak langsung yang diperoleh Muhaimin Iskandar dari aktivitas <i>personal branding</i> melalui media instagram <i>CakIminNow</i> .	78
4.3 Pembahasan	88
4.3.1 Personal Branding Muhaimin Iskandar Menjelang Tahun Politik 2024	93
4.3.2. Personal Branding Muhaimin Iskandar Perspektif Teori Pencitraan	98
4.3.3 Personal Branding Muhaimin Iskandar dalam Sudut Pandang Personal Branding Peter Montoya dan Tim Vandehey	105
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>123</b>
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran	126
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>130</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Gambar 1 Kerangka Pemikiran .....	40
Tabel 2.1 Jumlah Follower Cak Imin Now dan Politisi Lainnya .....	89



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Profil Singkat Informan
2. Surat Ijin Kegiatan Penelitian
3. Surat Keterangan Pelaksanaan Wawancara
4. Daftar Pernyataan dan Transkrip Hasil Wawancara
5. Curriculum Vitae (CV) Peneliti

