

**ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING POLITIK
POLITISI PDI P HARRIS TURINO PADA PEMILU 2024
DALAM *BRAND IDENTITY PRISM THEORY*
JEAN NOEL KAPFERER**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Oleh:
Nur Bintang
NIM. 43221031

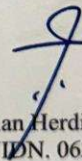
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PERADABAN
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Penelitian : ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING
POLITIK POLITISI PDI P HARRIS TURINO PADA
PEMILU 2024 DALAM *BRAND IDENTITY PRISM*
THEORY JEAN NOEL KAPFERER
Nama : Nur Bintang
NIM : 43221031
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui oleh pembimbing untuk mengikuti sidang skripsi.

Brebes, 20 Agustus 2025
Pembimbing,



Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos.
NIDN. 0624018903

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Bintang
NIM : 43221031
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING POLITIK POLITISI PDI P
HARRIS TURINO PADA PEMILU 2024 DALAM *BRAND IDENTITY PRISM*
THEORY JEAN NOEL KAPFERER

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari skripsi atau karya ilmiah milik orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya). Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Brebes, 24 Agustus 2025

Saya yang menyatakan:



Nur Bintang
NIM. 43221031

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : ANALISIS STRATEGI PERSONAL BRANDING
POLITIK POLITISI PDI P HARRIS TURINO PADA
PEMILU 2024 DALAM *BRAND IDENTITY PRISM*
THEORY JEAN NOEL KAPFERER

Nama : Nur Bintang

NIM : 43221031

Skripsi ini telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada: Sabtu, 30 Agustus 2025,
pukul 10.00 s.d selesai, bertempat di Laboratorium Ilmu Komunikasi dan
dinyatakan Lulus oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Selanjutnya skripsi ini DITERIMA dan DISAHKAN pada Rabu, 24 September
2025

Aan Herdiana, S.Kom.I. M. Sos

Pembimbing

(.....)

NIDN. 0624018903

Reza Abineri, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penguji 1

(.....)

NIDN. 0619118604

Aswhar Anis, S.IP., M.Si

Penguji 2

(.....)

NIDN. 0607088201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Peradaban



Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos
NIDN. 0624018903

MOTTO

“Hidup adalah tentang belajar, tumbuh, dan berbagi”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang tak henti penulis haturkan atas limpahan berkat dan karunia-Nya selama ini, karena atas izin-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Analisis Strategi Personal Branding Politik Politisi PDI P Harris Turino Pada Pemilu 2024 Dalam Brand Identity Prism Theory Jean Noel Kapferer**. Disusunnya skripsi ini ditujukan untuk memenuhi dan menyelesaikan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari akan masih jauhnya penelitian ini dari definisi sempurna mengingat masih banyak kekurangan dan kekeliruan yang dapat terjadi sebab keterbatasan yang dimiliki penulis baik dari segi pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh sebab itu, dengan hati lapang dan tangan terbuka penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menjadi catatan dan perbaikan penulis.

Proses penyusunan skripsi ini tentu mengalami banyak kendala, namun tetap mampu diselesaikan berkat arahan, bimbingan dan perhatian dari berbagai pihak. Semoga dengan adanya penelitian yang telah disusun ini dapat menjadi literatur tambahan dan memberikan banyak manfaat, terutama bagi keluarga besar program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban.

Bumiayu, 26 Agustus 2025

Nur Bintang
NIM 43221031

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Peneltiain	4
D. Manfaat Peneltiain	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Landasan Konseptual	7
C. Kerangka Teoritias	11
D. Bagan Kerangka Berfikir	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
A. Paradigma Penelitian.....	15
B. Jenis Penelitian.....	16
C. Pendekatan Penelitian	17
D. Subjek dan Objek Penelitian	18
E. Teknik Pengumpulan Data.....	18
F. Teknik Analisis Data.....	19
G. Teknik Validitas Data	19

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	21
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	21
B. Pembahasan.....	26
C. Analisis.....	43
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Dimensi Brand identity prism oleh Jean- Noel Kapferer	11
Gambar 2	Kerangka berfikir penelitian	14

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi personal branding politik Harris Turino, anggota DPR RI dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan), dalam Pemilihan Umum 2024 dengan menggunakan pendekatan Brand Identity Prism Theory yang dikembangkan oleh Jean-Noël Kapferer. Fokus penelitian diarahkan pada enam dimensi identitas merek, yaitu physique, personality, culture, relationship, reflection, dan self-image untuk memahami bagaimana konstruksi identitas politik Harris Turino dibangun dan diterima oleh publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melalui wawancara mendalam, analisis dokumen, dan observasi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harris Turino berhasil memanfaatkan identitas politik yang berakar pada kedekatan dengan budaya lokal, relasi sosial yang kuat dengan konstituen, serta citra diri sebagai politisi yang merakyat dan konsisten memperjuangkan aspirasi masyarakat. Strategi personal branding yang dijalankan tidak hanya memperkuat elektabilitasnya, tetapi juga membangun kepercayaan publik melalui kombinasi simbol-simbol budaya, narasi politik, dan keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi politik dengan menegaskan relevansi Brand Identity Prism Theory dalam konteks branding politik di Indonesia serta menawarkan implikasi praktis bagi politisi dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.

Kata kunci: Personal Branding Politik, Harris Turino, Brand Identity Prism, Komunikasi Politik, PDI Perjuangan

ABSTRACT

This study aims to analyze the political personal branding strategy of Harris Turino, a Member of the Indonesian House of Representatives from the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI Perjuangan), in the 2024 General Election by employing Jean-Noël Kapferer's Brand Identity Prism Theory. The research focuses on six dimensions of brand identity—physique, personality, culture, relationship, reflection, and self-image—to understand how Harris Turino's political identity was constructed and perceived by the public. Using a qualitative case study approach, the study applied in-depth interviews, document analysis, and media observation. The findings reveal that Harris Turino successfully leveraged political identity rooted in local cultural affinity, strong social relationships with constituents, and a self-image as a grassroots politician committed to representing public aspirations. His personal branding strategy not only strengthened his electability but also built public trust through the integration of cultural symbols, political narratives, and active involvement in social activities. This research contributes theoretically to political communication studies by emphasizing the relevance of the Brand Identity Prism Theory in the context of political branding in Indonesia and provides practical implications for politicians in designing more effective communication strategies.

Keywords: Political Personal Branding, Harris Turino, Brand Identity Prism, Political Communication, PDI Perjuangan