

**SIKAP PEMILIH MUDA KOTA SURABAYA TERHADAP  
*PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO DI TIKTOK**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**VORTUMEI TELAUMBANUA**

**20043010121**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN  
TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2024**

**SIKAP PEMILIH MUDA KOTA SURABAYA TERHADAP *PERSONAL*  
*BRANDING* GANJAR PRANOWO DI TIKTOK**

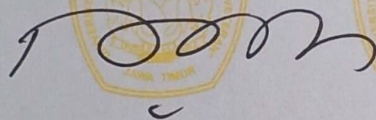
Disusun oleh:

Vortumei Telaumbanua  
20043010121

Telah disetujui mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



Dra. Sumardijjati, M.Si  
NIP. 196203231993092001

Mengetahui,

**DEKAN FISIP**



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
196804182021211006

**SIKAP PEMILIH MUDA KOTA SURABAYA TERHADAP *PERSONAL*  
BRANDING GANJAR PRANOWO DI TIKTOK**

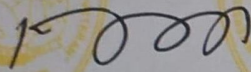
Disusun oleh:

**VORTUMEI TELAUMBANUA**

20043010121

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program  
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada tanggal 12 Februari 2024

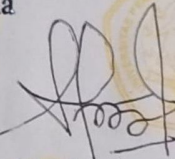
Pembimbing



Dra. Sumardijjati, M.Si  
NIP. 196203231993092001

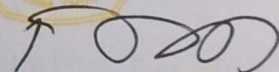
Tim Penguji

1. Ketua



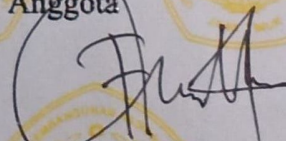
Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom  
NIP. 198302232021212008

2. Sekretaris



Dra. Sumardijjati, M.Si  
NIP. 196203231993092001

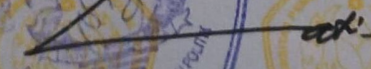
3. Anggota



Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A  
NIP. 21119920715323

Mengetahui,

**DEKAN FISIP**



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vortumei Telaumbanua  
NPM : 20043010121  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Sikap Pemilih Muda Kota Surabaya terhadap Personal Branding  
Ganjar Pranowo di Tiktok

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 22 Februari 2024

Yang Menyatakan

  
(Vortumei Telaumbanua)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan Yesus Kristus karena atas anugrah dan kasih sayang-Nya serta hikmat dan pengetahuan dari pada-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Sikap Pemilih Muda Kota Surabaya Terhadap *Personal Branding* Ganjar Pranowo di Tiktok**” yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur..

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setinggi tingginya dan tak terhingga kepada:

- a. Tuhan Yesus Kristus yang terus menerus memberikan pertolongan dan kasih karunia kepada saya dan juga berperan sebagai Orangtua, Saudara, Sahabat, Guru, Teman dalam hidup saya.
- b. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
- c. Dr. Syafrida N. Febryanti, M.Med,Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.

- d. Dra. Sumardijati, M.Si, selaku dosen pembimbing utama penulis yang banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini dan juga selalu ramah dan keibuan ketika membimbing.
- e. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
- f. Almarhum papa yang kini sudah di surga.
- g. Mama yang di kampung untuk segala doa-doa yang tak hentinya dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus.
- h. Kak Fitriani dan kak Meida Murni yang terus mendukung saya dalam tahap skripsi ini.
- i. Ms. Erawati yang telah menolong saya dan menganggap saya sebagai anak.
- j. Ps. Sundjaja dan Ps. Erni yang terus mendukung dan memberikan saya beasiswa, terlebih dari itu untuk segala bekal untuk takut akan Tuhan melalui Doa dan WPDA setiap hari.
- k. Seluruh staff dan pastoral GSJA Sungai Kehidupan dan Diamond Generation
- l. Sahabat-sahabat geng Barudak Ngudel
- m. Teman-teman ambis Ben 10
- n. Monica Trisilia Sitanaya yang terus memberikan dukungan dan perhatian kepada si Mesach ini. Terimakasih tok pokonya.

- o. Terakhir kepada diri saya, terimakasih telah bertahan dalam badai dan terus berjuang untuk kesuksesan.

Akhir kata, penulis berharap semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Surabaya, 12 Februari 2024

Vortumei Telaumbanua

## ABSTRAK

### SIKAP PEMILIH MUDA KOTA SURABAYA TERHADAP *PERSONAL BRANDING* GANJAR PRANOWO DI TIKTOK

Vortumei Telaumbanua, NPM. 20043010121

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arah sikap pemilih muda kota Surabaya terhadap *personal branding* Ganjar Pranowo di Tiktok. Objek dari sikap dalam penelitian ini adalah Tiktok @ganjarpranowo sebagai salah satu media yang digunakan Ganjar untuk membangun *personal branding* sebagai calon Presiden. Surabaya memiliki 53% pemilih muda yang terdaftar dalam DPT kota Surabaya dapat merepresentasikan jumlah pemilih mudah yakni 52% dari DPT nasional. Peneliti fokus melihat arah sikap pemilih muda dalam tiga aspek yakni kognitif, afektif, dan konatif. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuisioner dengan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *propositional random sampling* serta analisis data menggunakan distribusi frekuensi. Hasil dari penelitian ini adalah pemilih muda memiliki respon kognitif positif terhadap *personal branding* Ganjar sebesar 77%, respon afektif sebesar 76%, dan respon konatif sebesar 52%. Secara kumulatif arah sikap pemilih muda kota Surabaya terhadap *personal branding* Ganjar Pranowo di Tiktok adalah sebesar 71% yang artinya responden memiliki pengetahuan, perasaan positif dan ada rasa tertarik terhadap *personal branding* Ganjar Pranowo di Tiktok.

**Kata Kunci:** Sikap, *Personal Branding*, Pemilih Muda

#### Abstract

*This research aims to determine the direction of young voters' attitudes in Surabaya City towards Ganjar Pranowo's personal branding on Tiktok. The focal point of this study is the Tiktok account @ganjarpranowo, which serves as one of Ganjar's platforms for constructing personal branding as a presidential candidate. Surabaya, with 53% of young voters registered in the Surabaya City Electoral Roll, can be considered representative of the national youth voter demographic, constituting 52% of the national Electoral Roll. The research focuses on assessing young voters' attitudes in three dimensions: cognitive, affective, and conative. The research methodology employed is quantitative, utilizing a questionnaire for data collection from 100 respondents selected through proportional random sampling. Data analysis is conducted using frequency distribution. The findings indicate that young voters exhibit a positive cognitive response to Ganjar's personal branding at 77%, an affective response at 76%, and a conative response at 52%. Cumulatively, the overall direction of young voters' attitudes in Surabaya City towards Ganjar Pranowo's personal branding on Tiktok is 71%. This suggests that respondents possess knowledge, positive feelings, and an interest in Ganjar Pranowo's personal branding on Tiktok.*

**Keywords:** Attitude, *Personal Branding*, Young Voters



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Rumusan Masalah .....	8
3. Tujuan Penelitian .....	8
4. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAU PUSTAKA .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	12
Model <i>Stimulus-Response Model</i> .....	13
Uses and Effect Theory .....	14
2.3 Media Sosial .....	15
2.4 Tiktok .....	16
2.5 Pemilih Muda .....	18
2.6 <i>Personal Branding</i> .....	20
2.7 Sikap.....	24
2.7.1 Aspek Kognitif.....	25
2.7.2 Aspek Afektif .....	26
2.7.3 Aspek Konatif .....	27
2.8 Kerangka Berpikir .....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	29

3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument .....	36
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	40
3.4.1	Populasi dan Sampel .....	40
3.4.2	Tekni Penarikan Sampel .....	42
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5	Analisa Data .....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1	Ganjar Pranowo.....	45
4.1.2	Tiktok @ganjarpranowo .....	47
4.2	Penyajian Data.....	58
4.2.1	Identitas Responden .....	58
4.3	Aspek Sikap.....	62
4.3.1	Aspek Kognitif .....	63
4.3.2	Aspek Afektif .....	81
4.3.3	Aspek Konatif .....	95
4.4	Analisis Data .....	104
4.5	Pembahasan.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		111
5.1	Kesimpulan.....	111
5.2	Saran .....	112
DAFTAR PUSTAKA .....		114
LAMPIRAN.....		117

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	32
Tabel 3. 2 Uji Validitas	37
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas	39
Tabel 3. 4 Sampel	43
Tabel 4. 1 Tabulasi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 2 Tabulasi Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 3 Tabulasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
Tabel 4. 4 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang kekinian	58
Tabel 4. 5 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang merakyat	60
Tabel 4. 6 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang sederhana	62
Tabel 4. 7 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang berprestasi	64
Tabel 4. 8 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang dermawan	65
Tabel 4. 9 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang peduli	67
Tabel 4. 10 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang ramah	69
Tabel 4. 11 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang toleran	71
Tabel 4. 12 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang religius	73
Tabel 4. 13 Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang cinta budaya	74
Tabel 4. 14 Kumulatif Aspek Kognitif	76
Tabel 4. 15 Tertarik pembawaan Ganjar Pranowo yang kekinian	77
Tabel 4. 16 Menyukai sosok Ganjar Pranowo yang merakyat	79
Tabel 4. 17 Kagum pada pribadi Ganjar Pranowo yang sederhana	81
Tabel 4. 18 Kagum pada sosok Ganjar Pranowo yang berprestasi	82
Tabel 4. 19 Terkesan pada sosok Ganjar Pranowo yang dermawan	84
Tabel 4. 20 Terkesan pada sosok Ganjar Pranowo yang peduli	85
Tabel 4. 21 Menyukai sosok Ganjar Pranowo yang ramah	86
Tabel 4. 22 Terkesan pada sikap Ganjar Pranowo yang toleran	88
Tabel 4. 23 Kagum pada sosok Ganjar Pranowo yang religius	89
Tabel 4. 24 Tertarik pada pembawaan Ganjar Pranowo yang mencintai budaya	90
Tabel 4. 25 Kumulatif Aspek Afektif	91
Tabel 4. 26 Memberi likes pada unggahan Tiktok @ganjarpranowo	93
Tabel 4. 27 Memberi komentar pada unggahan Tiktok @ganjarpranowo	95
Tabel 4. 28 Mengikuti akun Tiktok @ganjarpranowo	96
Tabel 4. 29 Membagikan unggahan Tiktok @ganjarpranowo	98
Tabel 4. 30 Memilih Ganjar Pranowo sebagai presiden	100
Tabel 4. 31 Kumulatif aspek konatif	101
Tabel 4. 32 Kumulatif sikap	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Ganjar Pranowo.....	45
Gambar 4. 2 Statistik Survey elektabilitas Capres-Cawapres 2024.....	46
Gambar 4. 3 Personal Branding @ganjarparanowo yang kekinian .....	49
Gambar 4. 4 Personal Branding @ganjarpranowo yang merakyat.....	50
Gambar 4. 5 Personal Branding @ganjarpranowo yang sederhana.....	51
Gambar 4. 6 Personal Branding @ganjarpranowo yang berprestasi .....	52
Gambar 4. 7 Personal Branding @ganjarpranowo yang dermawan .....	53
Gambar 4. 8 Personal Branding @ganjarpranowo yang peduli.....	54
Gambar 4. 9 Personal Branding @ganjarpranowo yang ramah.....	55
Gambar 4. 10 Personal Branding @ganjarpranowo yang toleran.....	56
Gambar 4. 11 Personal Branding @ganjarpranowo yang religius.....	57
Gambar 4. 12 Personal Branding @ganjarpranowo yang mencintai budaya .....	58
Gambar 4. 13 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang kekinian .....	65
Gambar 4. 14 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang merakyat .....	66
Gambar 4. 15 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang sederhana .....	68
Gambar 4. 16 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang berprestasi.....	69
Gambar 4. 17 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang dermawan .....	71
Gambar 4. 18 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang peduli .....	73
Gambar 4. 19 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang ramah .....	74
Gambar 4. 20 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang toleran.....	76
Gambar 4. 21 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang religius .....	78
Gambar 4. 22 Contoh unggahan @ganjarpranowo yang mencintai budaya.....	79
Gambar 4. 23 Komentas diakun @ganjarpranowo tentang personal branding Ganjar yang kekinian .....	83
Gambar 4. 24 Contoh komentar menyukai sosok Ganjar Pranowo yang merakyat .....	84
Gambar 4. 25 Contoh komentar kagum pada sosok Ganjar yang berprestasi .....	87
Gambar 4. 26 Contoh komentar menyukai Ganjar yang ramah.....	91
Gambar 4. 27 Contoh jumlah like pada unggahan @ganjarpranowo .....	97
Gambar 4. 28 Contoh memberi komentar pada unggahan @ganjarpranowo .....	99
Gambar 4. 29 Profil Akun Tiktok Ganjar dengan jumlah pengikut.....	100
Gambar 4. 30 Contoh membagikan unggahan Tiktok @ganjarpranowo .....	102
Gambar 4. 31 Branding Ganjar Pranowo di Tiktok .....	106
Gambar 4. 32 Komentar di postingan aku @ganjarpranowo.....	107
Gambar 4. 33 Profil akun Tiktok @ganjarpranowo.....	108

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2. 1 Kerangka berpikir	28
Bagan 4. 1 Bagan Survei Elektabilitas Capres 2024	47