



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI BRANDING SLEPET IMIN DALAM KAMPANYE
PRESIDEN ANIES BASWEDAN DAN MUHAJIRIN ISKANDAR PADA
PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana
Ilmu Politik

Nama : Achmad Danial Achyar

Nim : 2110413154



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA 2025**

**STRATEGI BRANDING SLEPET IMIN DALAM KAMPANYE PRESIDEN
ANIES BASWEDAN DAN MUHAIMIN ISKANDAR PADA PEMILIHAN
PRESIDEN TAHUN 2024**

SKRIPSI



PENYUSUN:

ACHMAD DANIAL ACHYAR 2110413154

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI S1 ILMU POLITIK 2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama: Achmad Danial Achyar

NIM: 2110413154

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Juni 2024

Yang Menyatakan



Achmad Danial Achyar

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Achmad Danial Achyar
NIM : 2110413154
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : SI Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Branding Slepets Imin dalam Kampanye Presiden
Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : (17, Juli 2025)

Yang menyatakan,



(Achmad Danial Achyar)



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Danial Achyar
NIM : 2110413154
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**(STRATEGI BRANDING SLEPET IMIN DALAM KAMPANYE
PRESIDEN ANIES BASWEDAN DAN MUHAJMIN ISKANDAR PADA
PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 17, Juli 2025

Yang menyatakan,



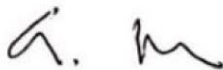
(Achmad Danial Achyar)

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Achmad Danial Achyar
NIM : 2110413154
PROGRAM STUDI : SI Ilmu Politik
JUDUL : Strategi Branding Slepét Imin dalam Kampanye Presiden
Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar Pada Pemilihan
Presiden Tahun 2024

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



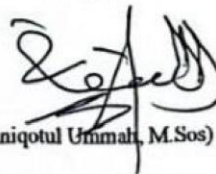
(Abdul Ghofur, S.S.,M.I.P)

Penguji 1



(Dr. Ardli Johan, S.I.P., M.HI)

Penguji 2



(Aniqotul Ummah, M.Sos)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 1 Juli 2025

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-nya sehingga Skripsi ini yang berjudul “ **STRATEGI SLEPET IMIN DALAM KAMPANYE PRESIDEN ANIES BASWEDAN DAN MUHAJIRIN ISKANDAR PADA PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024**” berhasil diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai Syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Politik, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang mana dalam proses penyusunan tak sedikit ditemui hambatan dan rintangan yang dilalui. Skripsi ini tidak bisa selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak yang terlibat. Bantuan bersifat materi dan non-materi tersebut amat berharga bagi peneliti, karena berkat orang-orang sekitar yang dekat dengan saya, peneliti sanggup untuk menyelesaikan kewajiban ini. Oleh karena itu, peneliti dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT karena berkat dan karunia-nya yang tak terhingga telah memberikan petunjuk dan jalan dalam setiap langkah peneliti
2. Kedua orang tua peneliti, Ayah wafick dan Ibu Eva, terimakasih atas segala pengorbanan, motivasi, sudah membiayai kehidupan selama kuliah, tidak pernah menuntut apa-apa, dan doa yang selalu diberikan dalam setiap langkah peneliti
3. Kakak fauwaza ikrima dan adek haqiqi yang selalu mendoakan dan menghibur peneliti selama mengerjakan skripsian.
4. Bapak Abdul Ghofur. S.S., M.IP selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, pikiran, saran-saran terbaik serta motivasi yang sangat berharga dan selama pengerjaan skripsi tidak pernah memberikan hambatan kepada peneliti selama pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Ardli Johan, S.IP., M.Sos selaku penguji pertama yang telah memberikan saran dan kritik selama pembuatan skripsi ini.
6. Ibuk Aniqotul Ummah, S.Sos., M.Sos Selaku penguji kedua yang telah memberikan saran dan kritik selama pembuatan skripsi ini.
7. Diwana Saarah tsabitah yang sudah menemani, memotivasi, dalam pengerjaan skripsi terutama saat mengerjakan Bab IV hingga proses pendaftaran sidang akhir.
8. Wisnu dan Abel yang sudah mendengarkan keluh kesah peneliti selama pengerjaan skripsi ini.

9. Teman-Teman seperjuangan Margasatwa yang tidak bisa disebutkan satu-satu, yang sudah selalu berada di samping peneliti selama pengerjaan skripsi dan selalu menjadi penghibur peneliti selama pengerjaan skripsi.
10. Seseorang yang pernah bersama penulis yang tidak bisa disebutkan namanya, terimakasih untuk patah hati yang diberikan pada saat proses penyusunan penelitian skripsi dan telah menjadikan motivasi bagi saya untuk membuktikan bahwa saya akan menjadi pribadi yang lebih baik. Terimakasih atas segala janji yang belum bisa kau tepati. Terimakasih telah menjadi bagian yang menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan peneliti. Terimakasih untuk sebuah perpisahan, yang memaksaku untuk lebih mencintai proses dan diri sendiri. Tanpa badai itu, pelangi kelulusan ini tak akan pernah terlihat.
11. Athar dan Shaldy yang sudah menemani dan menyemangati peneliti saat pengerjaan skripsi ini.
12. Segala pihak lainnya yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Demikian kata pengantar ini peneliti buat dengan setulus-tulusnya dari hati terdalam. Semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai harapan yang diinginkan. Kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini akan menjadi sangat berarti. Peneliti berharap bahwa melalui skripsi ini, dapat memberikan kontribusi yang berharga di dunia akademis, serta membuka pintu penelitian dan membuka ruang perbaikan demokrasi di strategi politik

Jakarta, 18 Juni 2025



Achmad Danial Achyar

STRATEGI BRANDING SLEPET IMIN DALAM KAMPANYE PRESIDEN ANIES BASWEDAN DAN MUHAIMIN ISKANDAR PADA PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye “Slepet Imin” mempunyai peran untuk membentuk sebuah branding politik “Slepet Imin” di diri Muhaimin Iskandar. Penelitian ini menggunakan teori Brand Identity Prism dari Kapferer. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Co-Founder Ubah Bareng, Dewan Penasihat Tim Kampanye Anies Muhaimin, Pengamat Politik, dan Masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Muhaimin Iskandar berhasil membangun sebuah branding Politik melalui program kampanyenya yaitu “Slepet Imini”. Meskipun secara elektabilitas tidak membantu Cak Imin untuk menang di kontestasi PEMILU 2024 namun, tim kampanye sukses menaikkan popularitas Cak Imin melalui program kampanyenya selama masa PEMILU 2024. Hal ini bisa dilihat dari ke enam Indikator dari teori *Brand Identity Prism* dari Kapferer. Secara keseluruhan, penelitian ini menggambarkan bagaimana sebuah program kampanye yang tadinya bertujuan untuk bisa membantu menaikkan elektabilitas dari satu kandidat justru bisa membentuk sebuah satu identitas yang dikenal banyak masyarakat.

Kata Kunci: Branding Politik, Strategi Kampanye, Slepet Imin, PEMILU PILPRES 2024

***SLEPET IMIN'S BRANDING STRATEGY IN THE PRESIDENTIAL
CAMPAIGN OF ANIES BASWEDAN AND MUHAIMIN ISKANDAR
IN THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION***

ABSTRACT

This study aims to determine how the "Slepet Imin" campaign strategy plays a role in forming a political branding of "Slepet Imin" in Muhaimin Iskandar. This study uses Kapferer's Brand Identity Prism theory. This study uses a qualitative method where data is collected through in-depth interviews with the Co-Founder of Ubah Bareng, the Advisory Board of the Anies Muhaimin Campaign Team, Political Observers, and the Community. The results of the study show that Muhaimin Iskandar has succeeded in building a political branding through his campaign program, namely "Slepet Imini". Although in terms of electability it did not help Cak Imin to win the 2024 ELECTION contest, the campaign team succeeded in increasing Cak Imin's popularity through his campaign program during the 2024 ELECTION period. This can be seen from the six Indicators of Kapferer's Brand Identity Prism theory. Overall, this study illustrates how a campaign program that was originally intended to help increase the electability of a candidate can actually form an identity that is known to many people.

Keywords: *Political Branding, Campaign Strategy, Slepet Imin, 2024 PRESIDENTIAL ELECTION*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	ixx
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xivv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Praktis	13
1.3.2 Tujuan Teoritis	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.5 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Konsep/Teori	22
2.2.1 Kampanye Politik	22
2.2.2 Pemilihan Umum (Pemilu)	23
2.2.3 <i>Branding</i>	25
1. Fisik.....	26
2. Hubungan	26
3. Refleksi.....	26

4. Kepribadian	26
5. Budaya.....	27
6. Citra Diri	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian.....	29
3.2 Jenis Penelitian.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Wawancara	30
3.3.2 Studi Pustaka.....	31
3.4 Sumber Data.....	32
1. Data Primer.....	32
2. Data Sekunder.....	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
1. Reduksi Data.....	33
2. Penyajian Data	33
3. Penarikan Kesimpulan	34
3.6 Tabel Rencana Waktu	34
BAB IV PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Profil Politik Muhaimin iskandar.....	36
4.2 Latar Belakang dan Munculnya Strategi kampanye Slepets Imin.....	38
4.3 Awal mula kemunculan Ubah Bareng	39
4.4 Terciptanya Strategi Kampanye “Slepets Imin”.....	46
4.5 Peran Program Slepets Imin terhadap pembentukan Branding politik Muhaimin Iskandar.....	51
4.5.1 Strategi Kampanye Slepets Imin dalam membangun Citra Cak Imin pada Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024 Analisis Fisik.....	51
4.5.2 Strategi Kampanye Slepets Imin dalam membangun Citra Cak Imin pada Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024 Analisis Hubungan	58
4.5.3 Strategi Kampanye Slepets Imin dalam membangun Citra Cak Imin pada Kampanye	

Pemilihan Presiden Indonesia 2024 Analisis Refleksi	63
4.5.4 Strategi Kampanye Slepet Imin dalam membangun Citra Cak Imin pada Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024 Analisis Kepribadian	69
4.5.5 Strategi Kampanye Slepet Imin dalam membangun Citra Cak Imin pada Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024 Analisis Budaya	78
4.5.6 Strategi Kampanye Slepet Imin dalam membangun Citra Cak Imin pada Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024 Analisis Citra Diri.....	85
4.6 Tanggapan Publik dan Kritik terhadap Strategi kampanye Slepet Imin	91
BAB V KESIMPULAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Praktis	98
5.2.2 Saran Teoritis	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Kampanye Slepet Imin di Bandung	4
Gambar 1.2: Postingan Pertama kali “Slepet Imin” muncul	5
Gambar 1.3: Data media sosial Cak Imin sebelum periode kampanye.....	7
Gambar 1.4: Data media sosial Cak Imin setelah periode kampanye.....	8
Gambar 1.5: Gaya “slepet” di dalam debat PILPRES 2024	8
Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1: Akun IG Ubah Bareng	38
Gambar 4.2: Pertemuan Muhaimin Iskandar dengan Ubah Bareng.....	39
Gambar 4.3: Kegiatan Kreatif Ubah Bareng	42
Gambar 4.4: Kampanye Sleepet imin di malang.....	44
Gambar 4.5: Konten Slepet Imin Pertama kali ditayangkan di media sosial	48
Gambar 4.6: Baliho Cak Imin pada PILPRES 2024	51
Gambar 4.7: Penampilan Muhaimin Iskandar saat melakukan debat PILPRES 2024.....	52
Gambar 4.8: Penampilan Muhaimin Iskandar Ketika Berkampanye “slepet Imin”	53
Gambar 4.9: Poster dari Kampanye Slepet Imin.....	55
Gambar 4.10: Kunjungan Cal Imin ke pesantren Darrul tauhid	59
Gambar 4.11: Kampanye Slepet Imin di garut.....	61
Gambar 4.12: Kampanye slepet imin bandung	65
Gambar 4.13: Wajah Cak Imin yang selalu ceria saat kampanye	71
Gambar 4.14: Cak Imin Medatangi UMKM di TMII	72
Gambar 4.15: Cak Imin saat ngobrol melalui live tiktok.....	75
Gambar 4.16: Cak imin Mendatangi pengajuan Daarut Tauhid	78
Gambar 4.17: Kampanyeee Slepet Imin	81
Gambar 4.18: Cak Imin berada di pesantren Al Fattah Magetan	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Jadwal Penelitian.....	34
-----------------------------------	----