



**Judul Tugas Akhir Skripsi:**

**Pengaruh Personal Branding Prabowo Subianto Terhadap Perilaku Pemilih  
Generasi Z Di Kabupaten Cirebon Pada Pemilihan Presiden 2024**

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

**Nama : Lukman Hakim**

**Nim : 2110413013**



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN  
NASIONAL "VETERAN" JAKARTA 2024**

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* PRABOWO SUBIANTO  
TERHADAP PERILAKU PEMILIH GENERASI Z DI KABUPATEN  
CIREBON PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

**Skripsi**



**Disusun oleh:**

**Lukman Hakim**

**2110413013**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Lukman Hakim

NIM : 2110413013

Program Studi : Ilmu Politik

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2 Februari 2026



Lukman Hakim

**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 : Lukman Hakim  
NIM : 2110413013  
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:

PENGARUH *PERSONAL BRANDING* PRABOWO SUBIANTO TERHADAP PERILAKU PEMILIH GENERASI Z DI KABUPATEN CIREBON PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024

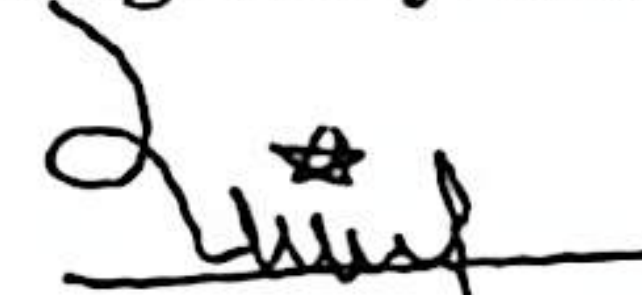
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

**Dibuat di : Jakarta,**

**Pada Tanggal : 2 Februari 2026**

**Yang menyatakan**



**Lukman Hakim**

## PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Lukman Hakim  
NIM : 2110413013  
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik  
JUDUL : Pengaruh *Personal Branding* Prabowo Subianto Terhadap Perilaku Pemilih Generasi Z Di Kabupaten Cirebon Pada Pemilihan Presiden 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



( Dr. Nurdin, S.Pd., M.Si )

Penguji 1



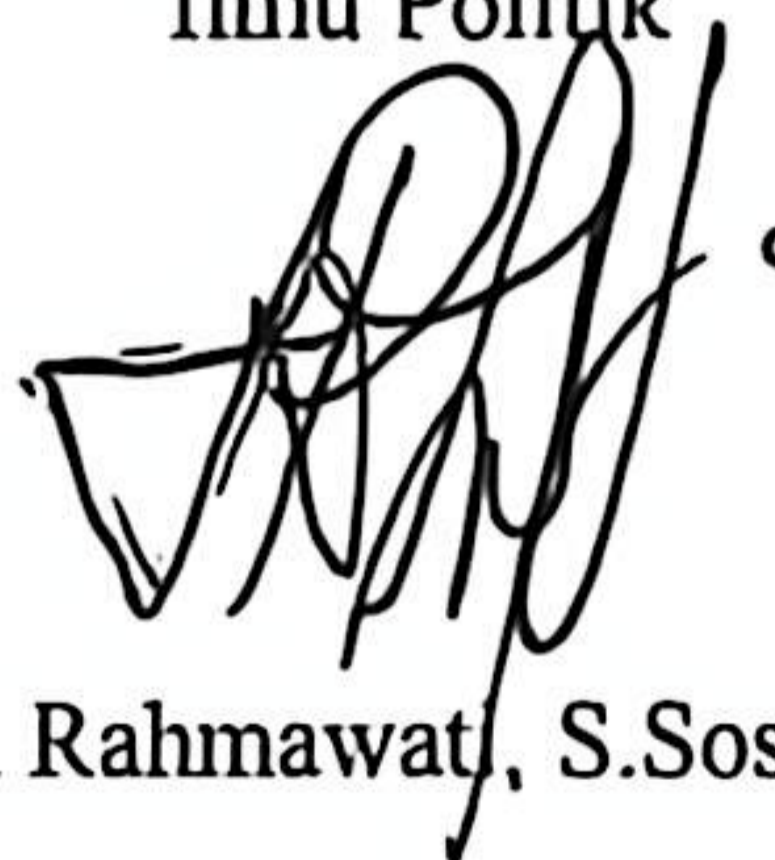
( Dr. Deni Angela, S.IP., M.IP )

Penguji 2



( Lia Wlandari, S.Sos., M.PP )

Ketua Program Studi  
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 5 Januari 2026

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* PRABOWO SUBIANTO  
TERHADAP PERILAKU PEMILIH GENERASI Z DI KABUPATEN  
CIREBON PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

**LUKMAN HAKIM**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *personal branding* Prabowo Subianto terhadap perilaku pemilih generasi Z di kabupaten Cirebon pada pemilihan presiden 2024. Variabel bebas penelitian ini adalah *Personal Branding* Prabowo Subianto (X) yang diukur dengan menggunakan teori *personal branding* dari Peter Montoya (2002) dengan delapan indikator yaitu (Spesialisasi), (Kepemimpinan), (Kepribadian), (Perbedaan), (Terlihat), (Kesatuan), (Keteguhan), dan (Nama Baik). Sedangkan variabel terikatnya adalah Perilaku Pemilih generasi Z (Y) yang diukur berdasarkan teori perilaku pemilih dari Prof. Dieter Roth (2008) dengan menggunakan tiga pendekatan yaitu, (Pendekatan Sosiologis), (Pendekatan Psikologis), dan (Pendekatan Rasional). Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan 100 responden generasi Z di kabupaten Cirebon. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari *personal branding* terhadap perilaku pemilih generasi Z di kabupaten Cirebon, yaitu indikator (spesialisasi) dengan presentase (94%), kemudian indikator (Kepemimpinan) dengan presentase (90%), lalu indikator (Keteguhan) dengan presentase (86%) dan indikator (Nama Baik) dengan presentase (84%). Hasil variabel X tersebut selaras dengan variabel Y dengan pendekatan yang tertinggi presentase nya yaitu pendekatan Rasional dan Sosiologis. Hal ini membuktikan bahwa *personal branding* yang dibangun oleh Prabowo Subianto berhasil menarik perhatian dan mendorong responden generasi Z di kabupaten Cirebon untuk memilihnya. Hal ini sejalan dengan teori *personal branding* Peter Montoya (2002) bahwa *personal branding* adalah gambaran diri yang dapat membentuk persepsi tertentu di benak orang-orang yang melihatnya, termasuk nilai-nilai karakteristik yang dimiliki oleh individu tersebut.

**Kata Kunci:** Personal Branding, Prabowo Subianto, Perilaku Pemilih, Generasi Z, Kabupaten Cirebon

# **THE EFFECT OF PRABOWO SUBIANTO'S PERSONAL BRANDING ON THE BEHAVIOR OF GENERATION Z VOTERS IN CIREBON REGENCY IN THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION**

**LUKMAN HAKIM**

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze and examine the influence of Prabowo Subianto's personal branding on the voting behavior of Generation Z in Cirebon Regency during the 2024 Presidential Election. The independent variable (X) is Prabowo Subianto's Personal Branding, measured using Peter Montoya's (2002) theory, which consists of eight indicators: Specialization, Leadership, Personality, Distinctiveness, Visibility, Unity, Persistence, and Goodwill. Meanwhile, the dependent variable (Y) is Generation Z's Voting Behavior, measured based on Prof. Dieter Roth's (2008) theory through three approaches: the Sociological Approach, the Psychological Approach, and the Rational Approach. This quantitative research employs a survey method involving 100 Generation Z respondents in Cirebon Regency. Statistical analysis reveals a significant and positive influence of personal branding on Generation Z's voting behavior in Cirebon Regency. This is evidenced by the high percentages in several indicators: Specialization (94%), Leadership (90%), Persistence (86%), and Goodwill (84%). These results for Variable X align with Variable Y, where the Rational and Sociological approaches emerged with the highest percentages. This proves that the personal branding established by Prabowo Subianto successfully captured the attention of Generation Z respondents in Cirebon Regency and encouraged them to vote for him. These findings are consistent with Peter Montoya's (2002) personal branding theory, which defines personal branding as a self-image that shapes specific perceptions in the minds of observers, including the characteristic values held by the individual

**Keywords:** Personal Branding, Prabowo Subianto, Voter Behavior, Generation Z, Cirebon Regency

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pengaruh Personal Branding Prabowo Subianto Terhadap Perilaku Pemilih Generasi Z Di Kabupaten Cirebon Pada Pemilihan Presiden 2024”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Restu Rahmawati, S.Sos., MA, selaku Kepala Program Studi Ilmu Politik yang telah memberikan izin, dukungan dan fasilitas dalam kelancaran proses penelitian ini
2. Bapak Dr. Nurdin, S.Pd., M.Si, selaku Dosen Pembimbing tugas akhir dan dosen pembimbing akademik yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan yang sangat berarti selama masa perkuliahan sampai proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Deni Angela, S.IP,.M.IP, selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan pandangan, saran, dan semangat selama proses ujian berlangsung.
4. Ibu Lia Wulandari, S.Sos,.M.PP, selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan pandangan, saran, dan semangat selama proses ujian berlangsung.
5. Segenap Dosen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang tidak bisa saya sebut satu persatu, yang telah meluangkan waktunya dari awal perkuliahan sampai selesai perkuliahan ini untuk membimbing, mengarahkan, dan mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tua serta adik-adik penulis, yang selalu memberikan doa, semangat, serta dukungan moral dan material tanpa henti. Segala pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa cinta dan ketulusan mereka.
7. Kepada seseorang yang tidak memungkinkan untuk disebutkan identitasnya, yang telah memberikan motivasi serta menemani proses penelitian ini dari awal hingga selesai.

8. Teman-teman kelas A (Rusak) yang memberikan banyak bantuan mulai dari semester awal hingga berakhirnya masa kegiatan perkuliahan.
9. Seluruh teman-teman dan rekan mahasiswa yang tidak memungkinkan saya sebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan selama proses penelitian ini berlangsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi, baik secara akademis maupun praktis, terutama dalam kajian perilaku pemilih dan dinamika partai politik baru di Indonesia.

Jakarta, 22 Desember 2025



Lukman Hakim

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Batasan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian .....	18
1.4.1 Tujuan Praktis .....	18
1.4.2 Tujuan Teoritis.....	18
1.5 Manfaat Penelitian .....	18
1.5.1 Manfaat Akademis .....	18
1.5.2 Manfaat Praktis .....	19
1.6 Sistematika Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
2.2 Teori Penelitian .....	27
2.2.1 Teori Personal Branding .....	27
2.2.2 Perilaku Pemilih.....	30
2.2.3 Tabel Definisi Operasional .....	33
2.3 Variabel Penelitian X dan Y .....	38
2.4 Hipotesis Penelitian.....	38
3.1 Objek Penelitian.....	39
3.2 Jenis Penelitian.....	39
3.3 Populasi, Ukuran Sampel dan Teknik Sampling.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Ukuran Sampel.....	40
3.3.3 Teknik Sampling .....	41

3.4	Teknis Pengumpulan Data .....	41
3.3.4	Kuesioner .....	41
3.3.5	Observasi.....	41
3.3.6	Skala Likert.....	42
3.3.7	Dokumentasi .....	42
3.5	Sumber Data.....	42
3.5.1	Data Primer .....	42
3.5.2	Data Sekunder .....	43
3.6	Teknik analisis data Penelitian.....	43
3.6.1	Uji Validitas .....	43
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.6.3	Uji Korelasi .....	45
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	46
3.6.5	Uji Regresi Linear Sederhana .....	46
3.6.6	Analisis Deskriptif .....	47
3.6.7	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7	Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.1.1	Karakteristik Responden .....	50
4.1.2	Gambaran Usia Responden.....	51
4.1.3	Jenis Kelamin.....	52
4.1.4	Pendidikan Terakhir Responden .....	52
4.1.5	Pilihan Responden pada Pemilu 2024.....	54
4.2	Hasil Penelitian .....	55
4.2.1	Variabel X1 (Spesialisasi).....	55
4.2.2	Variabel X2 (Kepemimpinan).....	56
4.2.3	Variabel X3 (Kepribadian).....	57
4.2.4	Variabel X4 (Perbedaan).....	58
4.2.5	Variabel X5 (Terlihat).....	59
4.2.6	Variabel X6 (Kesatuan).....	60
4.2.7	Variabel X7 (Keteguhan) .....	61

4.2.8 Variabel X8 (Nama Baik) .....	62
4.2.9 Variabel Y1 (Pendekatan Sosiologis) .....	63
4.2.10 Variabel Y2 (Pendekatan Psikologis).....	65
4.2.11 Variabel Y3 (Pendekatan Rasional).....	68
4.3 Hasil Analisis Data.....	71
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif .....	71
4.3.2 Uji Instrument .....	72
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.3.4 Uji Kolerasi .....	78
4.3.5 Uji Regresi Sederhana.....	80
4.3.6 Uji Hipotesis .....	81
4.4 Pembahasan.....	83
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Praktis .....	90
5.2.2 Saran Akademis .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Exit Poll Pemilu 2024 CSIN-CN Berdasarkan Kategori Usia/Generasi Pada Tanggal 14 Februari 2024 .....	2
Tabel 2. Daftar 10 Kabupaten Provinsi Jawa Barat Dengan Suara Sah Yang Terbanyak Dimenangkan Oleh Prabowo-Gibran Hasil Pleno Rekapitulasi Suara KPU Jawa Barat 2024: .....	3
Tabel 3. Daftar 10 Perolehan Suara Setiap Kabupaten di Provinsi Jawa Barat Pada Pemilihan Umum Presiden 2019 .....	4
Tabel 4. Hasil Badan Statistik Kabupaten Cirebon Tabel Statistik Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Pada Tanggal 16 Februari 2024..	5
Tabel 5. Definisi Operasional .....	33
Tabel 6. Skala Likert .....	42
Tabel 7. Uji Statistik Deskriptif .....	72
Tabel 8. Uji Validitas Seluruh Variabel.....	73
Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel Personal Branding (X) .....	74
Tabel 10. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Pemilih (Y) .....	74
Tabel 11. Output SPSS Uji Normalitas.....	76
Tabel 12. Output SPSS Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 13. Output SPSS Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 14. Output SPSS Uji Linieritas (X).....	78
Tabel 15. Hasil Output Uji Koefisien Kolerasi.....	79
Tabel 16. Output SPSS Koefisien Determinasi .....	80
Tabel 17. Output SPSS Regresi Linear Sederhana .....	81
Tabel 18. Output SPSS Uji T Partial.....	83
Tabel 19. Hasil Output Uji Kelayakan Model .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tim Kampanye Daerah (TKD) Cirebon Prabowo-Gibran Awali Kampanye Dengan Bagikan Paket Nutrisi dan Sosialisasikan Program Unggulan. ....	7
Gambar 2. Baliho “Gaspoll Bro” Prabowo-Gibran .....	8
Gambar 3. Gambar Gibran Dengarkan Curhatan Pelaku UMKM di Cirebon Tentang Masalah Produksi Hingga Perizinan .....	9
Gambar 4. Gibran Bersama Anak Para Kiai Se-Pulau Jawa, Usai Fun Futsal Sarungan Bareng Samsul Di Cirebon.....	10
Gambar 5. Gibran Berkunjung Ke Pondok Pesantren Buntet Cirebon.....	11
Gambar 6. Gibran Mengadiri Para Relawan dan Pendukung Prabowo-Gibran di Stadion Bima Cirebon.....	12
Gambar 7. Para Relawan dan Pendukung Prabowo-Gibran di Cirebon Menggelar Senam Gemoy Bidik Suara Emak-Emak dan Gen Z. ....	13
Gambar 8. Usia Responden.....	51
Gambar 9. Jenis Kelamin .....	52
Gambar 10. Pendidikan Terakhir Responden .....	53
Gambar 11. Pilihan Responden pada Pemilu 2024.....	54
Gambar 12. Hasil Kuesioner X1 .....	55
Gambar 13. Hasil Kusioner X2.....	56
Gambar 14. Hasil Kuesioner X3 .....	57
Gambar 15. Hasil Kuesioner X4.....	58
Gambar 16. Hasil Kuesioner X5 .....	59
Gambar 17. Hasil Kuesioner X6.....	60
Gambar 18. Hasil Kuesioner X7 .....	61
Gambar 19. Hasil Kuesioner X8.....	62
Gambar 20. Hasil Kuesioner Y1_1 .....	63
Gambar 21. Hasil Kuesioner Y1_2 .....	64
Gambar 22. Hasil Kuesioner Y2_1 .....	65
Gambar 23. Hasil Kuesioner Y2_2 .....	66
Gambar 24. Hasil Kuesioner Y2_3 .....	67
Gambar 25. Hasil Kuesioner Y3_1 .....	68

Gambar 26. Hasil Kuesioner Y3_2 .....	69
Gambar 27. Hasil Kuesioner Y3_3 .....	70
Gambar 28. Plot Normalitas.....	74
Gambar 29. Histogram Normalitas .....	75