

***POLITICAL BRANDING CINDY MONICA SALSABILA
SETIAWAN PADA INSTAGRAM SEBAGAI ANGGOTA DPR
MUDA***

(Analisis Isi Kualitatif pada Periode 1 Oktober 2024 - 31 Mei 2025)



SKRIPSI

RIZALDI SURYA PUTRA

00000051792

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

***POLITICAL BRANDING CINDY MONICA SALSABILA
SETIAWAN PADA INSTAGRAM SEBAGAI ANGGOTA DPR
MUDA***

(Analisis Isi Kualitatif pada Periode 1 Oktober 2024 - 31 Mei 2025)



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

RIZALDI SURYA PUTRA

00000051792

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rizaldi Surya Putra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000051792

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

***POLITICAL BRANDING CINDY MONICA SALSABILA SETIAWAN
PADA INSTAGRAM SEBAGAI ANGGOTA DPR MUDA
(Analisis Isi Kualitatif pada Periode 1 Oktober 2024 - 31 Mei 2025)***

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Desember 2025



(Rizaldi Surya Putra)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rizaldi Surya Putra
NIM : 00000051792
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : *POLITICAL BRANDING* CINDY MONICA
SALSABILA SETIAWAN PADA INSTAGRAM SEBAGAI ANGGOTA
DPR MUDA (Analisis Isi Kualitatif pada Periode 1 Oktober 2024 - 31 Mei
2025)

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 14 Januari 2026



(Rizaldi Surya Putra)

HALAMAN PESETUJUAN

POLITICAL BRANDING CINDY MONICA PADA INSTAGRAM SEBAGAI ANGGOTA DPR MUDA

(Analisis Isi Kualitatif pada periode 1 Oktober 2024 - 31 Mei 2025)

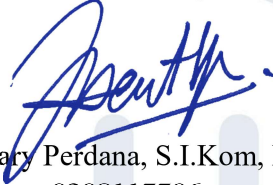
Oleh

Nama : Rizaldi Surya Putra
NIM : 00000051792
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si.
0308117706

Penguji


Date: 2026.01.22
08:06:26 +07'00'
Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A.
0309109001

Pembimbing


Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2026.01.22
11:10:07 +07'00'
Theresia Lavietha Vivrie Lolita S.I.Kom M.I.Kom
0327019001

Ketua Ilmu Komunikasi


Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.22
11:31:17 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizaldi Surya Putra

NIM : 00000051792

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : ANALISIS ISI KONTEN *POLITICAL BRANDING* CINDY MONICA PADA *INSTAGRAM* SEBAGAI ANGGOTA DPR MUDA (Analisis Isi Kualitatif pada periode 1 Oktober 2024 - 31 Mei 2025)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*).
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 14 Desember 2025



(Rizaldi Surya Putra)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi dengan judul *Political Branding* Cindy Monica Salsabila Setiawan pada Periode 1 Oktober 2024 – 31 Mei 2025 untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, akan terasa sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya kasih kepada:

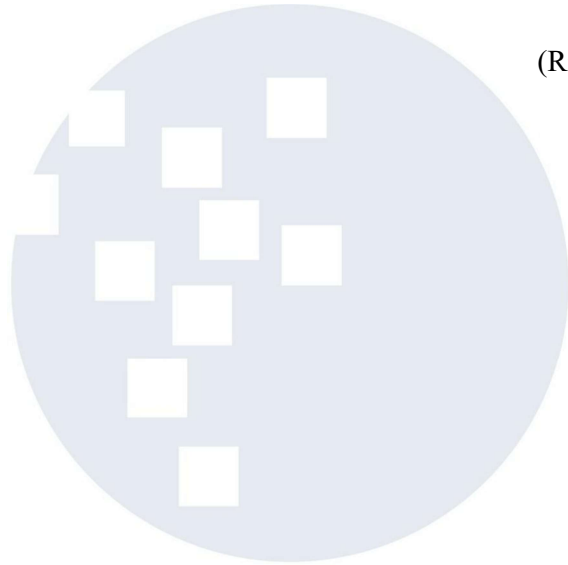
1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr, Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Bapak Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Orang Tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada Putri Athalya Nurriszki yang telah memberikan dukungan, perhatian serta mendampingi saya selama proses penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Diri saya sendiri yang telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik meskipun banyak rintangan

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi bagi para pembaca ke depannya khususnya mahasiswa mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 14 Desember 2025



(Rizaldi Surya Putra)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***POLITICAL BRANDING CINDY MONICA PADA INSTAGRAM
SEBAGAI ANGGOTA DPR MUDA
(Analisis Isi Kualitatif pada Periode 1 Oktober 2024 - 31 Mei
2025)***

(Rizaldi Surya Putra)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ingin menganalisis pengemasan konten *political branding* yang dibangun oleh Cindy Monica, anggota DPR RI muda pada masa pemerintahan 2024 – 2029 dari partai Nasdem melalui akun *Instagram* yang merepresentasikan suara generasi muda. Fenomena ini merefleksikan jarak antara citra ideal politisi muda dengan realitas digital. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan meneliti unggahan 205 konten @cindymonica.id dalam kurun waktu 1 Oktober 2024 – 31 Mei 2025. Hasil analisis menunjukkan bahwa *political branding* Cindy Monica didominasi oleh penekanan pada identitas politik responsif, citra kompeten atau profesional dan *positioning* sebagai pelayan publik. Disajikan melalui format visual *single post* dan gaya pengambilan *full shot*. Melalui penggunaan fokus tema pesan politik kebijakan publik, bentuk pesan yang informatif, dan menjadikan diri sendiri sebagai aktor atau komunikator penyampaian pesan. Tujuan komunikasi yang paling dominan adalah informatif dan promosi, menunjukkan fokus pada pelaporan kinerja resmi. Cindy Monica membangun merek politik yang berorientasi pada kinerja dan akuntabilitas melalui strategi komunikasi yang terencana di media sosial, disarankan untuk meningkatkan keterlibatan publik yang lebih aktif di konten mendatang.

Kata kunci: Analisis Isi Kualitatif, *Political Branding*, Instagram, Anggota Termuda DPR RI

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***CINDY MONICA POLITICAL BRANDING ON INSTAGRAM AS
THE YOUNG MEMBER OF THE HOUSE OF
REPRESENTATIVES***

(Qualitative Content Analysis of the Period October 1, 2024 - May

31, 2025)

(Rizaldi Surya Putra)

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the packaging of political branding content created by Cindy Monica, a young member of the Indonesian House of Representatives during the 2024–2029 administration from the Nasdem party, through her Instagram account, which represents the voice of the younger generation. This phenomenon reflects the gap between the ideal image of young politicians and digital reality. This study uses qualitative content analysis by examining 205 posts on @cindymonica.id between October 1, 2024, and May 31, 2025. The analysis results show that Cindy Monica's political branding is dominated by an emphasis on responsive political identity, a competent or professional image, and positioning as a public servant. This is presented through a single post visual format and a full shot style. Through the use of a focus on public policy political messages, informative message forms, and presenting herself as an actor or communicator of messages. The most dominant communication objectives are informative and promotional, showing a focus on reporting official performance. Cindy Monica builds a performance- and accountability-oriented political brand through a planned communication strategy on social media, suggesting an increase in more active public engagement in future content.

Keywords: *Qualitative Content Analysis, Political Branding, Instagram, Youngest Member of the Indonesian House of Representatives*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PESETUJUAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori dan Konsep	19
2.1.1 Komunikasi Politik	19
2.1.2 <i>Political Branding Theory</i>	28
2.1.3 Media Sosial.....	35
2.1.4 Instagram Sebagai Medium Pembentuk <i>Political Branding</i> .	37
2.1.5 Analisis Isi Pengemasan Konten.....	39

2.3 Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	45
3.3 Metode Penelitian	46
3.4 Unit Analisis	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1 Data Primer	51
3.5.2 Data Sekunder	52
3.6 Keabsahan Data	52
3.7 Teknik Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	61
4.1.1 Subjek Penelitian	61
4.2 Objek Penelitian	61
4.3 Hasil Penelitian	62
4.3.1 Hasil Analisis Komunikasi Politik	67
4.3.2 Hasil Analisis <i>Political Branding</i>	71
4.3.3 Hasil Analisis Pengemasan Konten	76
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Pembahasan Komunikasi Politik	81
4.4.2 Pembahasan <i>Political Branding</i>	84
4.4.3 Pembahasan Pengemasan Konten	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Daftar Anggota DPR RI Termuda Periode 2024 - 2029.....	3
Tabel 3.4.1	Sampel Unit Analisis	48
Tabel 3.7.1	Operasionalisasi Konsep	54
Tabel 4.1	Informasi Akun Instagram Cindy Monica Salsabila Setiawan ...	62
Tabel 4.2	<i>Frekuensi</i> Jumlah Postingan @cindymonica.id Periode Oktober 2024 - Mei 2025	63
Tabel 4.3	Hasil Analisis <i>Political Branding</i> Cindy Monica oleh Kedua <i>Coder</i>	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Februari 2025	1
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Februari 2025	2
Gambar 1.3	Profil Beranda Akun Instagram Cindy Monica	5
Gambar 1.4	Profil Beranda Akun Instagram Cindy Monica	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	43
Gambar 3.1	Lembar kerja <i>coding</i>	59
Gambar 4.3.1	Representasi Konten Dominan Kategori Kebijakan Publik atau Politik dan Literasi Digital pada Dimensi Tema Pesan Politik...	67
Gambar 4.3.2	Representasi Konten Dominan Kategori Informatif dan Persuasif pada Dimensi Bentuk Pesan Politik	69
Gambar 4.3.3	Representasi Konten Dominan Kategori Diri Sendiri dan Tokoh Penting Lain pada Dimensi Aktor atau Komunikator Politik	70
Gambar 4.3.4	Representasi Konten Dominan Kategori Responsif dan Kolaboratif pada Dimensi Identitas Politik	72
Gambar 4.3.5	Representasi Konten Dominan Kategori Kompeten atau Profesional dan Humanis pada Dimensi Citra Politik	74
Gambar 4.3.6	Representasi Konten Dominan Kategori Sebagai Pelayan Publik dan Sebagai <i>Problem Solver</i> pada Dimensi <i>Positioning</i> Politik .	75
Gambar 4.3.7	Representasi Konten Dominan Kategori <i>Single Post</i> dan Video <i>Reels</i> pada Dimensi Jenis Konten	77
Gambar 4.3.8	Representasi Konten Dominan Kategori <i>Full Shot</i> dan <i>Wide Shot</i> pada Dimensi Gaya Pengambilan Konten	78
Gambar 4.3.9	Representasi Konten Dominan Kategori Informasi dan Promosi, Diskusi pada Dimensi Interaksi yang Diharapkan	80

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	102
Lampiran B. Formulir Bimbingan	105
Lampiran C. Lembar Persetujuan dan Transkrip	106
Lampiran D. Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	108
Lampiran E. Kode Operasionalisasi Konsep Pengisian <i>Coding</i>	111
Lampiran F. Hasil Coding - Uji Reliabilitas <i>Coder 1 Iola</i>	112
Lampiran G. Hasil <i>Coding</i> - Uji Reliabilitas Diandra	153
Lampiran H. Bukti <i>Online Meeting</i> Dengan Kedua <i>Coder</i>	185
Lampiran I. CV	186
Lampiran J. <i>AI Detector Check</i>	187

