

**TESIS**

**FORMULASI *PERSONAL BRANDING*  
PRABOWO SUBIANTO**



**CHINTAMI LUPITASARI**  
**Mo. Mhs. : 135001964**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2014**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : CHINTAMI LUPITASARI  
Nomor Mahasiswa : 135001964  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Formulasi Personal Branding Prabowo Subianto

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda Tangan**

Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.Ib.,Ph.D.

16/12/2014



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : CHINTAMI LUPITASARI  
Nomor Mahasiswa : 135001964  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Formulasi Personal Branding Prabowo Subianto

| Nama Penguji                         | Tanggal   | Tanda Tangan |
|--------------------------------------|-----------|--------------|
| Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.Ib.,Ph.D. | 26/1/2015 |              |
| Dr. J. Ellyawati, MM.                | 29/1/2015 |              |
| Budi Suprpto, MBA., Ph.D             | 20/1/2015 |              |

  
**Ketua Program Studi**  
  
Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.Ib.,Ph.D.

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : CHINTAMI LUPITASARI

Nomor Mahasiswa : 135001964

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Tesis : Formulasi *Personal Branding* Prabowo Subianto

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tesis ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 8 Desember 2014

Yang Membuat Pernyataan



Chintami Lupitasari

## INTISARI

Penelitian yang berjudul *Formulasi Personal Branding* Prabowo Subianto bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengidentifikasi formulasi *personal branding* Prabowo Subianto berdasarkan dimensi *personal branding*. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Tipe penelitian ini adalah deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah ahli psikologi sosial, ahli komunikasi, ahli manajemen dan penulis buku *Personal Branding*,

Hasil analisis data dalam penelitian ini didapat formulasi personal branding Prabowo Subianto berikut ini; (1) Spesialisasi: Keahlian Prabowo Subianto memang di militer, namun keahlian tersebut belum teruji. Prabowo Subianto mempunyai perusahaan tapi dia tidak mempunyai kemampuan untuk mengelola sebuah perusahaan. (2) Kepemimpinan: gaya kepemimpinan Prabowo Subianto mencerminkan sistem benevolent-authoritative dan otoriter. (3) Kepribadian: Prabowo Subianto memiliki kepribadian yang pemarah atau temperamental, ambisius, sifat tegas, cepat dan ceplas-ceplos. Prabowo Subianto mengalami gangguan bipolar, waham kebesaran dan waham kejaran. (4) Kekhasan: secara pribadi Prabowo mempunyai kepribadian yang kuat terhadap apa yang ingin dicapai. Prabowo memiliki modal ekonomi yang sangat besar, namun ketika semua itu tidak sesuai dengan visi-misinya maka akan menjadi sia-sia karena tidak mampu merebut hati masyarakat. Kesalahan yang dilakukan Prabowo Subianto adalah pesan-pesan yang ingin disampaikan tidak sampai di masyarakat. (5) Visibilitas: Prabowo Subianto pintar dalam menghadapi situasi yang bisa membuat dia semakin naik. Namun, dia sangat gegabah dalam menghadapi situasi yang bermasalah atau yang membuat dia jatuh. (6) Kesatuan: personal branding prabowo subianto memiliki kesatuan, yang mengacu pada latar belakang kehidupannya. (7) Keteguhan: Prabowo Subianto sangat konsisten dalam menjaga *personal branding*-nya, namun ketika situasi tidak berpihak, maka keteguhannya mulai goyah sehingga dia tidak konsisten lagi. (8) Nama Baik: Prabowo Subianto mencitrakan dirinya bahwa dia adalah seorang pahlawan dimasa orde baru. Namun, hal tersebut hanya bertahan sebelum pemilu presiden 2014, karena disaat rekapitulasi suara belum berakhir Prabowo Subianto mengundurkan diri. Hal tersebut yang kemudian menjadikan nama baiknya hancur.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Prabowo Subianto, Dimensi *Personal Branding*

## ***ABSTRACT***

The study, entitled *Formulasi Personal Branding Prabowo* aims to describe and identify personal branding Prabowo formulation based on the dimensions of personal branding. This type of research is qualitative research. This type of research is descriptive. Data was collected by interview and documentation. Informants in this study were social psychologists, communication specialists, management expert and author of Personal Branding.

The results of data analysis in this study obtained formulation Prabowo personal branding following; (1) Specialization: Expertise Prabowo is in the military, but is untested skills. Prabowo has a firm but he does not have the ability to manage a company. (2) Leadership: Prabowo leadership style reflects the benevolent-authoritative system and authoritarian. (3) Personality: Prabowo has an angry or temperamental personality, ambitious, assertive nature, fast and speak frankly. Prabowo with bipolar disorder, delusions of grandeur and delusions pursuit. (4) Difference: personally Prabowo has a strong personality to what he wants to accomplish. Prabowo has enormous economic capital, but when all was not in accordance with the vision and mission will be use less because it is not able to win the heart of the community. Mistakes made by Prabowo was the message he wanted to convey was not until in the community. (5) Visibility: Prabowo smart in dealing with situations that could make him go up. However, he was very careless in the face of a problematic situation or that makes him fall. (6) Unity: personal branding Prabowo has unity, which refers to his background. (7) Determination: Prabowo very consistent in maintaining branding, but when the situation is not siding with him, then his determination began to falter so he is not consistent anymore. (8) Good Name: Prabowo portray himself that he was a hero of the days of the new order. However, it is only the last before the 2014 presidential election, because when recapitulation is not over Prabowo resign. It then made his reputation ruined.

**Keywords:** Personal Branding, Prabowo Subianto, Dimensions Personal Branding

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkat rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Formulasi *Personal Branding* Prabowo Subianto”. Pada proses pengerjaan, penelitian, dan penyusunan laporan Tesis, peneliti mengalami dan menghadapi banyak kesulitan dan hambatan yang tidak mudah, namun berkat bimbingan, pengarahan, dukungan, serta doa yang tak henti-hentinya dari berbagai pihak membuat penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan juga penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu W. Mahestu Noviandra K, SE.,M.Sc.IB., Ph.D selaku dosen pembimbing, terima kasih banyak atas segala kesabaran dan pengertian dalam penyusunan proposal hingga penyusunan laporan Tesis.
2. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D dan Ibu Dr. Jeanne Ellyawati, M.M yang telah bersedia menjadi dosen penguji dan memberikan banyak masukan positif kepada penulis sehingga laporan Tesis menjadi lebih sempurna.
3. Prof. Dr. Hamdi Muluk, M.Si, dan Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A dan Bapak Ign. Agus Putranto, M. Si, serta Ibu Dewi Haroen, yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
4. Mami, Papi, Dimas, Toha, Tia dan Kaka yang selalu mencurahkan perhatian, dukungan, dan doa kepada penulis.

5. Haschvin Noviady, S. Pd yang setiap saat memberikan perhatian, dukungan, dan doa kepada penulis.
6. Windi Wulandari yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menemani penulis berjuang menyelesaikan tugas akhir di Jakarta.
7. Pinkan, Mas Oryza, Niken, Yolanda, Tia, Mbak Anggie, Irene, Berry, Ferdy, Yohanes, Eclund, Pak Andre dan teman-teman MM September 2013, terima kasih sudah menjadi bagian dan teman selama menjalani perkuliahan di Atma Jaya.
8. Terima kasih untuk Bapak dan Ibu di Tata Usaha atas bantuan dalam menyelesaikan administrasi dan urusan perkuliahan.
9. Semua sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan, doa, dan saran dalam menyusun laporan Tesis ini.

Semoga laporan Tesis ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pembaca.

Yogyakarta, 8 Desember 2014



Penulis

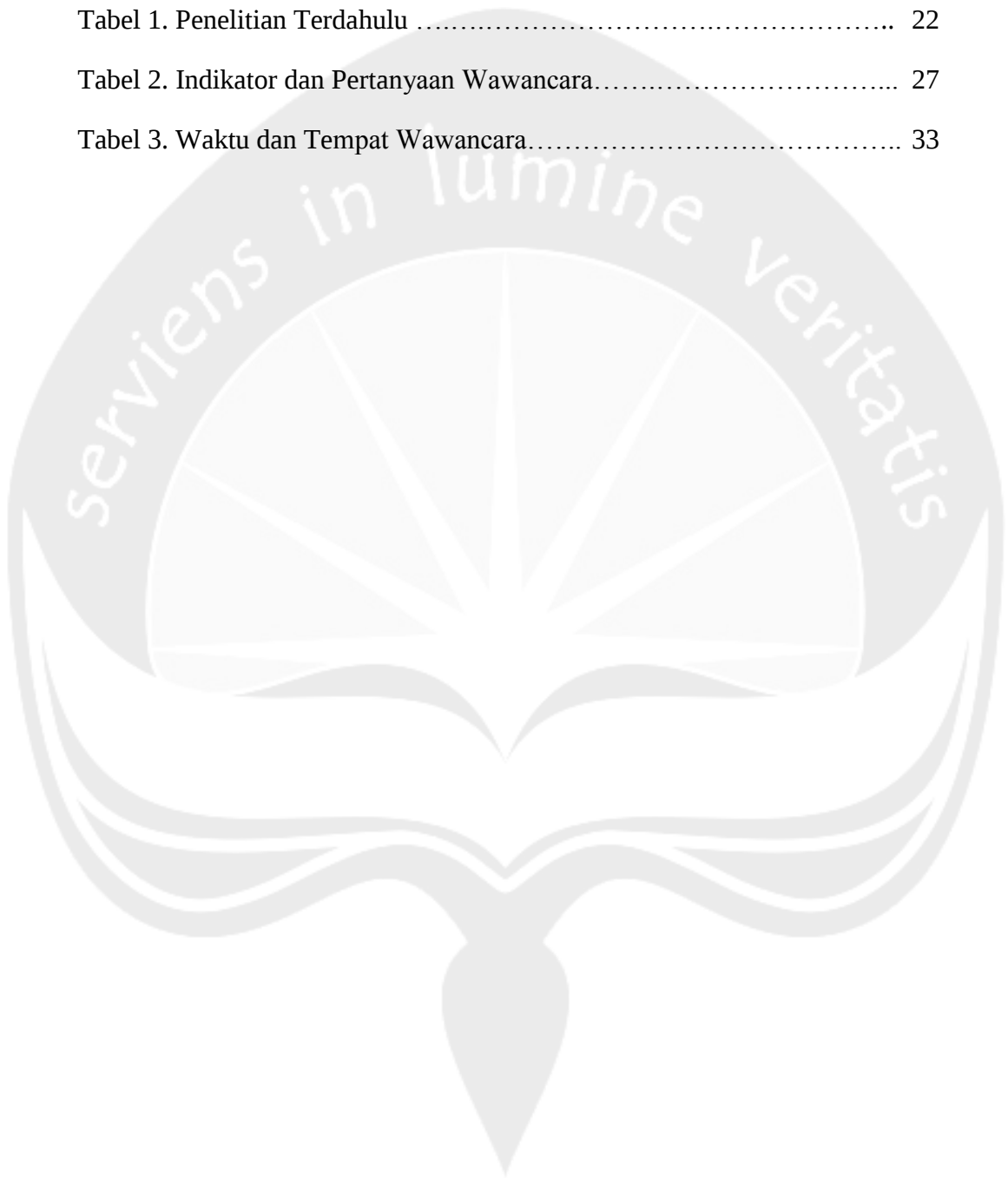
## DAFTAR ISI

|                                     | Halaman |
|-------------------------------------|---------|
| Halaman Judul.....                  | i       |
| Halaman Persetujuan Pembimbing..... | ii      |
| Halaman Pengesahan .....            | iii     |
| Halaman Pernyataan Keaslian.....    | iv      |
| Intisari .....                      | v       |
| Abstract .....                      | vi      |
| Kata Pengantar .....                | vii     |
| Daftar Isi .....                    | ix      |
| Daftar Tabel .....                  | xi      |
| Daftar Gambar.....                  | xii     |
| Daftar Lampiran .....               | xiii    |
| BAB I PENDAHULUAN .....             | 1       |
| A. Latar Belakang .....             | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....            | 4       |
| C. Tujuan Penelitian .....          | 4       |
| D. Manfaat Penelitian .....         | 4       |
| E. Sistematika Penulisan .....      | 5       |
| BAB II LANDASAN TEORI .....         | 7       |
| A. Pemasaran Politik .....          | 7       |
| B. Personal Branding.....           | 9       |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| C. Psikologi Kepribadian .....               | 14 |
| D. Kepemimpinan .....                        | 19 |
| E. Penelitian Terdahulu .....                | 22 |
| F. Kerangka Berpikir .....                   | 23 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....          | 25 |
| A. Jenis Penelitian .....                    | 25 |
| B. Objek Penelitian .....                    | 25 |
| C. Subyek Penelitian .....                   | 25 |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....             | 26 |
| E. Teknik Analisis Data .....                | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... | 33 |
| A. Profil Narasumber .....                   | 34 |
| B. Analisis Data .....                       | 35 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....             | 66 |
| A. Kesimpulan .....                          | 66 |
| B. Kelemahan Penelitian .....                | 67 |
| C. Saran .....                               | 68 |
| D. Implikasi Manajerial .....                | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         | 72 |
| LAMPIRAN .....                               | 74 |

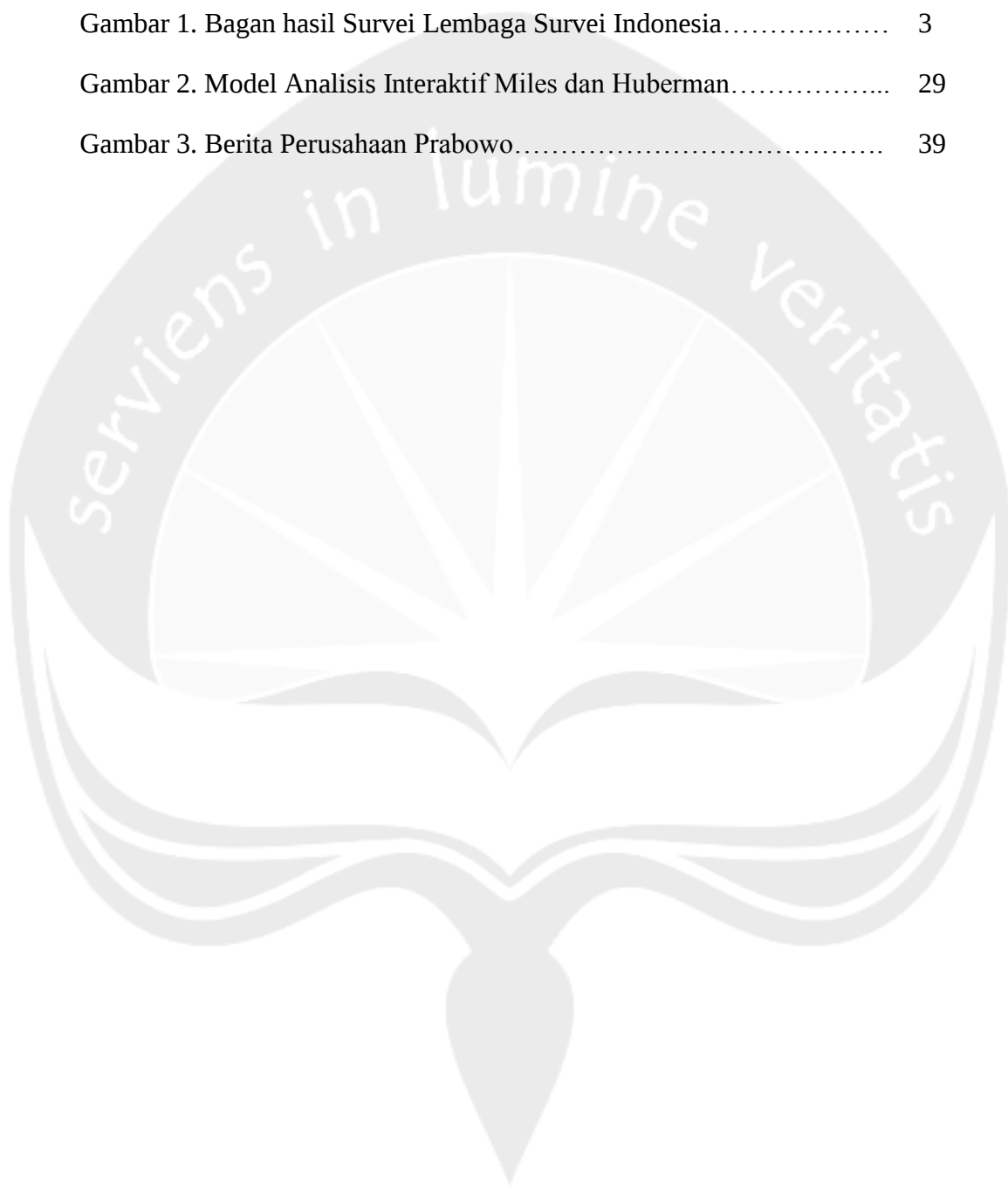
## DAFTAR TABEL

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....              | 22 |
| Tabel 2. Indikator dan Pertanyaan Wawancara..... | 27 |
| Tabel 3. Waktu dan Tempat Wawancara.....         | 33 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Bagan hasil Survei Lembaga Survei Indonesia.....  | 3  |
| Gambar 2. Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman..... | 29 |
| Gambar 3. Berita Perusahaan Prabowo.....                    | 39 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Transkrip Wawancara Hamdi Muluk .....             | 74  |
| Lampiran 2. Transkrip Wawancara Dewi Haroen.....              | 108 |
| Lampiran 3. Transkrip Wawancara Agus Putranto .....           | 118 |
| Lampiran 4. Transkrip Wawancara Basu Swastha Dharmnesta ..... | 142 |
| Lampiran 5. Hasil Reduksi Data Menggunakan Nvivo .....        | 150 |