

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Skripsi Yang Berjudul**

**“PEMANFAATAN MEDIA CENTER DALAM PEMBENTUKAN  
PERSONAL BRANDING”**

*(Studi Kasus Anggota DPR-RI Elnino Mohi)*

**OLEH**

**FANI RAHMA SARI MOHAMAD**

**NIM : 291417033**

**Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji**

**Hari/Tanggal : Kamis, 08 Juli 2021**

**Waktu : 11:16 – 13:50 Wita**

**Dewan Penguji**

**Tanda Tangan**

- |   |   |
|---|---|
| 1. <b><u>Dr. Noval Sufriyanto Talani, S.Sn, M.Ds, M.Si</u></b><br>NIP: 197911122008011003 | 1.....<br>  |
| 2. <b><u>Taufik R. Talalu, S.Pd, M.I.Kom</u></b><br>NIP: 199003132019031018               | 2.....<br> |
| 3. <b><u>Sumarjo, S.Pd, M.Si</u></b><br>NIP: 197606092008121002                           | 3.....<br> |
| 4. <b><u>Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd, M.I.Kom</u></b><br>NIP: 198410082014042001         | 4.....<br> |

**Gorontalo, Juli 2021**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**



**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**PEMANFAATAN *MEDIA CENTER* DALAM PEMBENTUKAN  
*PERSONAL BRANDING***

(Studi Kasus Anggota DPR-RI Elnino Mohi)

**OLEH**

**FANI RAHMA SARI MOHAMAD**

**NIM :291417033**

**Telah diperiksa dan disetujui**

Pembimbing I



**Sumario, S.Pd, M.Si**

**NIP: 197606092008121002**

Pembimbing II



**Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd, M.I.Kom**

**NIP: 198410082014042001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si**

**NIP: 197312142003122001**

**PEMANFAATAN *MEDIA CENTER* DALAM PEMBENTUKAN  
*PERSONAL BRANDING*  
(Studi Kasus Anggota DPR-RI Elnino Mohi)**

**Fani Rahma Sari Mohamad**  
Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

**ABSTRAK**

Realitas komunikasi Politik di Indonesia sangatlah kaya akan warna. Banyak isu dan dinamika politik seputar pertarungan elektoral yang melibatkan para politisi, pihak pemerintah, partai politik di media massa dan media sosial. Disamping itu juga terdapat sejumlah realitas politik lainnya yang kerap menggunakan pemanfaatan media sebagai alat penunjang. Sebagaimana kita ketahui bahwa Media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan ide atau gagasan. Sejalan dengan pengertian dari media secara umum, *Media Center* merupakan sebuah alat yang digunakan untuk penyampaian informasi. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pemanfaatan Media Center dalam membentuk *Personal Branding* Anggota DPR-RI Elnino Mohi. Adapun tujuan penelitian ini, yaitu sebagai bentuk karya ilmiah yang dapat mendeskripsikan terkait bagaimana Pemanfaatan Media Center dalam membentuk *Personal Branding* Anggota DPR-RI Elnino Mohi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian Kualitatif dan menggunakan pendekatan Studi Kasus. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa apa yang dilakukan oleh Elnino Center sangat berpengaruh terhadap *Personal Branding* seorang Elnino Mohi.

Kesimpulanya, Elnino M. Husein Mohi sebagai anggota DPR-RI memanfaatkan timnya dalam upaya membentuk sebuah *Personal Branding*. Dalam penelitian ini ditemukan ada banyak hal menarik yang dilakukan oleh Elnino Center. Mereka memiliki kemampuan untuk bekerja sebagai tim baik di bidang IT dalam mengelola database pemilih yang ada di Provinsi Gorontalo dan juga banyak hal lainnya. Peranan ini terasa cukup vital, mengingat bahwa tim Elnino mohi yang sekarang menjadi Elnino Center merupakan tokoh pejuang dibalik gemilangnya nama Elnino di kancah Perpolitikan.

---

**Kata Kunci:** *Media Center, Personal Branding*



**THE USE of MEDIA CENTER in SHAPING  
PERSONAL BRANDING  
(A Case Study on Indonesian Republic Councilman Elnino Mohi)**

**Mohamad, Fani Rahma Sari.**

Undergraduate Thesis of Communication Science Department.  
Faculty of Social Science. Universitas Negeri Gorontalo

**ABSTRACT**

The status quo of Indonesian political communication richly varied from several political issues and dynamics regarding electoral struggles involving politicians, government parties, and political parties in both mass and social media. Meanwhile, other political status quo mostly involved using the media for support, in which media is defined as any form of instruments used by humans in conveying ideas. Based on that general definition, Media Center is an instrument used to deliver information. This study concerns the use of the Media Center in shaping the Personal Branding of Indonesian Republic Councilman Elnino Mohi, in which this study aimed to describe said use.

This qualitative case study found that all activities at Elnino Center greatly influenced the Personal Branding of Elnino Mohi.

In conclusion, Councilman Elnino M. Husein Mohi relied on his team in shaping Personal Branding, and this study found many intriguing activities at Elnino Center. The team possesses excellent teamwork capabilities in managing the database of Gorontalo Province Voters and other affairs in terms of IT, this is a vital role considering that the present team that found the Elnino Center are important figures behind Elnino Mohi's glorious reputation in the political scene.

---

**Keywords: Media Center, Personal Branding**

