

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Demokrasi adalah sistem pemerintahan dimana seluruh rakyatnya turut serta melaksanakan musyawarah yang mufakat untuk kesejahteraan bersama. Indonesia adalah salah satu negara yang menganut sistem demokrasi. Tahun 2024 menjadi tahun dimana dilaksanakannya pesta demokrasi. Berbagai strategi di keluarkan oleh kandidat partai politik untuk mendapatkan suara rakyat, mulai dari strategi komunikasi politik melalui kampanye secara langsung maupun tidak langsung. Saat ini banyak kandidat partai politik menggunakan media sosial sebagai strategi komunikasi politik dalam menggaet suara masyarakat. Dalam data yang dipaparkan oleh Databoks, Masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai aktivitas setiap harinya dengan persentase 49,9% dan dibuktikan dalam laporan *We Are Social* yang menyebutkan bahwasannya jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 139 juta orang pada Januari 2024. Media sosial mengalami perkembangan yang cukup pesat. (Humaerah, 2020) Dari tahun ke tahun, perkembangan dan penggunaan internet semakin mudah terjangkau dan tersebar sampai ke pelosok, menurut hasil survey Literasi Digital Nasional 2020. Media sosial merupakan bagian dari media komunikasi. Menurut Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul "*Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online*" yang terbit pada tahun 2011 mendefinisikan media sosial sebagai perangkat alat komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa. Berbeda dengan media konvensional seperti surat kabar, kabar, majalah, radio dan televisi, dimana interaksi yang terjadi sangat terbatas serta sulit untuk melibatkan interaksi dalam jumlah yang banyak atau masif. Sekarang ini media sosial tidak hanya dipergunakan sebagai alat komunikasi atau beritaksi antar sesama masyarakat, namun juga sebagai salah satu pusat informasi. Maka perkembangan media sosial cukup penting dalam kepentingan pribadi, bisnis, ataupun organisasi.

Menurut artikel *We are Social* dari seluruh pengguna internet di Indonesia yang berusia 16-64 tahun mayoritas tercatat sebagai pengguna media sosial.

WhatsApp menjad nomor urut pertama dengan 99,9% masyarakat sebagai pengguna, kemudian disusul oleh Instagram dengan persentase 85,3% pengguna, Facebook dengan persentase 81,6% lalu Tiktok dengan 73,5%. dalam kalangan masyarakat publik ikut serta dengan menyuarakan kebebasan berpendapat dalam masa pemilu 2024. Tertuang dalam Undang-Undang Dasar Pasal 28E mengamatkan bahwa “setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul, dan mengeluarkan pendapat”. Kebebasan akan berpendapat di Indonesia sudah di lindungi oleh konstitusi. Media sosial seakan membawadampak yang cukup signifikan akan pemilihan umum 2024. Masyarakat jejaring sosial gencar menyuarakan argumentasi pribadi mereka. Proses antara munculnya informasi tentang pemilihan umum kepada khalayak publik dengan argumentasi masyarakat akan hal tersebut terjadi dalam kurunwaktu yang cukup singkat. Semua kalangan masyarakat ikut andil dalam pemilihan umum calon pemimpin Indonesia pada pesta demokrasi tahun ini. (Humaerah 2020)

Tokoh – Tokoh publik di Indonesia juga ikut andil meramaikan pesta demokrasi. Dalam sejarah dunia politik di Indonesia banyak dijumpai tokoh-tokoh publik dari berbagai latar belakang turut andil mengikuti serangkaian pesta demokrasi. Sejarah pemilihan umum di Indonesia tidak terlepas dengan paratokoh publik. Pada pemilu tahun 2009 contohnya dengan salah satu kandidat calon presiden republik Indonesia yaitu Susilo Bambang Yudhoyono- Megawati dengan latar belakang miiliter yaitu Tentara Negara Indonesia.

Menurut artikel yang dimuat pada kompas.com pasangan calon presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Megawati membentuk tim sukses yang terdiri dari 9 tim, yaitu tim echo, tim sekonchi, Gerakan Pro-sby, Tim Delta, Tim Romeo, Tim Foxtrot, Barisan Indonesia, Jaringan Nusantara, dan Yayasan dzikir SBY Nurussalam dengan di latar belakang oleh para tokoh militer seperti Mantan Kapolri Sutanto, Mantan KSAU Marsekal TNI (Purn) Herman Prayitno, Mantan Kasum TNI Letjen (Purn) Suyono. Dengan adanya latar belakang TNI di dalam tim sukses, paslon SBY-JK berhasil memenangkan perolehan 20% suara. Sedangkan pada pemilu tahun 2014 salah satu kandidat pasangan calon presiden 2014 yaitu Jokowi-jk memilih strategi komunikasi politik sedikit berbeda dari

calon- calon presiden sebelumnya. Dengan latar belakang politik kandidat calon presiden, Jokowi mengusung kampanye dengan mengusung tiga visi-misi dengan salah satu visi misi yaitu dengan 12 agenda strategis untuk mewujudkan kedaulatan politik Indonesia, 16 agenda strategi untuk pembangunan kemandirian ekonomi.

Dibalik suksesnya kampanye Jokowi-Jusuf Kalla ada beberapa tokoh publik Indonesia dengan bermacam latar belakang yang hadir didalamnya. Dilansir dalam artikel kompas.com susunan tim sukses Jokowi-JK dengan ketua umum PDI-P Megawati Soekarno Putri, Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh, Ketua Umum PKB Muhaimin Iskandar, dan Ketua Umum Partai Hanura Wiranto sebagai penasihat. Dengan besarnya dukungan dari berbagai partai Jokowi-JK, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan hasil rekapitulasi nasional pemilihan Presiden 2014 dengan pasangan Jokowi- Jusuf Kalla berhasil menduduki suara tertinggi dengan persentase 53, 15%. Tidak jauh berbeda pada pemilihan presiden tahun 2019 Joko Widodo kembali mencalonkan dirinya untuk pemilihan presiden tahun 2019 dengan Ma'ruf Amin sebagai Wakilnya. Joko Widodo kemudian mengusung kembali tim sukses dengan Erick Tohir sebagai ketua Tim Kampanye Nasional (TKN).

Dengan banyaknya tokoh-tokoh publik berpengaruh dalam tim sukses kandidat politik membawa dampak akan keberhasilan pada calon kandidat. Tidak menutup kemungkinan bahwasannya salah satu faktor masyarakat mendukung salah satu calon kandidat politik ialah pengaruh tokoh publik di dalamnya. Termasuk pendapat para tokoh Islam yang berpengaruh. Indonesia sendiri merupakan negara mayoritas beragama Islam dan tidak menutup kemungkinan peran atas para tokoh muslim sangat berpengaruh. Tokoh muslim dianggap sebagai seorang yang berilmu dan memiliki pengetahuan lebih terhadap agama Islam. Hal lumrah bagi masyarakat jika ulama atau tokoh Islam dijadikan sebagai *role model* tempat rujukan ilmu bagi orang lain. Ada 265 ulama serta tokoh masyarakat Jawa Barat yang telah mendeklarasikan dukungan terhadap salahsatu pasangan calon presiden 2024.

Keikutsertaan para tokoh Islam menjadi sebuah fenomena baru di pesta demokrasi tahun ini. Para ulama secara publik membahas perihal sudut pandang

mereka kepada para kandidat politik dan menyerukan pilihan atas kandidat partai politik kepada masyarakat. Agama islam adalah agama yang mengatur setiap aspek kehidupan umat tidak hanya dari segi hubungan dengan Allah SWT namun juga dari segi kehidupan antar umat manusia. Selaras dengan itu, maka islam menetapkan kriteria pemimpin yang ulul amri yang memiliki tugas, kewajiban, dan tanggung jawab yang sangat besar terhadap umatnya. Tertuang dalam Al-Qur'an sura An-Nisa ayat 59 yang berbunyi: "Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."

Menjadikan salah satu faktor pendukung banyak dari kalangan masyarakat mengikuti seruan ulama dan ustad karena dianggap sebagai rujukan ilmu tentang ajaran agama islam. Namun, fenomena ini membuat masyarakat lebih condong mengikuti sudut pandang para tokoh terkait isu politik daripada para ahli atau pakar politik. Idealnya edukasi politik disampaikan oleh pakar ahli akan tetapi masyarakat lebih mengikuti perspektif para tokoh islam secara persuasif (tidak memaksa). Hal tersebut kemudian menjadi fokus permasalahan dikarenakan pengaruh tokoh- islam di Indonesia dalam aspek masyarakat memilih kandidat partai politik. Jumlah pengikut atau jamaah menjadikan mudahnya proses komunikasi atas terpengaruhnya masyarakat terhadap pilihan para ulama.

Motivasi masyarakat dalam memilih kandidat partai politik sesuai dengan para ulama atau tokoh agama dilatarbelakangi oleh persepsi masyarakat bahwasannya ulama atau tokoh agama adalah orang suci yang paham akan kepemimpinan dari sudut pandang islam, sehingga para ulama dan tokoh agama dirasa mampu mengkomposisikan masyarakat. Salah satu faktor pendukung lain dari banyaknya masyarakat pada pemilu tahun 2024 merujuk pada ulama serta tokoh agama ialah beberapa dari tokoh agama memberikan pernyataan bahwa beliau secara terang-terangan memihak pada salah satu paslon dan di deklarasikan secara umum melalui media massa. Dengan demikian proses informasi yang ada akan lebih cepat menyebar dan masyarakat akan terpengaruh oleh pesan yang

disampaikan oleh para tokoh agama. Dalam deklarasi menyuarakan pendapat tokoh-tokoh agama menggunakan media sosial sebagai salah satu strategi untuk mengkampanye kana tau menyuarakan pendapat beliau terhadap calon pasangan presiden dan wakil presiden. Dilihat dari jumlah pengguna media sosial seperti Instagram dan Tiktok dengan jumlah persentase pengguna sebanyak 85,3% dan 73,5% menjadikan dua platform media sosial tersebut menjadi salah satu tempat informasi atas suara atau pendapat para tokoh-tokoh masyarakat di Indonesia.

Mobilitas media sosial dalam berkembangpun yang awalnya hanya sebagai hiburan semata yang kemudian juga menjadi salah satu tempat pusat informasi semakin memudahkan masyarakat untuk bisa menjangkau akses atau berita dalam waktu yang cukup singkat. Tiktok dan Instagram menjadi wadah tokoh islam menyampaikan opini atau argumentasi tentang pesta demokrasi tahun 2024 saat ini. Merilis hasil survey menggunakan metode *multistage random sampling* yang dilakukan ole LSI Denny JA ulama yang punya pengaruh elektoral peringkatulama yang didasarkan pada besarnya pengaruh ulama tersebut sehingga imbauannya diikuti oleh masyarakat. Secara berurutan, lima ulama yang mempunyai pengaruh besar adalah Ustaz Abdul Somad, Ustad Arifin Ilham, Ustaz Yusuf Mansur, Abdullah Gymnastiar, dan Habib Rizieq shihab.

Peran daripada kelima ulama tersebut di Indonesia sangat signifikan. Dibuktikan oleh jumlah pengikut pada akun media masing-masing tokoh yang memiliki jumlah pengikut dengan rata-rata diatas 100 ribu pengikut. Salah satunya ialah Ustad Abdul Shomad dengan 9,1juta pengikut di Instagram. Ustad Abdul Shomad menggunakan media sosial Instagram sebagai media bahan ajardan juga saluran aktivitas beliau sehari-hari. beliau juga memanfaatkan media sosial sebagai kontendalam menyalurkan pesan dakwah kepada masyarakat Indonesia.

Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang tersebut, peneliti hendak menelaah dan menganalisa mengenai Pengaruh Ketokohan Islam (Ustaz Abdul Somad) di Indonesia Terhadap Motivasi Memilih Masyarakat Dalam Pemilu 2024.

Pengajuan ini saya ajukan dengan beberapa pokok permasalahan yaitu Adakah pengaruh ketokohan islam (Ustaz Abdul Somad) di Indonesia terhadap

motivasi memilih masyarakat dalam pemilu 2024?

Tujuan Penelitian

“Mengetahui pengaruh ketokohan islam (Ustaz Abdul Somad) di Indonesia terhadap motivasi memilih masyarakat dalam pemilu 2024”

Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana penambah wawasan dalam mengukur pengaruh ketokohan islam di Indonesia dalam motivasi masyarakat untuk memilih pada pemilihan umum.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama masa perkuliahan dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan khususnya dalam seberapa berpengaruh tokoh islam di Indonesia dalam demokrasi di Indonesia saat pemilihan umum berlangsung.

b. Bagi Tokoh Islam Indonesia (Ustaz Abdul Somad)

Penelitian ini diharapkan turut menjadi kontribusi pemikiran yang memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi dalam penerapan prinsip serta sudut pandang tokoh islam Indonesia agar selalu memberikan contoh perilaku baik bagi masyarakat Indonesia khususnya kaum muslim.

c. Bagi Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya di masa yang akan datang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey, menurut Sugiyono metode survey merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan, namun peneliti melakukan perlakuan dalam

proses pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. (Sugiyono2019).

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan menguji hipotesis yang ditetapkan dan untuk mencari pengaruh antara variabel bebas dengan variable terikat. (Sugiyono 2019). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai metode postivitik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Dalam penelitian ini informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner online untuk mendapatkan jawaban. Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mendapatkan data yang terjadi di masa lampau atau saat ini, tentang pendapat, keyakinan, dan karakteristik serta perilaku hubungan variabel untuk membuktikanhasil dari rumusan masalah yang ada dalam penelitian (Sugiyono,2018).

Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian berfokus pada masyarakat di wilayah provinsi jawa meliputi Jawa Barat, JawaTengah, dan Jawa Timur dengan kriteria usia 17- 24 tahun sebagai *audience* kampanye ustad Abdul Somad pada pengguna platform media sosial Instagram dan Tiktok. Dipilih sebagai lokasi penelitian didasarkan pada jumlah sampel memadai untuk melaksanakan penelitian.

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan suatu himpunan yang berasal dari beberapa obyek atau subyek berkualitas dan berkarakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti dalam menguji penelitiannya. Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang

memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas objek/ subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulan (Sugiyono, 2018). Penelitian ini mengambil populasi dari data Banwaslu sebanyak 95.407.152 meliputi Jawa Barat dengan jumlah 35.714.901, Jawa Tengah dengan jumlah 31.402.838 dan Jawa Timur dengan jumlah 28.289.41, dan peneliti mengambil populasi di daerah Tulungagung dan Jombang yang memiliki kriteria usia 17-24 tahun sebagai pengguna media sosial Instagram dan Tiktok.

3. Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono 2019) Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik sampel kluster (Cluster Sampling). Sampel kluster adalah teknik pengambilan sampel dimana pemilihan mengacu pada kelompok bukan pada individu.

Sampel kluster berkaitan dengan dengan teknik sampling area, dimana populasi yang ada di daerah besar dibagi dalam beberapa area yang lebih kecil yang jelas batas-batasnya. (Kriyantono 2012 :158) Peneliti menggunakan rumus slovin sebagai acuan dalam menentukan populasi dan sampling penelitian. Dengan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Presentasi (0,01)

$$n = \frac{95.407.152}{1 + 95.407.152 (0.1)^2}$$

$$n = 99,999$$

maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampling yang harus dicari sebanyak 100 sampel.

Sampel menurut (Sugiyono, 2013) adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik Random Sampling, dimana peneliti memilih secara random namun sampel dianggap sebagai perwakilan dari keseluruhan populasi atau populasi homogen. Dari perhitungan sampel diatas diambil 100 responden yang merupakan pengguna Media Sosial Tiktok dan Instagram. Mereka diminta untuk mengisi kuesioner yang sudah disediakan oleh peneliti dan disebarakan secara online melalui pesan Instagram dan Pesan Tiktok atau yang sering disebut Direct Message (DM) secara acak kepada para pengguna media sosial Instagram dan Tiktok yang telah memenuhi kriteria penelitian. Karakteristik umum responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori utama:

1. Identitas Responden: Identitas responden meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, domisili responden.
2. Pendapat Responden: Pendapat responden dalam penelitian ini berkaitan dengan pengaruh (*impact*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*).

Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut yaitu dari sudut peram dan sifat. Dilihat dari segi perannya, variable ini dapat dibedakan ke dalam dua jenis yaitu:

a. Variabel Terikat (*Dependet Variable*)

Variabel terikat (terpengaruh) merupakan variable yang dijadikan sebagai faktor yang dipengaruhi oleh sebuah atau sejumlah variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah motivasi memilih (Y).

b. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (mempengaruhi) merupakan variabel yang berperan memberi pengaruh kepada variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (mempengaruhi) terdapat satu variabel yaitu terpaan (X1).

c. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono yang dikutip dalam Nofha Rinaskala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang fenomena sosial.

Skala Likert yang digunakan dalam pengukuran jawaban atas pertanyaan atau pernyataan dalam penelitian ini berupa kata- kata yaitu:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup. Kuesioner tertutup merupakan bentuk dari jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden hanya memilih jawaban yang sesuai. Kuesioner ini ditujukan kepada para pengguna media sosial Instagram dan Tiktok dengan kriteria tertentu.

b. Observasi

Observasi ialah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila: (1) sesuai dengan tujuan penelitian (2) direncanakan dan dicatat secara sistematis, dan (3) dapat dikontrol keadaannya (reliabilitasnya) dan kesahihannya (validitasnya).

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto yang dikutip dalam Ilham Agustian validitas adalah Derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Adapun kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner valid.
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid.

Pada penelitian ini uji validitas dibantu dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dan Microsoft Office Excel. Seluruh pernyataan yang telah diuji dan hasil semua pertanyaan valid dengan tingkat signifikansi 0,05% dengan r_{tabel} sebanyak 0,1966.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono yang dikutip (dalam Ilham Agustian, 2019) uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten (Sunyoto, 2009). Untuk melihat andalnya suatu alat ukur

digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar ($>$) dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut andal (reliabel).

Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada sifat, atribut, atau nilai individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono,2018). Fungsi definisi operasional adalah menghindari perbedaan pendapat dalam penggunaan atau istilah yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 1 Definisi Operasional

NO	VARIABEL	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	X1 Terpaan Kampanye	1. Seberapa responden Mengingat isi pesan dari konten kampanye Ustaz Abdul Somad.	<i>Recall</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju
		2. Mengingat Kurun waktu menerimainformasi kampanye oleh konten Ustaz Abdul Somad mengenai kampanye 2024	<i>Time Frame</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju

		3. Dapat melihat isi konten Ustaz Abdul Somad diMedia Sosial (Instagram dan Tiktok)	<i>Unit Observation</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju
		4. Dapat merespon dengan baik isi pesan dalam konten Kampanye Ustaz Abdul Somad	<i>The Conceptual ism</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju
		5. Dimana responden menerima pesan kampanye Ustaz Abdul Somad.	<i>Location</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju
2.	Y1 Motivasi Memilih	1. Pendapat khalayak mengenai reputasi dan kredibilitas kandidat calon presiden dan calon wakil presiden 2024	<i>Candidate Image</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju

		2. Pendapat khalayak mengenai pengalaman politik kandidat Calon presiden dan Calon Wakil Presiden 2024	<i>Performance and Experience</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju
		3. Pendapat responden dengan Nilai-Nilai Budaya serta Agama para kandidat.	<i>Social and Cultural Factors</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju
		4. Pengaruh dari faktor eksternal atau internal di sekitar responden yang dapat memengaruhi pilihan responden.	<i>Environmental Influence</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju
		5. Persepsi dan keyakinan pemilih bahwa kandidat memiliki peluang untuk menang dalam pemilu 2024	<i>Perception of Winning Chance</i>	4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat tTidak Setuju

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dalam seluruh kegiatan penelitian baik penelitian kualitatif maupun kuantitatif. Kecenderungan penelitian banyak menggunakan analisis kuantitatif dengan teknik dan metode statistik. Hal ini dilakukan karena teknik dan metode statistik memberikan jawaban dari permasalahan yang dihadapi. Mempelajari materi yang terorganisasi untuk menemukan fakta yang melekat. Data dipelajari dari berbagai macam sudut pandang sehingga kemungkinan dapat mengeksplorasi fakta-fakta baru.

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji Analisis Regresi.

1. Analisis Regresi

Analisis Regresi merupakan metode atau teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain, yang dinyatakan berupa bentuk persamaan regresi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Analisis Regresiliner sederhana dengan menggunakan satu variabel independen untuk menjelaskan hasil dari variabel dependen Y. Peneliti menggunakan analisis regresi dikarenakan peneliti ingin mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negative.