



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang diteliti adalah penelitian dengan dua variabel sesuai dengan judul penelitian yang tertulis, yakni pengaruh publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo terhadap pembentukan citra di mata pemilih pemula, yang merupakan studi kasus pada publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo selama masa kampanye pilpres 2014. Maka pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif, dan bersifat eksplanatif.

Sugiyono (2011:7) mengungkapkan bahwa metode kuantitatif merupakan metode tradisional yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk memperoleh data dan hasil yang diharapkan. Menurut Bungin (2011:38) penelitian eksplanatif adalah penelitian yang berdasarkan tujuan penelitian, peneliti mencoba untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh dan menguji suatu hipotesis. Format eksplanasi dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Karena itu penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis.

Penelitian ini juga menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme menurut Creswell (2012:50) yang mengatakan bahwa positivisme

memprediksi pola umum, dan penelitian yang menggunakan paradigma positivisme bersifat objektif dan dapat digeneralisir. Selain itu, posisi peneliti dalam penelitian ini adalah objektif dan menjaga jarak.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei yang menurut Kriyantono (2006:13) adalah penelitian yang meneliti suatu populasi yang relatif luas dengan cara menentukan sampel yang mewakili (*representative*) dan populasi yang diteliti dengan cara menyebar kuesioner. Kriyantono (2006:59) juga menambahkan tujuan dari metode survei adalah untuk memperoleh informasi mengenai sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Terdapat dua macam data dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Data primer, yang diperoleh melalui survei dengan menyebarkan kuesioner.
- 2) Data Sekunder, yang diperoleh dari berbagai studi kepustakaan dan internet, yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh obyek/subyek itu.

Populasi penelitian yang akan menjadi objek penelitian adalah pria dan wanita yang termasuk ke dalam *likers fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo. Berdasarkan data dari Facebook, jumlah *likers fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo adalah 1.755.312 *likers*, yang terakhir kali diakses pada tanggal 13 November 2014.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Maka dari itu, untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili (*representative*). Berdasarkan prosedur atau cara yang digunakan dalam mengambil sampel dari populasi, atau yang biasa disebut dengan teknik *sampling*, terdapat dua jenis sampel yaitu:

- a) *Probability sampling (random)*, merupakan sampel yang pengambilannya berlandaskan pada prinsip yang memberikan peluang yang sama kepada seluruh populasi untuk dipilih sebagai sampel.
- b) *Nonprobability sampling, (non-random)*, merupakan sampel yang pengambilannya didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Sampel dalam penelitian ini adalah *likers fanpage* resmi Ir H Joko Widodo yang berdomisili di Jakarta dan termasuk kedalam kategori

pemilih pemula dengan rentang umur di atas tujuh belas tahun, sehingga mengetahui aktivitas publikasi Joko Widodo selama masa kampanye Pilpres 2014 yang dihitung mulai tanggal 4 Juni 2014 sampai dengan 5 Juli 2014.

Penelitian ini memakai *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2011:61) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Margono (2004: 128), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, kriteria-kriteria tersebut antara lain:

1. Responden berusia minimal tujuh belas tahun sebagai syarat bagi responden untuk masuk dalam kategori pemilih pemula
2. Responden berdomisili di Jakarta
3. Responden memiliki hak pilih pada Pilpres 2014
4. Responden tergabung ke dalam *likers fanpage* Facebook Ir H Joko Widodo
5. Responden membaca *posting* pada *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo selama masa kampanye Pilpres 2014

Dalam penelitian ini digunakan responden yaitu seluruh populasi *likers fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo dengan jumlah 1.755.312 *likers*.

Persamaan yang dirumuskan oleh Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n = *Number of samples* (jumlah sampel)

N = *Total population* (jumlah seluruh anggota populasi)

e = *Error tolerance* (presentasi ketidakteelitian; toleransi terjadinya galat; asumsi keterandalah ialah 95%, artinya menggunakan $e=0.05\%$)

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.755.312}{1 + (1.755.312 \cdot (0.05)^2)} \\ &= \frac{1.755.312}{4.389,28} \\ &= 399,90 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang akan digunakan sebagai responden penelitian ini adalah sebesar 400 (empat ratus) orang. Kriteria dari sampel yang dianggap mewakili adalah pemilih pemula dengan usia tujuh belas tahun ke atas, yang berdomisili di Jakarta, dan tergabung menjadi *likers fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Teori *Political Public Relations* didefinisikan sebagai proses manajemen yang dilakukan oleh aktor politik untuk tujuan politik, dengan memanfaatkan aksi dan komunikasi yang telah diperhitungkan, guna membangun dan

mempertahankan hubungan baik dengan publik (mulai dari pemilih, media, kontributor, partai, relawan, kelompok kepentingan, dan kandidat lain). Hubungan baik ini dipengaruhi oleh reputasi dan dampaknya terhadap aksi para pemangku kepentingan.

Dalam penelitian ini, proses manajemen yang dilakukan dengan memanfaatkan aksi dan komunikasi yang telah diperhitungkan masuk ke dalam variabel publisitas, sedangkan dampak terhadap aksi para pemangku kepentingan masuk ke dalam variabel citra.

Adapun operasionalisasi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Publisitas Joko Widodo di media sosial (X)

- a) Kreativitas, yang berarti mendorong antusiasme dan perhatian publik melalui metode kegiatan yang cerdas, unik, dan segar.

Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:

- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo mendorong perhatian untuk lebih mengetahui tentang Joko Widodo.

- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo bersifat kreatif.

- b) Beragam, yang berarti bila publisitas hanya menggunakan satu media saja dipandang belum memadai, maka harus dipergunakan berbagai media. Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:

- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo ditampilkan dalam berbagai bentuk pemberitaan.
- c) Kuantitas, yang pada dasarnya menggunakan prinsip repetisi untuk menyampaikan pesan secara berulang-ulang pada publik. Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:
- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo dilakukan berulang-ulang.
- d) Visibilitas, yang berarti materi publisitas tersebut dapat mudah dilihat oleh publik atau perhatian publik bisa tertuju pada publisitas itu. Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:
- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo mudah diperoleh.
 - Materi di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo menarik perhatian.
- e) Legibilitas, yang berarti bentuk tulisan yang dibuat menyampaikan pesan baik dan cukup jelas diikuti oleh publik untuk publisitas dalam bentuk cetak dan jelas didengar dan dilihat untuk media audio visual. Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:
- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo disampaikan secara jelas.
 - Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo menggambarkan dengan jelas kegiatan-kegiatannya.

f) Mudah dipahami, yang berarti rangkaian pesannya sangat mudah dipahami maksudnya oleh publik. Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:

- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo mudah dimengerti.
- Publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo disampaikan dengan bahasa yang sederhana.

2. Variabel Citra di Mata Pemilih Pemula (Y)

a) Persepsi, merupakan hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan proses pemaknaan. Individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya. Kemampuan mempersepsi inilah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu. Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:

- Joko Widodo merupakan sosok pemimpin yang ideal.
- b) Kognisi, merupakan keyakinan diri yang timbul berdasarkan informasi yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- Adanya pengetahuan yang baik tentang profil Joko Widodo.
- c) Motivasi, merupakan hal yang menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk

melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:

- Pernah ada motivasi untuk ikut menjadi bagian dalam kegiatan kampanye Joko Widodo menjelang Pilpres 2014.
 - Adanya motivasi untuk berbagi berita tentang Joko Widodo lewat media sosial Facebook.
 - Adanya motivasi untuk berbagi pendapat pribadi tentang Joko Widodo lewat media sosial Facebook.
- d) Sikap, merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai motivasi untuk menentukan apakah harus pro atau kontra, suka atau tidak suka. Indikatornya dideskripsikan sebagai berikut:
- Menjadi pihak yang pro Jokowi.
 - Adanya harapan karena menyukai keseluruhan karakter Joko Widodo.

3.4.1 Operasionalisasi Konsep

Variabel Penelitian	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator
Publisitas Joko Widodo di Media Sosial (X)	Prinsip- Prinsip Dasar Publisitas (Iriantara, 2005)	Kreativitas	<ul style="list-style-type: none"> • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo mendorong perhatian untuk lebih mengetahui tentang Joko Widodo. • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo bersifat

			<p>kreatif.</p>
		Beragam	<ul style="list-style-type: none"> • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo ditampilkan dalam berbagai bentuk pemberitaan.
		Kuantitas	<ul style="list-style-type: none"> • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo dilakukan berulang-ulang.
		Visibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo mudah diperoleh • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo menarik perhatian.
		Legibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo disampaikan secara jelas. • Publisitas mengenai Joko Widodo di <i>fanpage</i> Facebook resmi menggambarkan dengan jelas kegiatan-kegiatannya.
		Mudah Dipahami	<ul style="list-style-type: none"> • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo mudah dimengerti. • Publisitas di <i>fanpage</i> Facebook resmi Ir H Joko Widodo disampaikan dengan bahasa yang sederhana.
Citra di mata Pemilih Pemula (Y)	Komponen Pembentukan Citra (Soemirat dan Ardianto, 2005)	Persepsi	<ul style="list-style-type: none"> • Joko Widodo merupakan sosok pemimpin yang ideal.
		Kognisi	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pengetahuan yang baik tentang profil Joko Widodo.
		Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah ada motivasi untuk ikut menjadi bagian dalam kegiatan kampanye Joko Widodo menjelang Pilpres 2014. • Adanya motivasi untuk berbagi berita tentang Joko Widodo lewat

			<p>media sosial Facebook.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya motivasi untuk berbagi pendapat pribadi tentang Joko Widodo lewat media sosial Facebook.
		Sikap	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi pihak yang pro-Jokowi. • Adanya harapan karena menyukai keseluruhan karakter seorang Joko Widodo.

3.4.2 Variabel Penelitian

1) Variabel Bebas/Pengaruh (X):

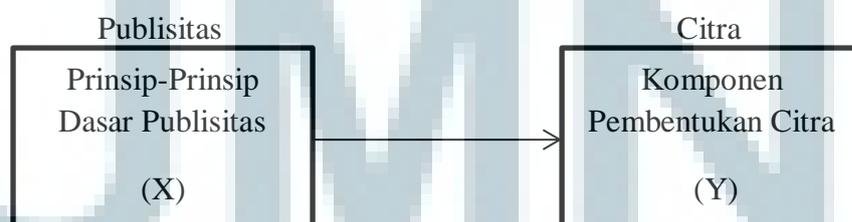
Variabel yang memberikan pengaruh pada variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah publisitas Joko Widodo di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo.

2) Variabel Terikat/terpengaruh (Y) :

Variabel ini merupakan variabel yang akan diukur dalam penelitian. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah citra di mata pemilih pemula.

Variabel Independen (X)

Variabel Dependen (Y)



3.4.3 Definisi Konseptual

- 1) Publisitas Joko Widodo di media sosial Facebook (Variabel Independen)

Publisitas adalah hasil publikasi tentang Joko Widodo di media sosial, yaitu Facebook.

- 2) Citra di mata pemilih pemula sebagai (Variabel Dependen)

Citra di mata pemilih pemula adalah gambaran tentang sosok Joko Widodo di benak pemilih pemula yang terpengaruh dari publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo. Pemilih pemula merupakan pemilih yang baru pertama kali memakai hak pilihnya dalam Pemilu 2014 yang berdomisili di Jakarta.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui data primer dan data sekunder:

3.5.1 Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2011:65) adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, ataupun organisasi. Pengumpulan data primer dilakukan melalui survei dengan mengajukan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya kepada seluruh responden.

Data primer untuk penelitian ini diperoleh dari responden melalui kuesioner yang berisi daftar pernyataan-pernyataan untuk variabel yaitu publisitas dan juga citra, dengan tujuan khusus yang memungkinkan peneliti untuk

mengumpulkan data dari sampel yang akan mengisinya sesuai dengan pendapat mereka. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang akan diolah dan dilihat seberapa besar pengaruh publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo terhadap citra di mata pemilih pemula.

Penyebaran kuesioner ini dilakukan melalui *fanpage* Facebook yang menjangkau responden yang tersebar di DKI Jakarta. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel, yaitu *independent variable* (variabel pengaruh) dan *dependent variable* (variabel terpengaruh). Prinsip dasar publisitas yang terdiri dari Kreativitas, Beragam, Kuantitas, Visibilitas, Legabilitas, dan Mudah Dipahami, merupakan variabel pengaruh. Sedangkan komponen pembentukan citra yang terdiri dari Persepsi, Kognisi, Motivasi, dan Sikap, merupakan variabel terpengaruh.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung untuk membantu penelitian. Peneliti melakukan studi kepustakaan melalui buku-buku atau jurnal yang relevan dengan masalah penelitian.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Untuk mengukur instrument-instrumen variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini, digunakan skala Likert untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek. Indikator-indikator dari variabel X dan variabel Y menjadi acuan

dalam membuat pernyataan yang harus diisi oleh responden. Menurut Sugiyono (2007:87), secara umum, skala Likert menggunakan nilai dari skor 1 (satu) untuk kategori jawaban terendah hingga skor 5 (lima) untuk kategori jawaban tertinggi.

Tabel 3.1 Skala Likert

Jawaban Kuesioner	Skor Jawaban
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1

Sumber: Sugiyono (2007:87)

3.6.1 Uji Validitas

Seperti yang dikutip dari Sugiyono (2007:137), validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kecermatan dan ketepatan suatu instrument alat ukur. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Ditambahkan juga oleh Sugiono (2009:172) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas sendiri berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Oleh karena semua data yang diperoleh merupakan data ordinal, maka

teknik untuk mengukur validitas tiap item pernyataan adalah dengan korelasi *Spearman Rank*. Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Table 3.2 Uji Validitas Publisitas di *fanpage* Facebook Resmi Ir H Joko Widodo

No Item	Total r Spearman	Sig.	Keterangan
Publisitas 1	0.740**	0.000	Valid
Publisitas 2	0.765**	0.000	Valid
Publisitas 3	0.742**	0.000	Valid
Publisitas 4	0.922**	0.000	Valid
Publisitas 5	0.919**	0.000	Valid
Publisitas 6	0.895**	0.000	Valid
Publisitas 7	0.869**	0.000	Valid
Publisitas 8	0.896**	0.000	Valid
Publisitas 9	0.903**	0.000	Valid
Publisitas 10	0.888**	0.000	Valid
Publisitas 11	0.784**	0.006	Valid
Publisitas 12	0.718**	0.002	Valid
Publisitas 13	0.718**	0.002	Valid
Publisitas 14	0.751**	0.003	Valid

Sumber: olahan peneliti (SPSS 19.0)

Dari pernyataan di atas tentang publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo, tidak terdapat pernyataan yang tidak valid dari perhitungan korelasi *Spearman Rank*. Maka semua butir pernyataan variabel tersebut dapat dimasukkan ke dalam kuesioner penelitian.

Tabel 3.3 Uji Validitas Citra di Mata Pemilih Pemula

No Item	Total r Spearman	Sig.	Keterangan
Citra 1	0.848**	0.000	Valid
Citra 2	0.794**	0.000	Valid
Citra 3	0.918**	0.000	Valid
Citra 4	0.897**	0.000	Valid
Citra 5	0.916**	0.000	Valid
Citra 6	0.907**	0.000	Valid
Citra 7	0.914**	0.000	Valid
Citra 8	0.893**	0.000	Valid

Citra 9	0.845**	0.000	Valid
Citra 10	0.890**	0.000	Valid

Sumber: olahan peneliti (SPSS 19.0)

Demikian pula dengan pernyataan di atas tentang citra di mata pemilih pemula, tidak terdapat pernyataan yang tidak valid dari perhitungan korelasi *Spearman Rank*. Maka semua butir pernyataan variabel tersebut dapat dimasukkan ke dalam kuesioner penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Rakhmat (2005:17), reliabilitas mengandung makna stabilitas (tidak berubah-ubah), konsistensi, dan dependabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk memperoleh informasi yang diinginkan dan dapat dipercaya serta mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di dalam penelitian. Hasil penelitian dikatakan *reliable* bila terdapat kesamaan antara data dalam waktu yang berbeda. Instrumen *reliable* merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument. Oleh karena itu walaupun instrumen yang *valid* umumnya pasti *reliable*, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan.

Dengan kata lain uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dimaksud dalam kuesioner dapat digunakan untuk diteliti lebih dari satu kali, dan paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang tetap konsisten. Sehingga dapat disimpulkan reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi.

Definisi ini juga diperkuat oleh Arikunto (2010:74) yang mengatakan bahwa reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen

cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Arikunto (2010:75) juga menambahkan bahwa untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach* yang diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1 dimana ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang *reliable*.
2. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40 berarti agak *reliable*.
3. Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 s.d. 0,60 berarti cukup *reliable*.
4. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80 berarti *reliable*.
5. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat *reliable*.

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, semua item pernyataan dinyatakan valid. Oleh karena itu, semua item pernyataan berhak untuk diuji reliabilitasnya. Berikut hasil uji reliabilitas item-item pernyataan:

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Publisitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.974	14

Sumber: olahan data dari SPSS 19.0

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Citra

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.974	10

Sumber: olahan data dari SPSS 19.0

Berdasarkan kedua tabel di atas menunjukkan nilai reliabilitas dari variabel publisitas dan variabel citra adalah sebesar 0.974 Dengan melihat ukuran dalam skala *Alpha Cronbach*, nilai tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan reliable (nilai *Alpha Cronbach* 0,81 shingga 1,00 berarti sangat reliable).

3.6.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data pada kedua variabel tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov, yang biasa digunakan untuk memutuskan jika sampel berasal dari populasi dengan distribusi spesifik/tertentu. Uji ini membandingkan serangkaian data pada sampel terhadap distribusi normal, serangkaian nilai dengan *mean* dan standar deviasi yang sama. Kriteria Uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

H_0 = data berdistribusi normal ; H_1 = data tidak berdistribusi normal

$\alpha = 0,1$

1. Jika nilai probabilitas $> \alpha$ maka H_0 diterima
2. Jika nilai probabilitas $< \alpha$ maka H_0 ditolak

Tabel 3.6 Test of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Publisitas	.174	30	.021	.884	30	.003
Citra	.158	30	.053	.911	30	.016

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: olahan data dari SPSS 19.0

Nilai *Most Extreme Differences Absolute* pada tabel merupakan nilai statistik D pada Uji Kolmogorov-Smirnov, nilai D pada uji terhadap masing-masing variabel di atas adalah 0,174 dan 0,158, artinya jika nilai probabilitas $> \alpha$ (0,05), maka hal ini menunjukkan bahwa adanya penerimaan pada H_0 , dimana data terdistribusi secara normal.

Dari hasil uji di atas, nilai probabilitas Publisitas sebesar 0.174 dan Citra sebesar 0.158 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data kedua variabel tersebut berdistribusi normal sebab keduanya lebih besar dari standar probabilitas (Publisitas= 0.174>0,1 dan Citra= 0.158>0,1)

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009:17) analisis data merupakan proses yang dilakukan untuk mengkaji data yang terkumpul, menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan teknik statistik tertentu. Selain itu, Sarwono (2006:135-138) menjabarkan tahapan dalam melakukan analisis data kuantitatif yaitu:

- a) *Data Editing*, yang merupakan aktivitas klarifikasi dan pemeriksaan keterbacaan dan kelengkapan data.

- b) Pengembangan variabel, yang merupakan tahap untuk melakukan spesifikasi variabel yang meliputi aktivitas pemeriksaan guna memastikan semua variabel sudah termasuk dalam data.
- c) Pengkodean data, yang merupakan tahapan menerjemahkan data yang ada ke dalam bentuk angka sehingga memudahkan pemindahan ke dalam sarana penyimpanan.
- d) Cek kesalahan merupakan tahap dimana peneliti melakukan pengecekan guna memastikan bahwa langkah sebelumnya sudah diselesaikan tanpa kesalahan yang serius.
- e) Membuat struktur data merupakan langkah yang dilakukan sebelum analisa data dan dipindahkan ke dalam komputer. Cek pre-analisis komputer sebelum data dianalisis untuk mengetahui kelengkapan data. Tabulasi merupakan tahap menggambarkan atau merekapitulasi jawaban responden dengan cara tertentu.

3.7.1 Uji Koefisien Korelasi

Analisa hubungan ialah analisis yang menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan di antara dua atau lebih variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien asosiasi (korelasi). Nilai koefisien korelasi ini adalah:

Tabel 3.7 Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien	Penjelasan
+ 0,70 – ke atas	<i>A very strong positive association</i> (hubungan positif yang sangat kuat)
+ 0,50 - + 0,69	<i>A substansial positive association</i> (hubungan positif yang mantap)
+ 0,30 - + 0,49	<i>A moderate positive association</i> (hubungan positif yang sedang)
+ 0,10 - + 0,29	<i>A very strong positive association</i> (hubungan positif yang tak berarti)
0,0	<i>No association</i> (tidak ada hubungan)
-0,01 - - 0,09	<i>A negligible negative association</i> (hubungan negatif tak berarti)
-0,10 - - 0,29	<i>A low negative association</i> (hubungan negatif yang rendah)
-0,30 - - 0,49	<i>A moderate negative association</i> (hubungan negatif yang sedang)
-0,50 - - 0,59	<i>A substansial negative association</i> (hubungan negatif yang mantap)
-0,70 - - ke bawah	<i>A very strong negative association</i> (hubungan negatif yang sangat kuat)

Sumber: Bungin (2011:194)

Analisis korelasi dilakukan untuk melihat kekuatan hubungan antara kedua variabel di dalam penelitian ini, atau untuk mengetahui seberapa kuat variabel bebas (publisitas di *fanpage* Facebook resmi Ir H Joko Widodo) mempengaruhi variabel terikat (citra di mata pemilih pemula). Setelah analisis korelasi, maka penelitian dilanjutkan dengan regresi linear sederhana. Analisis regresi berbeda dengan analisis korelasi. Menurut Sugiyono (2009:60), analisis korelasi digunakan untuk mencari arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.7.2 Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan teknik analisis data penelitian kuantitatif untuk melihat seberapa besar keterikatan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sugiyono (2009:60) mengatakan bahwa analisis regresi

digunakan untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai variabel dependen, bila variabel independen diubah-ubah atau dinaik-turunkan. Regresi linier sederhana dapat ditunjukkan oleh persamaan berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan : \hat{Y} = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Intersep

b = koefisien regresi

Dalam mengolah dan menganalisis data, penelitian ini menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Data dalam penelitian ini berupa data ordinal dimana jawaban dari kuesioner bernilai 1, 2, 3, 4, dan 5 sebagai frekuensinya. Data yang telah di dapat dari responden akan diuji ke dalam pengujian instrument berupa uji validitas dan reliabilitas.

UMMN