

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI TERHADAP
ELEKTABILITAS WIDYA KANDI SUSANTI
PADA PILKADA KABUPATEN KENDAL TAHUN 2015**



TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat
Sarjana S2
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**Arvinda Hanugraheningtias
NIM. 14030113410038**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Arvinda Hanugraheningtias
NIM : 14030113410038
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Strategis

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI TERHADAP
ELEKTABILITAS WIDYA KANDI SUSANTI
PADA PILKADA KABUPATEN KENDAL TAHUN 2015**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari tesis atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 30 September 2015

Arvinda Hanugraheningtias

NIM. 14030113410038

UNIVERSITAS DIPONEGORO
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI TERHADAP
ELEKTABILITAS WIDYA KANDI SUSANTI
PADA PILKADA KABUPATEN KENDAL TAHUN 2015**

DISUSUN OLEH
ARVINDA HANUGRAHENINGTIAS
NIM. 14030113410038

Telah disetujui di depan Tim Penguji

Semarang, 30 September 2015
Pembimbing

Dr. Hedi Pudjo Santosa
NIP. 19610510.198902.1.002

UNIVERSITAS DIPONEGORO
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Nama : Arvinda Hanugraheningtias
NIM : 14030113410038
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Strategis
Judul : Pengaruh Faktor-Faktor Komunikasi terhadap
Elektabilitas Widya Kandi Susanti pada Pilkada
Kabupaten Kendal tahun 2015

Telah disetujui di depan Tim Penguji
Pembimbing Tesis

Dr. Hedi Pudjo Santosa
NIP. 19610510.198902.1.002

Ketua Program Studi

Dr. Turnomo Rahardjo
NIP.19601030.198703.1.001

UNIVERSITAS DIPONEGORO
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Nama : Arvinda Hanugraheningtias
NIM : 14030113410038
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Strategis
Judul : Pengaruh Faktor-Faktor Komunikasi terhadap
Elektabilitas Widya Kandi Susanti pada Pilkada
Kabupaten Kendal tahun 2015

Telah dipertahankan dalam sidang ujian tesis Program Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Hari : Rabu
Tanggal : 30 September 2015
Pukul : 16.00 WIB
Dan dinyatakan : LULUS

PANITIA PENGUJI

Ketua Sidang Dr. Turnomo Rahardjo (.....)

Penguji I Dr.Hapsari Dwiningtyas S. (.....)

Penguji II Dr.Hedi Pudjo Santosa (.....)

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Faktor-faktor Komunikasi terhadap Elektabilitas Widya Kandi Susanti pada Pilkada Kabupaten Kendal tahun 2015
Nama : Arvinda Hanugraheningias
NIM : 14030113410038

Pada tahun 2015 ini, akan diadakan Pilkada serentak di 16 Kabupaten/Kota di propinsi Jawa Tengah. Salah satu yang menarik adalah Pilkada Kabupaten Kendal yang diikuti oleh dua pasangan calon dan bersifat head to head. Salah satu kandidat yang akan bertarung adalah Widya Kandi Susanti, calon petahana yang merupakan Bupati Kendal tahun 2010-2015. Sebagai petahana seharusnya ia memiliki kelebihan dan dengan mudah dapat memenangkan Pilkada pada periode kedua ini. Akan tetapi, data elektabilitas Widya Kandi menunjukkan penurunan yang signifikan. Hingga April 2015, angka elektabilitasnya hanya 25,1%.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor komunikasi terhadap elektabilitas Widya Kandi Susanti pada Pilkada Kabupaten Kendal tahun 2015. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, secara eksplanatif dengan paradigma positivistik. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *value-expectancy theory* dan *information seeking behaviour*. Jawaban dari 200 responden melalui instrumen kuesioner kemudian diolah dan dianalisis regresi menggunakan SPSS 22. Setelah pengujian, terdapat empat hipotesis yang tidak terbukti yaitu pengaruh antara intensitas mengakses media massa terhadap kepercayaan kepada partai politik, pengaruh antara intensitas mengakses media massa terhadap elektabilitas kandidat, pengaruh mengakses media massa terhadap citra kandidat, dan pengaruh antara kepercayaan kepada partai politik terhadap elektabilitas kandidat.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa interaksi dengan kelompok referensi adalah variabel yang memberi pengaruh paling signifikan terhadap elektabilitas kandidat yaitu sebesar 82,8% dan variabel citra kandidat memiliki pengaruh sebesar 63,8% terhadap elektabilitas kandidat. Hasil lain yang menarik adalah pengaruh terpaaan berita di media sosial yang mampu memengaruhi elektabilitas kandidat sebesar 73,5%. Sedangkan variabel intensitas mengakses media massa dan kepercayaan kepada partai politik tidak berpengaruh terhadap elektabilitas kandidat.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan lain yang menarik, antara lain bahwa citra kandidat sangat memengaruhi elektabilitas kandidat *incumbent* dibandingkan dengan informasi dari media massa dan munculnya media sosial sebagai sumber informasi baru karena adanya faktor mudah dan murah diakses serta memungkinkan pemilihan dan pemilahan informasi sesuai dengan *image of reality* seseorang. Penelitian ini membuktikan bahwa *value expectancy theory* dan *information seeking behaviour* dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh antarvariabel komunikasi dalam konteks komunikasi politik.

Kata kunci : elektabilitas, media, keyakinan, evaluasi, pemrosesan informasi

ABSTRACT

In 2015, elections will be held simultaneously in 16 regencies / cities in Central Java province. One of the highlights are the elections of Kendal, followed by two pairs of candidates and head to head. One of the candidates who will fight is Widya Kandi Susanti, which is the incumbent candidate Kendal regent 2010-2015. As the incumbent, she should have many advantages and can easily win elections in this second period. However, the electability data of Widya Kandi showed a significant decrease. Until April 2015, the figure is only has 25.1% .

The objectives of this research is to determine the influence of communication factors to Widya Kandi Susanti's electability at Kendal Regency Election in 2015. The method used is quantitative method, as an explanatory paradigm positivistic. The theory used in this study adalah value-expectancy theory and information seeking behavior. Answers from 200 respondents through the questionnaire is then processed and analyzed using SPSS regression 22. After the test, there are four hypotheses are not proved that the influence of the intensity of the trust mass media access to political parties, the influence of the intensity of the mass media access to candidates elektabilitas, influence access the mass media on the image of the candidate, and the influence of trust to the political party of the candidate elektability.

Results of this study stated that the interaction with the reference group is the most significant variable of candidates electability, that is equal to 82.8% and variable image of the candidate have 63.8% effect to candidate's electability. Another interesting result is the influence of news exposure in social media has effect to the electability for 73.5%. While intensity to the mass media and trust to political parties does not affect the candidate's electability.

This research produced several other interesting topics to be discussed, among others, that the image of the candidate strongly influence the electability .candidate incumbent compared with information from the mass media and the rise of social media as a source of new information due to factors easily and cheaply accessible and allows the selection and sorting of information according to the image of reality person. This study proves that the value expectancy theory and information seeking behavior can be used to analyze the influence of communication factors to candidate's electability in context of political communication.

Keywords: electability, media, beliefs, evaluations, information processing

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor komunikasi terhadap elektabilitas kandidat dalam Pilkada. Menariknya, Pilkada di Kabupaten Kendal yang akan diikuti oleh dua pasang calon, di mana salah satunya adalah kandidat petahana. Selain itu, kedua kandidat ini memiliki kesamaan sebagai berikut : 1) kedua calon Bupati adalah dokter perempuan, memiliki latar belakang sebagai politisi sebelum mencalonkan diri, dan 2) kedua calon wakil bupati adalah laki-laki, berasal dari kelompok Nahdatul Ulama dan lama tidak tinggal di wilayah Kabupaten Kendal. Sebagai calon petahana, Widya Kandi Susanti seharusnya memiliki banyak keuntungan, misalnya mampu membangun citra dirinya selama lima tahun menjabat. Akan tetapi kenyataannya, elektabilitasnya terus menurun.

Bab 2 berisi mengenai gambaran umum Kabupaten Kendal dalam Pilkada tahun 2015. Bab ini menjelaskan kondisi politik dan isu yang berkembang di Kabupaten Kendal terkait dengan proses Pilkada yang akan berlangsung 9 Desember 2015 nanti. Peneliti menjabarkan perolehan suara pada Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden tahun 2014 yang lalu sebagai gambaran mengenai kekuatan politik yang ada.

Analisis deskriptif disajikan dalam bab 3, yang meliputi identitas pribadi responden penelitian (umur, jenis kelamin, pekerjaan). Selanjutnya, bab ini juga menjabarkan proses uji validitas dan reliabilitas serta hasil setiap indikator yang ditanyakan dalam kuesioner. Indikator tersebut mewakili variabel intensitas mengakses media massa, terpaan berita di media sosial, kepercayaan kepada partai politik, persepsi mengenai proses Pilkada, citra kandidat, interaksi dengan kelompok referensi, dan elektabilitas kandidat. Untuk keperluan analisis regresi, ditampilkan juga hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Setelah semua asumsi terpenuhi maka dapat dilakukan analisis regresi.

Bab 4 menyajikan hasil uji hipotesis penelitian yang terdiri dari 12 hipotesis ditambah dengan penjelasan terkait teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk masing-masing hipotesis. Hasilnya, variabel interaksi dengan kelompok referensi memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap variabel elektabilitas kandidat. Variabel citra kandidat juga memiliki pengaruh yang besar, terutama untuk kandidat petahana seperti dalam penelitian ini. Beberapa temuan menarik yang dapat dijadikan bahan diskusi adalah lemahnya pengaruh intensitas mengakses media massa terhadap elektabilitas kandidat dalam Pilkada, munculnya media sosial sebagai sumber informasi politik dan tempat diskusi politik yang dipercaya oleh banyak orang, dan kuatnya pengaruh kelompok referensi terhadap elektabilitas kandidat. Selanjutnya, bab 5 menyajikan kesimpulan dan implikasi serta rekomendasi dari penelitian ini. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 30 September 2015

Arvinda Hanugraheningtias

ACKNOWLEDGEMENT

Banyak pembelajaran kehidupan yang telah diberikan Allah melalui perantara makhlukNya di muka bumi. Saya bersyukur lebih banyak dikelilingi, bahkan hampir selalu, orang-orang baik sehingga pemikiran dan perilaku positifnya mendukung saya untuk berproses menjadi makhluk yang lebih baik. Perkenankan saya menyampaikan terima kasih secara khusus kepada beliau-beliau :

1. **Dr. Hedi Pudjo Santosa**, selaku dosen pembimbing, saya mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan pembelajaran hidup yang diberikan. Semoga ada kesempatan lain untuk *ngangsu kawruh* kepada mas Hedi. Semoga keberkahan, kesehatan, kesejahteraan, kebahagiaan selalu dilimpahkan Allah untuk mas Hedi dan keluarga.
2. **Dr. Turnomo Rahardjo** dan **Dr.Hapsari Dwiningtyas Sulistyani**, selaku dosen penguji. Terima kasih Mas Harjo untuk pembelajaran yang sangat baik, kesabaran, komitmen, dan loyalitas kepada profesi yang dicontohkan selama saya menempuh pendidikan sarjana dan pascasarjana. Terima kasih Mbak Tyas, sudah menginspirasi saya dengan kecerdasan, kebaikan, dan *way of life* -nya, Semoga nanti ada kesempatan sehingga saya lebih banyak belajar dari Mbak Tyas. Terima kasih atas masukan dan tantangan yang diberikan sehingga tesis ini menjadi layak untuk diluluskan.
3. **Bulan Prabawani, Ph.D**, selaku dosen yang menginspirasi saya karena kecerdasan, kebaikan, kesederhanaan dan kerendahhatian. Semoga kesehatan, kebahagiaan, kesejahteraan, dan keberkahan selalu terlimpah untuk Bu Bulan sehingga bisa terus menginspirasi.
4. **I Made Andi Arsana, Ph.D** untuk kebaikan hati dan inspirasinya. Terima kasih Pak Andi atas prinsip hidup yang dibagikan, bahwa berbuat baik kepada orang lain sejatinya menanam kebaikan untuk diri sendiri. Semoga Bapak mampu menginspirasi lebih banyak orang lagi. Salam untuk Bu Asti dan Lita.

5. **Orang tua dan kedua adik saya**, terima kasih sudah menjadi penyemangat saya yang sungguh luar biasa, tanpa pamrih dan tanpa putus asa. Semoga Mbak Vinda selalu bisa berusaha membahagiakan dan membanggakan Papa, Mama, Yank Dea dan Ica ya.
6. **Hananto Budi Pratomo**, my enormous *development partner*. Terima kasih sudah menjadi suami yang sangat baik dan tidak patriarkis, sayang.
7. Teman-teman konsentrasi **Komunikasi Strategis MIKOM Undip angkatan VI** yang penuh cerita. Terima kasih sudah berbagi semangat, pengalaman, dan inspirasi selama kita bersama. Semoga kita bisa bertemu di kesempatan yang lebih baik.
8. Dosen-dosen jurusan Ilmu Komunikasi Undip : **Mas Tand** (terima kasih untuk menjadi sosok yang begitu baik ya mas), **Mas Jojo** (terima kasih sudah berbagi banyak inspirasi semenjak kuliah di program sarjana. Semoga usaha dan kesehatannya semakin membaik ya mas), **Mbak Elin** (semoga sehat dan diberi keberkahan rezeki, *as always* ya Mbak)
9. **Prio Hananto** senior saya di MIKOM dan **Mbak Praba Dottie Mumpuni KS VI**, Terima kasih untuk diskusi yang tidak terbayangkan sebelumnya.
10. Staf pengajaran di MIKOM : **Mbak Febri, Mbak Eti, Mas Priyo, Mas Totok, Mas Widi, Mas Taufik, Mas Adi**. Terima kasih untuk selalu membantu dengan tangan terbuka. Semoga kesehatan, kebahagiaan, kesejahteraan, dan keberkahan selalu terlimpah untuk Mas dan Mbak semua.

Semarang, 30 September 2015

Arvinda Hanugraheningtias

MOTTO

Work Smart. Pray Hard. SHARE MUCH.

**Pemenang kehidupan adalah orang yang tetap sejuk di tempat panas,
tetap manis di tempat pahit, tetap merasa kecil meskipun telah besar,
dan tetap hebat di tengah badai yang paling hebat**

People Know You Are Good, if You Are Good

Dia yang berlutut di hadapan Tuhan, dapat berdiri di hadapan siapapun

**Kalau setiap harapan kita langsung dikabulkan, kita tak pernah tahu
indahnyanya mendekati Allah dengan jutaan doa dan amalan**

**Pilih pasangan dengan bijak, ada hak-hak anakmu kelak
yang dipertaruhkan**

**JANGAN KHAWATIR, AKU DI SINI BERSAMAMU
(Q.S. 2 : 214, QS. 2 :186)**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
<i>ACKNOWLEDGEMENT</i>	x
HALAMAN MOTTO	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Rumusan Masalah	19
1.3	Tujuan Penelitian	21
1.4	Kegunaan Penelitian	21
	1.4.1 Kegunaan Akademis	21
	1.4.2 Kegunaan Praktis	21
	1.4.3 Kegunaan Sosial	21
1.5	Kerangka Pemikiran Teoritis	22
	1.5.1 <i>State of The Art</i>	22
	1.5.2 <i>Research Gap</i>	29
	1.5.3 Paradigma.....	29
	1.5.4 Deskripsi Teori.....	31
	1.5.4.1 Intensitas Mengakses Media Massa	43
	1.5.4.2 Terpaan Berita di Media Sosial.....	45
	1.5.4.3 Interaksi dengan Kelompok Referensi	48
	1.5.4.4 Kepercayaan kepada Partai Politik.....	54
	1.5.4.5 Persepsi terhadap Proses Pilkada	56
	1.5.4.6 Citra Kandidat	59
	1.5.4.7 Elektabilitas	61
1.6	Visualisasi Hubungan antarvariabel	70
1.7	Hipotesis Penelitian	70
1.8	Definisi Konseptual	71
	1.8.1 Intensitas Mengakses Media Massa	71
	1.8.2 Terpaan Berita di Media Sosial.....	72
	1.8.3 Interaksi dengan Kelompok Referensi	72
	1.8.4 Kepercayaan kepada Partai Politik	72
	1.8.5 Persepsi terhadap Proses Pilkada	73
	1.8.6 Citra Kandidat	73
	1.8.7 Elektabilitas	73
1.9	Definisi Operasional	73
	1.9.1 Intensitas Mengakses Media Massa	73
	1.9.2 Terpaan Berita di Media Sosial.....	74

1.9.3	Interaksi dengan Kelompok Referensi	74
1.9.4	Kepercayaan kepada Partai Politik	75
1.9.5	Persepsi terhadap Proses Pilkada	75
1.9.6	Citra Kandidat	76
1.9.7	Elektabilitas	76
1.10	Metode Penelitian	76
1.10.1	Tipe Penelitian	77
1.10.2	Populasi dan Sampel	77
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampel	78
1.10.4	Jenis dan Sumber Data	78
1.10.5	Skala Pengukuran	79
1.10.6	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	79
1.10.7	Instrumen Penelitian	79
1.10.8	Teknik Analisis Data	80
1.10.9	Kualitas Penelitian	80
1.11.	Keterbatasan Penelitian	81
 BAB II PROFIL KABUPATEN KENDAL DALAM PILKADA 2015		83
2.1	Gambaran Umum Kabupaten Kendal	83
2.2	Kondisi politik Kabupaten Kendal tahun 2014-2015	90
2.3	Proses Pilkada Kabupaten Kendal tahun 2015	102
2.4	Profil Calon Bupati pada Pilkada Kabupaten Kendal tahun 2015	104
 BAB III ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN		109
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pertanyaan.....	109
3.1.1	Uji Validitas Variabel Penelitian	110
3.1.2	Reliabilitas Instrumen Penelitian	115
3.2	Identitas Responden Penelitian	116
3.2.1	Jenis Kelamin Responden	116
3.2.2	Usia Responden.....	117
3.2.3	Agama Responden	118
3.2.4	Tingkat Pendidikan Responden	119
3.2.5	Jenis Pekerjaan Responden	120
3.3	Variabel Penelitian	121
3.3.1	Intensitas Mengakses Media Massa.....	123
3.3.2	Terpaan Berita di Media Sosial.....	133
3.3.3	Interaksi dengan Kelompok Referensi.....	139
3.3.4	Kepercayaan kepada Partai Politik	154
3.3.5	Persepsi terhadap Proses Pilkada	165
3.3.6	Citra Kandidat	168
3.3.7	Elektabilitas	177
3.4	Uji Asumsi Klasik.....	180
3.4.1	Uji Multikolonieritas.....	182
3.4.2	Uji Autokorelasi.....	191
3.4.3	Uji Heteroskedatisitas	197
3.4.4	Uji Normalitas.....	198

BAB IV ANALISIS PENGARUH ANTARVARIABEL	201
4.1 Pengujian Hipotesis.....	202
4.2 Hasil Analisis Hipotesis	204
4.2.1 Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa terhadap Kepercayaan kepada Partai Politik.....	209
4.2.2 Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa terhadap Persepsi terhadap Proses Pilkada.....	216
4.2.3 Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa terhadap Citra Kandidat.....	220
4.2.4 Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial terhadap Kepercayaan kepada Partai Politik.....	227
4.2.5 Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial terhadap Persepsi terhadap Proses Pilkada.....	232
4.2.6 Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial terhadap Citra Kandidat.....	235
4.2.7 Pengaruh Kepercayaan kepada Partai Politik terhadap Elektabilitas Kandidat	238
4.2.8 Pengaruh Persepsi terhadap Proses Pilkada terhadap Elektabilitas Kandidat.....	245
4.2.9 Pengaruh Citra Kandidat terhadap Elektabilitas Kandidat	248
4.2.10 Pengaruh Interaksi dengan Kelompok Referensi terhadap Elektabilitas Kandidat	250
4.2.11 Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa terhadap Elektabilitas Kandidat	254
4.2.12 Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial terhadap Elektabilitas Kandidat	256
4.3 Hasil Penelitian	259
4.4 Diskusi Hasil Penelitian	260
 BAB V PENUTUP	 278
5.1 Kesimpulan	278
5.2 Implikasi.....	279
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	279
5.2.2 Implikasi Praktis	280
5.2.3 Implikasi Sosial	281
5.3 Rekomendasi	281
5.3.1 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	281
5.3.2 Rekomendasi untuk Partai Politik	282
5.3.3 Rekomendasi untuk Tim Sukses	282
5.3.4 Rekomendasi untuk Calon kandidat	282
 DAFTAR PUSTAKA	 xxiii
LAMPIRAN	xxxi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Karakteristik Pendekatan Kuantitatif	30
Tabel 2.1	Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Kendal.....	56
Tabel 2.2	Jumlah Penduduk Kabupaten Kendal.....	86
Tabel 2.3	Penduduk Berdasarkan Rumah Tangga dan Jenis Kelamin..	86
Tabel 2.5	Jumlah Keluarga Pra-Sejahtera	89
Tabel 2.6	Jumlah Penduduk Berdasarkan Pemeluk Agama.....	90
Tabel 2.7	Rincian Hasil Perolehan Suara Pemilukada Kendal 2010.....	99
Tabel 2.8	Jadwal Penyelenggaraan Pilkada Kabupaten Kendal tahun 2015	102
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Tahap 1	110
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Tahap 2.....	113
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	116
Tabel 3.4	Skala Pengukuran Likert 1-4.....	121
Tabel 3.5	Daftar Indikator Pertanyaan	122
Tabel 3.6	Frekuensi Mengakses Media Sosial	133
Tabel 3.8	Pemahaman atas Berita Politik di Media Sosial.....	137
Tabel 3.9	Narasumber di Media Sosial	137
Tabel 3.10	Kredibilitas Media Sosial yang Diakses.....	138
Tabel 3.11	Frekuensi Interaksi Kelompok Referensi.....	141
Tabel 3.12	Waktu Khusus untuk Berinteraksi dengan Kelompok Referensi.....	142
Tabel 3.13	Durasi Interaksi dengan Kelompok Referensi	143
Tabel 3.14	Kemampuan Pemimpin dalam Kelompok Referensi.....	143
Tabel 3.15	Kinerja Pemimpin dalam Kelompok Referensi	144
Tabel 3.16	Latar Belakang Pemimpin dalam Kelompok Referensi.....	145
Tabel 3.17	Latar Belakang Kelompok Referensi	145
Tabel 3.18	Tingkat Kebenaran Peraturan dalam Kelompok Referensi...	146
Tabel 3.19	Tingkat Kesukaan terhadap Peraturan dalam Kelompok.....	146
Tabel 3.20	Penggunaan Aturan Kelompok dalam Mengambil Keputusan	147
Tabel 3.21	Tingkat Pentingnya Aturan Kelompok Referensi	148
Tabel 3.22	Pendapat Mengenai Aturan dalam Kelompok Referensi	148
Tabel 3.23	Persetujuan terhadap Aturan Kelompok Referensi	149
Tabel 3.24	Pendapat mengenai Aturan Kelompok adalah yang Paling Baik	149
Tabel 3.25	Dukungan terhadap Aturan Kelompok Referensi	150
Tabel 3.26	Kepatuhan terhadap Aturan Kelompok Referensi	150
Tabel 3.27	Perasaan saat Tidak Mematuhi Peraturan Kelompok.....	150
Tabel 3.28	Kepatuhan terhadap Perintah Pemimpin dalam Kelompok Referensi.....	151
Tabel 3.29	Kepuasan terhadap Kelompok Referensi.....	152
Tabel 3.30	Penggunaan Aturan Kelompok ketika Ada Masalah	152
Tabel 3.31	Kecenderungan berperilaku Sama dengan Anggota Lain dalam Kelompok Referensi	152

Tabel 3.32	Pengaruh Kelompok terhadap Pengambilan Keputusan	153
Tabel 3.33	Keyakinan Berdasarkan Aturan Kelompok	153
Tabel 3.34	Pendapat dan Informasi dalam Kelompok	154
Tabel 3.35	Pendapat mengenai Kepemimpinan Widya Kandi	169
Tabel 3.36	Penilaian atas Kepedulian Widya Kandi sebagai Pemimpin	169
Tabel 3.37	Sikap mengenai Pentingnya Faktor Kejujuran sebagai Seorang Pemimpin	170
Tabel 3.38	Sikap mengenai Pentingnya Gelar Akademik sebagai Seorang Pemimpin	170
Tabel 3.39	Sikap mengenai Pentingnya Faktor Kesopanan sebagai Seorang Pemimpin	171
Tabel 3.40	Pendapat tentang Pemimpin Laki-laki	172
Tabel 3.41	Pendapat tentang Pemimpin Perempuan	172
Tabel 3.42	Penilaian bahwa Pemimpin Perempuan harus Berjilbab	172
Tabel 3.43	Sikap mengenai Pentingnya Faktor Pengalaman sebagai Seorang Pemimpin	173
Tabel 3.44	Sikap mengenai Pentingnya Faktor Keutuhan Keluarga sebagai seorang Pemimpin	174
Tabel 3.45	Sikap mengenai Pentingnya Faktor Dukungan Keluarga sebagai seorang Pemimpin	174
Tabel 3.46	Penilaian atas Kebijakan Widya Kandi (berpihak kepada rakyat)	175
Tabel 3.47	Penilaian atas Kebijakan Widya Kandi (menguntungkan masyarakat)	176
Tabel 3.48	Kepuasan terhadap Kebijakan Widya Kandi selama Menjabat	176
Tabel 3.48	Hasil Uji Multikolonieritas X1,X2,X3,X4,X5,X6 terhadap Y berdasarkan Matrix Korelasi	184
Tabel 3.49	Hasil Uji Multikolonieritas X1,X2,X3,X4,X5,X6 terhadap Y berdasarkan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	184
Tabel 3.50	Hasil Uji Multikolonieritas X3,X4,X5,X6, Y terhadap X2 berdasarkan Matrix Korelasi	185
Tabel 3.51	Hasil Uji Multikolonieritas X3,X4,X5,X6, Y terhadap X2 berdasarkan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	185
Tabel 3.52	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X4,X5,X6, Y terhadap X3 berdasarkan Matrix Korelasi	186
Tabel 3.53	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X4,X5,X6, Y terhadap X3 berdasarkan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	186
Tabel 3.54	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X3,X5,X6, Y terhadap X4 berdasarkan Matrix Korelasi	187
Tabel 3.55	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X3,X5,X6, Y terhadap X4 berdasarkan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	187

Tabel 3.56	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X3 X4,X6,Y terhadap X5 berdasarkan Matrix Korelasi.....	188
Tabel 3.57	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X3 X4,X6,Y terhadap X5 berdasarkan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)....	189
Tabel 3.58	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X3,X4,X5,Y terhadap X6 berdasarkan Matrix Korelasi.....	190
Tabel 3.59	Hasil Uji Multikolonieritas X2,X3,X4,X5,Y terhadap X6 berdasarkan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)...	190
Tabel 3.60	Tabel Uji Statistik Durbin-Watson (nilai statistik Durbin Watson)	192
Tabel 3.61	Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson untuk X1, X2, X3, X4, X5, X6 terhadap Y	193
Tabel 3.62	Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson untuk X2, X3, X4, X5, X6, Y terhadap X1	193
Tabel 3.63	Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson untuk X1, X3, X4, X5, X6, Y terhadap X2	194
Tabel 3.64	Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson untuk X1, X2, X4, X5, X6, Y terhadap X3	194
Tabel 3.65	Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson untuk X1, X2, X3, X5, X6, Y terhadap X4	195
Tabel 3.66	Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson untuk X1, X2, X3, X4, X6, Y terhadap X5	195
Tabel 3.67	Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson untuk X1, X2, X3, X4, X5, Y terhadap X6	196
Tabel 3.68	Hasil Uji Glesjer.....	198
Tabel 3.69	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	200
Tabel 4.1	Makna Koefisien Korelasi.....	203
Tabel 4.2	Nilai R-Square Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Kepercayaan kepada Partai Politik (X4).....	211
Tabel 4.3	Koefisien Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Kepercayaan kepada Partai Politik (X4).....	213
Tabel 4.4	Nilai R-Square Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Persepsi mengenai Proses Pilkada (X5)	217
Tabel 4.5	Koefisien Square Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Persepsi mengenai Proses Pilkada (X5)	217
Tabel 4.6	Nilai R-Square Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Citra Kandidat (X6)	222
Tabel 4.7	Koefisien Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Citra Kandidat (X6)	223
Tabel 4.8	Nilai R-Square Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial (X2) terhadap Kepercayaan kepada Partai Politik (X4)	228
Tabel 4.9	Koefisien Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial (X2) terhadap Kepercayaan kepada Partai Politik (X4)	230
Tabel 4.10	Nilai R-Square Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial (X2) terhadap Persepsi mengenai Proses Pilkada (X5)	232

Tabel 4.11	Koefisien Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial (X2) terhadap Persepsi mengenai Proses Pilkada (X5)	233
Tabel 4.12	Nilai R-Square Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial (X2) terhadap Citra Kandidat (X6).....	236
Tabel 4.13	Koefisien Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial (X2) terhadap Citra Kandidat (X6).....	237
Tabel 4.14	Nilai R-Square Pengaruh Kepercayaan kepada Partai Politik (X4) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y)	242
Tabel 4.15	Koefisien Pengaruh Kepercayaan kepada Partai Politik (X4) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y)	243
Tabel 4.16	Nilai R-Square Pengaruh Persepsi mengenai Proses Pilkada (X5) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y)	246
Tabel 4.17	Koefisien Pengaruh Persepsi mengenai Proses Pilkada (X5) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y)	247
Tabel 4.18	Nilai R-Square Pengaruh Citra Kandidat (X6) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y).....	248
Tabel 4.19	Koefisien Pengaruh Citra Kandidat (X6) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y).....	249
Tabel 4.20	Nilai R-Square Pengaruh Interaksi dengan Kelompok Referensi (X3) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y)	251
Tabel 4.21	Koefisien Pengaruh Interaksi dengan Kelompok Referensi (X3) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y).....	253
Tabel 4.22	Nilai R-Square Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y)	254
Tabel 4.23	Koefisien Pengaruh Intensitas Mengakses Media Massa (X1) terhadap Elektabilitas Kandidat (Y)	255
Tabel 4.24	Nilai R-Square Terpaan Berita di Media Sosial (X2) terhadap Elektabilitas (Y)	
Tabel 4.25	Koefisien Pengaruh Terpaan Berita di Media Sosial terhadap Elektabilitas (Y)	256
Tabel 4.26	Hasil Uji Hipotesis Penelitian	259

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Grafik Elektabilitas Widya Kandi Susanti.....	10
Gambar 1.2.	Model Citra Bill Canton	40
Gambar 1.3.	Model Citra John S.Nimpoeno	59
Gambar 2.1.	Peta Wilayah Kabupaten Kendal.....	85
Gambar 2.2.	Perolehan Suara pada Pileg 2014 untuk wilayah Kendal 1	91
Gambar 2.3.	Perolehan Suara pada Pileg 2014 untuk wilayah Kendal 2	91
Gambar 2.4.	Perolehan Suara pada Pileg 2014 untuk wilayah Kendal 3	92
Gambar 2.5.	Perolehan Suara pada Pileg 2014 untuk wilayah Kendal 4	93
Gambar 2.6.	Perolehan Suara pada Pileg 2014 untuk wilayah Kendal 5	94
Gambar 2.7.	Perolehan Suara pada Pileg 2014 untuk wilayah Kendal 6	95
Gambar 2.8.	Perolehan Suara pada Pileg 2014 untuk wilayah Kendal (akumulatif)	96
Gambar 2.9.	Jumlah Kursi Setiap Partai di DPRD Kabupaten Kendal tahun 2014-2019.....	96
Gambar 2.10.	Jumlah Suara Setiap Partai untuk DPR-RI di Kabupaten Kendal tahun 2014-2019	97
Gambar 2.11	Tampilan Website Pribadi Mirna Annisa.....	108
Gambar 3.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	117
Gambar 3.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden.....	118
Gambar 3.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Agama	118
Gambar 3.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	119
Gambar 3.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	120
Gambar 3.6	Frekuensi Mengakses Media Massa.....	123
Gambar 3.7	Penjelasan mengenai Frekuensi Mengakses Media Massa	124
Gambar 3.8	Durasi Mengakses Media Massa.....	124
Gambar 3.9	Tanggapan mengenai Pentingnya Kredibilitas Media Massa	125
Gambar 3.10	Tanggapan mengenai Pentingnya Kredibilitas Sumber Pesan di Media Massa.....	126
Gambar 3.11	Pemahaman terhadap Berita di Media Massa	127
Gambar 3.12	Daya Ingat terhadap Berita di Media Massa	128
Gambar 3.13	Tanggapan mengenai Keberpihakan Media	129
Gambar 3.14	Tanggapan mengenai Akibat dari Penggunaan Media Massa.....	130
Gambar 3.15	Penilaian atas Berita di Media Massa.....	131
Gambar 3.16	Penggunaan Media Massa sebagai Sumber Informasi.....	132
Gambar 3.17	Tanggapan mengenai Kelengkapan Informasi di Media Massa	132
Gambar 3.18	Tanggapan mengenai Kebenaran Informasi di Media Massa	133
Gambar 3.19	Frekuensi Mengakses Media Sosial	135
Gambar 3.20	Durasi Mengakses Media Sosial	136
Gambar 3.21	Organisasi yang Diikuti oleh Responden	139
Gambar 3.22	Penjelasan Berbagai Organisasi yang Diikuti oleh Responden.....	140
Gambar 3.23	Pentingnya Visi Misi sebuah Partai Politik.....	155
Gambar 3.24	Pengetahuan atas Visi Misi Partai Politik	156
Gambar 3.25	Sikap terhadap Visi Misi PDIP	119
Gambar 3.26	Pengetahuan akan Rekam Jejak PDIP.....	158

Gambar 3.27 Sikap terhadap Rekam Jejak PDIP	159
Gambar 3.28 Penggunaan Pengetahuan Rekam Jejak terhadap Pengambilan Keputusan dalam Pilkada	160
Gambar 3.29 Pengetahuan akan Rekam Jejak Kader PDIP	161
Gambar 3.30 Sikap terhadap Rekam Jejak Kader PDIP	162
Gambar 3.31 Dukungan terhadap Partai Politik.....	163
Gambar 3.32 Dukungan terhadap PDIP	163
Gambar 3.33 Rasa Bangga terhadap PDIP.....	164
Gambar 3.34 Pengetahuan akan Pilkada Kabupaten Kendal tahun 2015	165
Gambar 3.35 Sikap terhadap Pilkada Kabupaten Kendal tahun 2015	166
Gambar 3.36 Proses Pencarian Informasi seputar Pilkada Kabupaten Kendal...	167
Gambar 3.37 Pengetahuan mengenai Tata Cara Memilih.....	167
Gambar 3.38 Pendapat mengenai Pemimpin Perempuan	177
Gambar 3.39 Tanggapan mengenai Sosok Widya Kandi	178
Gambar 3.40 Pendapat jika Widya Kandi Mencalonkan Diri Kembali	179
Gambar 3.41 Kemungkinan Dukungan kepada Widya Kandi.....	180
Gambar 3.42 Histogram Hasil Uji Normalitas.....	199
Gambar 3.43 Hasil Uji Normalitas dalam Grafik Normal	199

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabel Induk
- Lampiran 3. Izin Penelitian