



**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *POSITIONING*
POLITIC TERHADAP PERILAKU MEMILIH PEMILIH
PEMULA DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KOTA
PAYAKUMBUH 2017**

**(Studi Kasus Pada Pemilih Pemula di Kecamatan Payakumbuh
Barat Kota Payakumbuh Sumatera Barat)**

Skripsi

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Pendidikan
Strata 1 Departemen Politik dan Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Indah Permata Ayunda

14010114120003

Departemen Politik dan Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Semarang

2018



**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *POSITIONING*
POLITIC TERHADAP PERILAKU MEMILIH PEMILIH
PEMULA DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KOTA
PAYAKUMBUH 2017**

**(Studi Kasus Pada Pemilih Pemula di Kecamatan Payakumbuh
Barat Kota Payakumbuh Sumatera Barat)**

Skripsi

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Pendidikan
Strata 1 Departemen Politik dan Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Indah Permata Ayunda

14010114120003

**Departemen Politik dan Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Semarang

2018

PENGESAHAN

Judul Skripsi :Pengaruh *Personal Branding* dan *Positioning Politic* Terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Payakumbuh Tahun 2017 (Studi Kasus Pemilih Pemula di Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh Sumatera Barat)

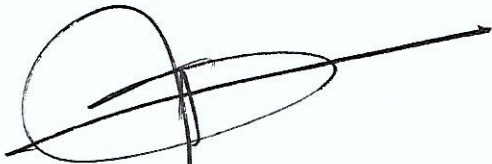
Nama Penyusun :Indah Permata Ayunda

Departemen :Politik dan Pemerintahan

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang,31 Mei 2018

Dekan



Drs. Sunarto, MSi
NIP 19660727.19903.1.001

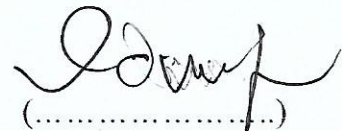
Wakil Dekan I



Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si
NIP. 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Drs. Edi Santosa, SU



(.....)

Dosen Penguji :

1. Dra. Fitriyah, MA
2. Drs. Suwanto Adhi, SU
3. Dr. Drs. Edi Santosa, SU



(.....)
(.....)
(.....)

Halaman Keaslian Penelitian

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Indah Permata Ayunda
NIM : 14010114120003
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Politik dan Pemerintahan

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *POSITIONING POLITIC* TERHADAP PERILAKU MEMILIH PEMILIH PEMULA DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KOTA PAYAKUMBUH 2017 (Studi Kasus Pada Pemilih Pemula di Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh Sumatera Barat)**

adalah benar – benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Mei 2018

Pembuat Pernyataan,



Indah Permata Ayunda

NIM: 14010114120003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Lulus ngga sesuai target ngga apa-apa, tapi yang penting finish your kuliah and get your degree”

“ I was determined to finish what I started”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Secara khusus kepada ibuk dan ayah tercinta yang tak pernah lelah membesarkan Indah dengan penuh kasih sayang, terimakasih atas doa dan semua pengorbanan, terimakasih telah mengantarkan Indah hingga titik sejauh ini.
2. Uda uda kanduang Hasnul Fuad Eldhawan, Hasnil Rizki Eldhawan, Alm. Hasnal Faridh Eldhawan, terimakasih atas perhatian, dukungan, kasih sayang selama ini, indah sayang uda.
3. Alm datuk Islami Kamin, almh nenek Farida , Alm datuk mudiak dan Almh nenek ibo, terimakasih untuk kasih sayang kepada indah selama ini.
4. Kakak ipar tercinta, kak Wewen yang telah memberikan motivasi, bimbingan skripsi gratis dan kak Fera yang selalu menyemangati supaya semangat selalu
5. Ponakan tersayang Hanum dan Athayya, semoga cepat besar.
6. Keluarga Besar Islami Farida (Mami epa, Om Imam, Ante Deli, Om Imet, Om Ngulu, Ante Dewi, Uncu, Om Samsu, Kak Sari, Uda Yoza, Kak Ima, Uda Dani, Bang Fajar, Keke, Bang Bayu, Bang Budi, Bang Wahyu, Kak Putri, Yunda).
7. Seseorang yang tidak ingin disebutkan namanya yang mengajariku untuk tidak lembek jadi orang dan tidak manja, dengan kesabaran yang selalu mendukungku.

8. Sahabat tercinta, Yuliana Zasti, Bobby Maulana, dan Tulus Azralfi. Terimakasih atas semangat serta canda tawa kita selama ini, walau kita LDR, Bali, Semarang, Jakarta, Padang, susah senang pernah kita rasakan bersama, semoga kita semua berada pada titik kesuksesan.
9. Adiak Nur Sindy Oktavia, terima kasih untuk selama ini, kita dulu SMA Bareng, satu kamar kosan, ketemu di undip lagikita sudah seperti saudara, sukses selalu diak.
10. Teman angkatan 2014 Diposmansaki (Hesti, Vifin, Uji, Zelin), Masuk Undip bareng keluarnya sendiri sendiri, terimakasih atas keseruan dan kegilaan kita selama ini, semoga kita sukses.
11. Anak Diposmansaki (da aris, da ipan, da randi, da yoga, da putra, da dion, kak ica, kak dita, kak etu, kak elan, kak delita, kak wiwi, kak rila, hesti, uji, vifin, zelin, raka, sindy, tiana, wilfa, suci, siva). Terimakasih telah memberikan banyak tawa dan kenangan selama di Semarang.
12. Anak kosan neneks house lantai dua, alumni dan yang masih *stay* (indri, fatmala, kak rani, kak ratna, kak etu, kak endang, kak lintang, kak dani, kak delita, kak elan, zul, kak ica, devita, sindy, wilfa, inces nana, opet, suci, siva, hesti, uji, kak anif, alif, anjani, tina, ledy, mbak firdha), tanpa meraka kosan neneks house sepi, terimakasih untuk selama ini, susah senang kita hadapi bersama, banyak cerita yang telah kita lalui, kosan ternyaman di Tembalang.
13. Gov Family Book (Dwi Lestari, Dianti Shobri Fahmida, Nida Ulfa, Pradita Tyas Putri Andari, Neli Herlina, Azmi Anti Mutiah, Lufi Risa, Mutiara Kasih Ananda, Denis Sitio, Athalia Endry chrisnurlenawati, Nawangsih Sekarwidhi, Rahmawati Zania, Putri Lelana) yang selalu memberi semangat dan dukungan serta canda tawa yang sangat mengesankan selama masa perkuliahan, susah senang dirasakan bersama. Terimakasih buat kalian semua, semoga kita semua berada pada titik kesuksesan.
14. Terimakasih wibisono, atas keseruan dan kekocakan selama ini, nonton bareng, motekar lovers. Tembalang punya cerita tersendiri.

15. Terimakasih burjo motekar , burjo uuk ambon, warteg pelangi, ketoprak bunderan, fotocopy bunderan
16. Teman-teman KKN Desa Pegongsoran terimakasih telah bersedia membagikan pengalaman yang sangat berharga.
17. Angkatan Ilmu Pemerintahan 2014 terimakasih telah memberikan banyak kenangan indah selama ini, dan terima kasih atas segala bantuan yang kalian berikan.

ABSTRAK

Pilkada secara langsung oleh rakyat mulai dilaksanakan pada tahun 2005 berdasarkan Undang-Undang nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Perilaku masyarakat itu dapat dilihat ketika masyarakat tersebut ikut berpartisipasi dalam pemilu, dalam konteks ini partisipasi masyarakat dalam pilkada. Bagian dari pemilih adalah pemilih pemula yang dalam menetapkan pilihan cenderung lebaill atau mudah berubah tergantung informasi yang diperoleh. Perilaku memilih banyak dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah *personal branding* dan *positioning politic*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal branding* (X_1) dan *positioning politic* (X_2) terhadap perilaku memilih pemilih pemula (Y) di Kecamatan Payakumbuh Barat dalam pilkada Kota Payakumbuh tahun 2017.

Hasil dan pembahasan: analisis kuantitatif, *Personal branding* tidak berpengaruh terhadap perilaku memilih pemilih pemula sedangkan *positioning politic* berpengaruh. *Personal branding* dan *positioning politic* berpengaruh terhadap perilaku memilih pemilih pemula. Hasil analisis kualitatif, *Personal branding* berpengaruh terhadap perilaku memilih pemilih pemula dan *positioning politic* juga berpengaruh. *Personal branding* dan *positioning politic* berpengaruh terhadap perilaku memilih pemilih pemula. Analisis mixmethod, *personal branding* dan *positioning politic* akan mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula jika dilakukan secara bersamaan.

Kesimpulan dan saran: *Personal branding* dan *positioning politic* akan mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula jika dilakukan secara bersamaan. Untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam mempengaruhi perilaku pemilih pemula *Personal Branding* dan *Positioning Politic* dilakukan secara bersamaan, baik kandidat maupun partai politik pengusung.

Kata Kunci: *Personal Branding*, *Positioning Politic*, Pemilih Pemula.

ABSTRACT

Direct elections by the people began in 2005 based on Law No. 32 of 2004 on Regional Government. The behavior of the community can be seen when the community participates in the election, in this context the community's participation in the elections. Part of the voters is the novice selector who in setting options tend to be more bail or easy to change depending on the information obtained. The behavior of choice is influenced by many factors, one of which is personal branding and positioning politic. This study aims to determine the influence of personal branding (X_1) and positioning politic (X_2) on the behavior of selecting beginner (Y) voters in West Payakumbuh District in the pilkada Payakumbuh 2017.

Results and discussion: Quantitative analysis, Personal branding do not affect the behavior of selecting beginner voters while the positioning politic effect. Personal branding and positioning politics influence the behavior of choosing beginner voters. The results of a qualitative analysis, Personal branding effect on the behavior of choosing beginner and positioning politic also influential. Personal branding and positioning politics influence the behavior of choosing beginner voters. Analysis of mix method, personal branding and positioning politics will influence the behavior of selecting beginner voters if done simultaneously.

Conclusions and suggestions: Personal branding and positioning politics will influence the behavior of choosing beginner voters if done simultaneously. To obtain maximum results in influencing the behavior of beginner voters Personal Branding and Positioning Politic done simultaneously, both candidates and political party bearers.

Keywords: Personal Branding, Positioning Politic, Beginner Voters.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabat, hingga umatnya akhir zaman, amin.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Departemen Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh *Personal Branding* dan *Positioning Politic* Terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Payakumbuh Tahun 2017”.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun laporan ini.
2. Dra. Kushandajani, MS Selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun laporan ini.
3. Dr. Drs. Edi Santosa, SU selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Dra. Fitriyah, MA selaku Dosen penguji skripsi yang telah menyempatkan waktu dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
5. Drs. Suwanto Adhi, SU selaku Dosen wali yang telah membimbing sejak awal perkuliahan.

6. Dosen – dosen Departemen Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan dan menyampaikan ilmu kepada penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan laporan penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik demi perbaikan penulisan skripsi ini sangat Penulis harapkan. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat.

Semarang, Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4. Kerangka Teori	11
1.4.1. Perilaku Memilih	11
1.4.2. Penelitian Terdahulu	14
1.4.3. Pemilih Pemula	17
1.4.4. Marketing Politik	18
1.4.5. Segmentasi Politik	21
1.4.6. Personal Branding	23
1.4.7. Positioning Politik	27
1.5. Definisi Konsep	29
1.5.1. Perilaku Memilih	29
1.5.2. Pemilih Pemula	29
1.5.3. Marketing Politik	29
1.5.4. Segmentasi Politik	30
1.5.5. <i>Personal Branding</i>	30

1.5.6. <i>Positioning Politic</i>	30
1.6. Definisi Operasional	30
1.6.1. Variabel X ₁	30
1.6.2. Variabel X ₂	31
1.6.3. Variabel Y	31
1.7. Hipotesis	32
1.8. Metodologi Penelitian	32
1.8.1. Jenis Penelitian	32
1.8.2. Jenis Data	33
1.8.3. Metode Pengumpulan Data	34
1.8.4. Populasi dan Sampel	35
1.8.5. Teknik Pengolahan Data	41
1.8.6. Analisa Data	43
BAB II GAMBARAN UMUM	47
2.1. Gambaran Umum Kota Payakumbuh	47
2.1.1. Keadaan Geografis	47
2.1.2. Kondisi Demografi Kota Payakumbuh	51
2.2. Gambaran Umum Kecamatan Payakumbuh Barat	53
2.2.1. Keadaan Geografis	53
2.3. Peta Politik Pilkada Kota Payakumbuh	56
2.3.1. Peta Politik Pilkada Kota Payakumbuh 2017	56
2.3.2. Peta Politik Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2012	58
2.4. Profil Calon Walikota dan Wakil Walikota dalam Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017	60
2.4.1. Profil Pasangan nomor urut 1	60
2.4.2. Profil Pasangan nomor urut 2	62
2.4.3. Profil Pasangan nomor urut 3	65
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	68
3.1. Deskripsi Responden dan Informan	69
3.1.1. Identitas Responden dan Informan Pemilih Pemula	69
3.1.2. Identitas Informan Kandidat Pilkada Kota Payakumbuh 2017	69
3.2. Analisis Kuantitatif	70
3.2.1. Gambaran Umum Responden	70
3.2.2. Perilaku Memilih	73

3.2.4. <i>Positioning Politic</i>	102
3.2.5 Uji Asumsi	118
3.3. Analisis Kualitatif.....	130
3.3.1. <i>Personal Branding</i>	130
3.3.2. <i>Positioning Politic</i>	144
3.4. Analisis Mix Method	154
BAB IV PENUTUP	156
4. 1 Kesimpulan	156
4. 2 Saran	157

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Perolehan Suara Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah Kota Payakumbuh Tahun 2017	4
Tabel 1.2 Data Pemilih Pemula Pilkada Kota Payakumbuh	7
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 1.4 Metode segmentasi.....	22
Tabel 1.5 Jumlah Sampel Pemilih Pemula Laki-Laki Payakumbuh Barat	36
Tabel 1.6 Jumlah Sampel Pemilih Pemula Perempuan Payakumbuh Barat	37
Tabel 1.7 Jumlah Sampel Pemilih Pemula Laki-Laki Payakumbuh Barat Setelah di Bulatkan	38
Tabel 1.8 Jumlah Sampel Pemilih Pemula Perempuan Payakumbuh Barat Setelah di Bulatkan	39
Tabel 2.1 Luas Daerah dan Pembagian Wilayah Administrasi Kota Payakumbuh (dalamKm ²)	49
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Dewasa dan Anak-anak Menurut Kecamatan di Kota Payakumbuh Tahun 2016.....	51
Tabel 2.3 Distribusi dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Payakumbuh Tahun 2016.....	52
Tabel 2.4 Jumlah Pencari Kerja Terdaftar Menurut Tingkat Pendidikan Tertinggi yang ditamatkan	52
Tabel 2.4 Luas dan Jarak Kelurahan ke Ibu Kecamatan di Kecamatan Payakumbuh Barat Tahun 2016	54
Tabel 2.6 Jumlah RT dan RW Menurut Kelurahan di Kecamatan Payakumbuh Barat Tahun 2016	55
Tabel 2.7 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Sex Ratio per Kelurahan di Kecamatan Payakumbuh Barat Tahun 2016	56
Tabel 2.8 Kelompok Pemilih Berdasarkan Jenis Kelamin dan Keikutsertaan Memilih	57

Tabel 2.9 Hasil Perolehan Suara Pilwakot Kota Payakumbuh Tahun 2017 di Kecamatan Payakumbuh Barat	57
Tabel 2.10 Jumlah TPS dan PPS pada Pilwakot Kota Payakumbuh Tahun 2012 di Kota Payakumbuh	58
Tabel 2.11 Hasil Pemilu Walikota dan Wakil Walikota di Kota Payakumbuh Tahun 2012.....	59
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	70
Tabel 3.2 Usia Responden.....	71
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Agama	72
Tabel 3.4 Apakah anda, menggunakan hak pilih pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Payakumbuh pada Pilkada Tahun 2017	73
Tabel 3.5 Darimanakah anda mengetahui adanya pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Payakumbuh secara langsung pada bulan Februari Tahun 2017 lalu?.....	74
Tabel 3.6 Siapa pasangan calon yang anda pilih pada pemilihan Kepala Kota Payakumbuh Tahun 2017?.....	75
Tabel 3.7 Apa alasan anda memilih kandidat Wali Kota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?	77
Tabel 3.8 Apakah anda sudah mengenal kandidat calon walikota dan wakil walikota yang anda pilih sebelum Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017 dilaksnakan?	78
Tabel 3.9 Melalui apa Anda mengenal kandidat calon walikota dan wakil walikota yang anda pilih sebelum Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?	80
Tabel 3.10 Apakah kandidat calon Walikota/Wakil Walikota sebagai kontestan Pilkada 2017 sudah melakukan sosialisasi politik kepada masyarakat sebelumnya?	81
Tabel 3.11 Apakah dengan memahami segala sesuatu tentang kandidat anda merasa cukup memiliki serangkaian pengetahuan dan kepercayaan terhadap kandidat guna memilihnya?.....	83
Tabel 3.12 Apakah anda juga merasa terikat baik secara emosional maupun rasional dengan kandidat sehingga yakin dengan kandidat yang anda pilih?.....	84

Tabel 3.13	Apakah anda setuju, sadar atau tidak sadar bahwa keputusan yang ada buat dalam memilih kandidat adalah hasil dari strategi-strategi yang dijalankan kandidat selama ini?	85
Tabel 3.14	Apakah isu-isu politik yang melanda kandidat calon walikota dan walikota Kota Payakumbuh sebelum pilkada 2017 mempunyai pengaruh kepada anda dalam menentukan pilihan?	86
Tabel 3.15	Menjelang pilkada Kota Payakumbuh 2017, apakah anda sering disugahi image, citra, atau kesan positif dari para kandidat?.....	88
Tabel 3.16	Apakah anda apakah citra, image atau kesan positif dari para kandidat tersebut adalah disengaja yang ditujukan untuk merangkul pemilih? 89	89
Tabel 3.17	Apakah anda percaya dengan image, citra atau kesan positif dari para kandidat tersebut adalah benar adanya?	90
Tabel 3.18	Menurut anda , apakah perlu waktu yang relatif lama agar anda bisa percaya dengan image, citra atau kesan positif dari para kandidat	92
Tabel 3.19	Kira-kira berapa lama?.....	93
Tabel 3.20	Jika dalam hitungan bulan, berapa lama?	94
Tabel 3.21	Apakah pemberitahuan di media massa merupakan sumber informasi bagi anda untuk bisa percaya dengan image, citra atau kesan positif para kandidat?	95
Tabel 3.22	Menurut anda, apakah image, citra dan kesan positif para kandidat yang sudah terbentuk dalam pikiran anda, perlu dibuktikan atau harus konsisten dengan perilakunya?.....	96
Tabel 3.23	Apakah setiap tindakan para kandidat, berpengaruh terhadap image, citra dan kesan positif di pikiran anda?	97
Tabel 3.24	Untuk menilai image, citra dan kesan positif dari seorang kandidat, apakah anda perlu membandingkan dengan kandidat yang lainnya? 98	98
Tabel 3.25	Menurut anda, apakah setiap image, citra atau kesan positif yang anda tangkap dari kandidat, memiliki makna atau maksud-maksud tertentu sehingga anda mudah mengingat kandidat yang bersangkutan	99
Tabel 3.26	Apakah anda juga mempertimbangkan faktor latar belakang untuk menilai image, citra atau kesan positif dari kandidat, misalnya asal usul etnis, agama, kelompok, aliran, ideologi, partai dll yang sesuai dengan anda?	100

Tabel 3.27	Dengan adanya image, citra dan kesan positif di benak anda, apakah hal tersebut menjadikan anda merasa terikat baik secara emosional maupun rasional dengan kandidat?	101
Tabel 3.28	Apakah anda memahami program-program yang di janjikan Kandidat calon Walikota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?.....	102
Tabel 3.29	Kandidat calon Walikota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?	103
Tabel 3.30	Apakah anda juga sering disuguhi janji-janji, visi-misi atau program kerja yang ditawarkan oleh kandidat kepada anda?	104
Tabel 3.31	Percayakah anda bahwa janji-janji, visi-misi atau program kerja dari para kandidat nantinya akan direalisasikan bila memenangkan pilkada?	105
Tabel 3.32	Menurut anda, apakah janji, visi-misi atau program tersebut sesuai dengan kemampuan kandidat yang bersangkutan?	106
Tabel 3.33	Menurut anda apakah janji, visi-misi atau program kerja dari kandidat adalah benar dan tepat jika ia yang mengampu atau melaksanakannya?	107
Tabel 3.34	Menurut anda, apakah janji-janji, visi-misi atau program kerja merupakan spirit, semangat atau komitmen (platform) yang betul-betul dari kandidat untuk menyelesaikan setiap permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat?	108
Tabel 3.35	Apakah janji, visi-misi atau program kerja dari kandidat sesuai dengan permasalahan yang sedang anda hadapi?	109
Tabel 3.36	Menurut anda, apakah janji , visi-misi atau program kerja yang ditawarkan oleh kandidat adalah hasil proses interaksi atau dialog dengan masyarakat luas?.....	109
Tabel 3.37	Apakah anda pernah terlibat, menghadiri, atau sekedar tahu perkembangan dalam proses interaksi atau dialog untuk menentukan janji, visi-misi, atau program kerja kandidat baik secara langsung maupun tidak langsung?.....	111
Tabel 3.38	Apakah melalui janji-janji, visi-misi atau program kerja yang ditawarkan kandidat, kepentingan anda ikut terwakilkan didalamnya?	112

Tabel 3.39 Menurut anda, apakah segala bentuk peristiwa masa lalu turut mempengaruhi anda dalam menilai janji-janji, visi-misi atau program kerja kandidat, misalnya keberhasilan atau kegagalan dalam bidang tertentu?	113
Tabel 3.40 Menurut anda, perlukah kandidat mensosialisasikan janji-janji, visi-misi atau program kerja dalam waktu relatif lama sehingga anda betul-betul memahaminya?.....	114
Tabel 3.41 Kira-kira berapa lama?.....	115
Tabel 3.42 Jika dalam hitungan bulan, berapa lama?	116
Tabel 3.43 Menurut anda, apakah dalam menilai salah satu janji, visi-misi atau program kerja seorang kandidat, perlu anda bandingkan dengan kandidat lain?	117
Tabel 3.44 <i>Descriptive Statistic</i>	119
Tabel 3.45 <i>One Sample Kolmogrov Test</i>	119
Tabel 3.46 <i>Coefficients^a</i>	122
Tabel 3.47 Hasil Uji Multikolinieritas	122
Tabel 3.48 <i>Coefficients^a</i>	123
Tabel 3.49 <i>Coefficients^a</i>	124
Tabel 3.50 Analisis Regresi Linier Berganda	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pendidikan Responden	70
Gambar 3.2 Usia Responden.....	71
Gambar 3.3 Responden Berdasarkan Agama.....	72
Gambar 3.4 Darimanakah anda mengetahui adanya pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Payakumbuh secara langsung pada bulan Februari Tahun 2017 lalu?.....	75
Gambar 3.5 Siapa pasangan calon yang anda pilih pada pemilihan Kepala Kota Payakumbuh Tahun 2017?.....	76
Gambar 3.6 Apa alasan anda memilih kandidat Wali Kota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?.....	78
Gambar 3.7 Apakah anda sudah mengenal kandidat calon walikota dan wakil walikota yang anda pilih sebelum Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017 dilaksnakan?	79
Gambar 3.8 Melalui apa Anda mengenal kandidat calon walikota dan wakil walikota yang anda pilih sebelum Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?	81
Gambar 3.9 Apakah kandidat calon Walikota/Wakil Walikota sebagai kontestan Pilkada 2017 sudah melakukan sosialisasi politik kepada masyarakat sebelumnya?	82
Gambar 3.10 Apakah dengan memahami segala sesuatu tentang kandidat anda merasa cukup memiliki serangkaian pengetahuan dan kepercayaan terhadap kandidat guna memilihnya?.....	83
Gambar 3.11 Apakah anda juga merasa terikat baik secara emosional maupun rasional dengan kandidat sehingga yakin dengan kandidat yang anda pilih?.....	84
Gambar 3.12 Apakah anda setuju, sadar atau tidak sadar bahwa keputusan yang ada buat dalam memilih kandidat adalah hasil dari strategi-strategi yang dijalankan kandidat selama ini?	86
Gambar 3.13 Apakah isu-isu politik yang melanda kandidat calon walikota dan walikota Kota Payakumbuh sebelum Pilkada 2017 mempunyai pengaruh kepada anda dalam menentukan pilihan.....	87

Gambar 3.14 Menjelang pilkada Kota Payakumbuh 2017, apakah anda sering disuguhi image, citra, atau kesan positif dari para kandidat?.....	89
Gambar 3.15 Apakah anda apakah citra, image atau kesan positif dari para kandidat tersebut adalah disengaja yang ditujukan untuk merangkul pemilih?.....	90
Gambar 3.16 Apakah anda percaya dengan image, citra atau kesan positif dari para kandidat tersebut adalah benar adanya?	91
Gambar 3.17 Menurut anda , apakah perlu waktu yang relatif lama agar anda bisa percaya dengan image, citra atau kesan positif dari para kandidat	92
Gambar 3.18 Kira-kira berapa lama?.....	93
Gambar 3.19 Jika dalam hitungan bulan, berapa lama?	94
Gambar 3.20 Apakah pemberitahuan di media massa merupakan sumber informasi bagi anda untuk bisa percaya dengan image, citra atau kesan positif para kandidat?	95
Gambar 3.21 Menurut anda, apakah image, citra dan kesan positif para kandidat yang sudah terbentuk dalam pikiran anda, perlu dibuktikan atau harus konsisten dengan perilakunya?.....	96
Gambar 3.22 Apakah setiap tindakan para kandidat, berpengaruh terhadap image, citra dan kesan positif di pikiran anda?.....	97
Gambar 3.23 Untuk menilai image, citra dan kesan positif dari seorang kandidat, apakah anda perlu membandingkan dengan kandidat yang lainnya ..	98
Gambar 3.24 Menurut anda, apakah setiap image, citra atau kesan positif yang anda tangkap dari kandidat, memiliki makna atau maksud-maksud tertentu sehingga anda mudah mengingat kandidat yang bersangkutan?.....	99
Gambar 3.25 Apakah anda juga mempertimbangkan faktor latar belakang untuk menilai image, citra atau kesan positif dari kandidat, misalnya asal usul etnis, agama, kelompok, aliran, ideologi, partai dll yang sesuai dengan anda?	100
Gambar 3.26 Dengan adanya image, citra dan kesan positif di benak anda, apakah hal tersebut menjadikan anda merasa terikat baik secara emosional maupun rasional dengan kandidat	101
Gambar 3.27 Apakah Anda memahami program-program yang di janjikan Kandidat calon Walikota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?.....	103

Gambar 3.28 Apakah Anda memahami program kerja seluruh partai politik pengusung kandidat calon Walikota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Payakumbuh Tahun 2017?.....	104
Gambar 3.29 Apakah anda juga sering disuguhi janji-janji, visi-misi atau program kerja yang ditawarkan oleh kandidat kepada anda?	105
Gambar 3.30 Percayakah anda bahwa janji-janji, visi-misi atau program kerja dari para kandidat nantinya akan direalisasikan bila memenangkan pilkada?	106
Gambar 3.31 Menurut anda, apakah janji, visi-misi atau program tersebut sesuai dengan kemampuan kandidat yang bersangkutan?	107
Gambar 3.32 Menurut anda apakah janji, visi-misi atau program kerja dari kandidat adalah benar dan tepat jika ia yang mampu atau melaksanakannya?.....	108
Gambar 3.33 Menurut anda, apakah janji-janji, visi-misi atau program kerja merupakan spirit, semangat atau komitmen (platform) yang betul-betul dari kandidat untuk menyelesaikan setiap permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat?.....	109
Gambar 3.34 Apakah janji, visi-misi atau program kerja dari kandidat sesuai dengan permasalahan yang sedang anda hadapi?	110
Gambar 3.35 Menurut anda, apakah janji , visi-misi atau program kerja yang ditawarkan oleh kandidat adalah hasil proses interaksi atau dialog dengan masyarakat luas?.....	111
Gambar 3.36 Apakah anda pernah terlibat, menghadiri, atau sekedar tahu perkembangan dalam proses interaksi atau dialog untuk menentukan janji, visi-misi, atau program kerja kandidat baik secara langsung maupun tidak langsung?.....	112
Gambar 3.37 Apakah melalui janji-janji, visi-misi atau program kerja yang ditawarkan kandidat, kepentingan anda ikut terwakilkan didalamnya?	113
Gambar 3.38 Menurut anda, apakah segala bentuk peristiwa masa lalu turut mempengaruhi anda dalam menilai janji-janji, visi-misi atau program kerja kandidat, misalnya keberhasilan atau kegagalan dalam bidang tertentu?.....	114
Gambar 3.39 Menurut anda, perlukah kandidat mensosialisasikan janji-janji, visi-misi atau program kerja dalam waktu relatif lama sehingga anda betul-betul memahaminya?.....	115

Gambar 3.40 Kira-kira berapa lama?	116
Gambar 3.41 Jika dalam hitungan bulan, berapa lama?	117
Gambar 3.42 Menurut anda, apakah dalam menilai salah satu janji, visi-misi atau program kerja seorang kandidat, perlu anda bandingkan dengan kandidat lain?	118
Gambar 3.43 <i>Dependent Variable: Jumlah Total Y</i>	120
Gambar 3.44 <i>Normal P-P Plot Regression Standardized Residual</i>	120