

## **BAB II**

### **PENYAJIAN DAN INTERPRETASI DATA**

#### **PENGARUH TERPAAN KAMPANYE #2019GANTIPRESIDEN DAN PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PROGRAM KERJA PASANGAN CAPRES PRABOWO SANDI TERHADAP MINAT MEMILIH PRABOWO SANDI PADA PILPRES 2019 DI SUMATERA BARAT**

Temuan penelitian akan diuraikan dalam bab ini untuk mengetahui hasil dari jawaban responden terkait pertanyaan yang telah disusun peneliti untuk mengetahui pengaruh terpaan kampanye #2019GantiPresiden dan persepsi masyarakat tentang program kerja pasangan capres Prabowo Sandi terhadap minat memilih Prabowo Sandi pada Pilpres 2019 di Sumbar. Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang dengan kriteria usia 17-25 tahun dan mengetahui tentang kampanye #2019GantiPresiden di media sosial.

#### **2.1. Deskripsi Responden**

Berisi tentang uraian dari deskripsi responden untuk mengetahui latar belakang responden yang meliputi nama, jenis kelamin dan juga usia. Data dalam penelitian ini dikumpulkan oleh peneliti dari 50 responden dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

### 2.1.1. Jenis Kelamin

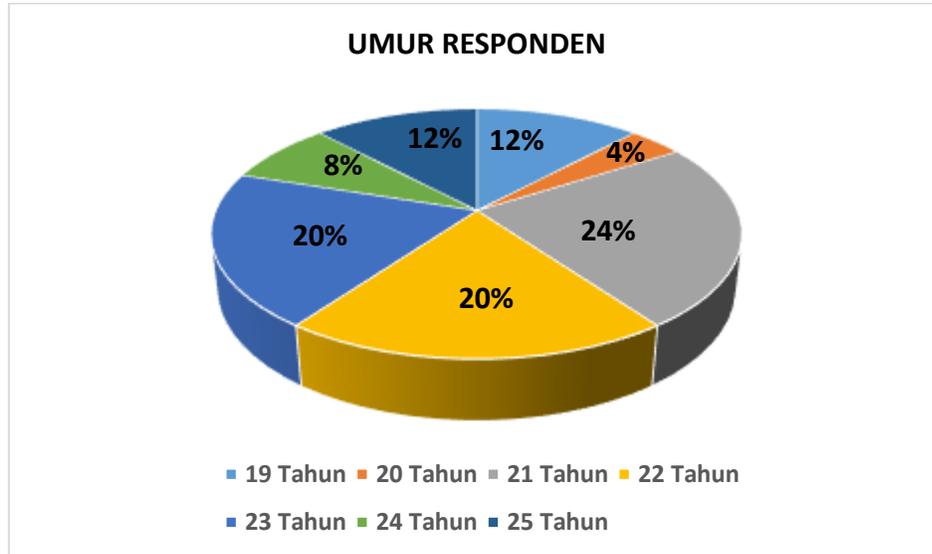
Diagram 2.1.1.1



Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 50 orang, responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 36 orang atau 72%, sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 14 orang atau 28%. Hal ini dikarenakan perempuan lebih banyak menghabiskan waktu untuk mengakses internet dibandingkan laki-laki. Dikutip dari data yang dirilis oleh Comsore.com, diperoleh bahwa perempuan menghabiskan waktu lebih banyak di internet dibandingkan laki-laki, yaitu rata-rata 24,8 jam untuk perempuan dan 22,9 jam untuk laki-laki (<https://tekno.kompas.com/read/2011/01/23/12503713/Perempuan.Lebih.%20Dominan.di.Internet>, diakses pada 20 Maret 2019 pukul 18.32 WIB).

### 2.1.2. Usia Responden

Diagram 2.1.2.1



Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia responden bervariasi yaitu mulai dari usia 19 tahun sampai dengan 25 tahun. Responden berusia 21 tahun lebih mendominasi yaitu sebanyak 12 orang atau 24%, diikuti oleh responden berusia 22 dan juga 23 tahun masing-masing sebanyak 10 orang atau 20%. Responden berusia 19 dan 25 tahun masing-masing sebanyak 6 orang atau 12%, berusia 24 tahun sebanyak 4 orang atau 8%, serta responden berusia 20 tahun sebanyak 2 orang atau 4%.

### 2.2. Variabel Terpaan Kampanye #2019GantiPresiden

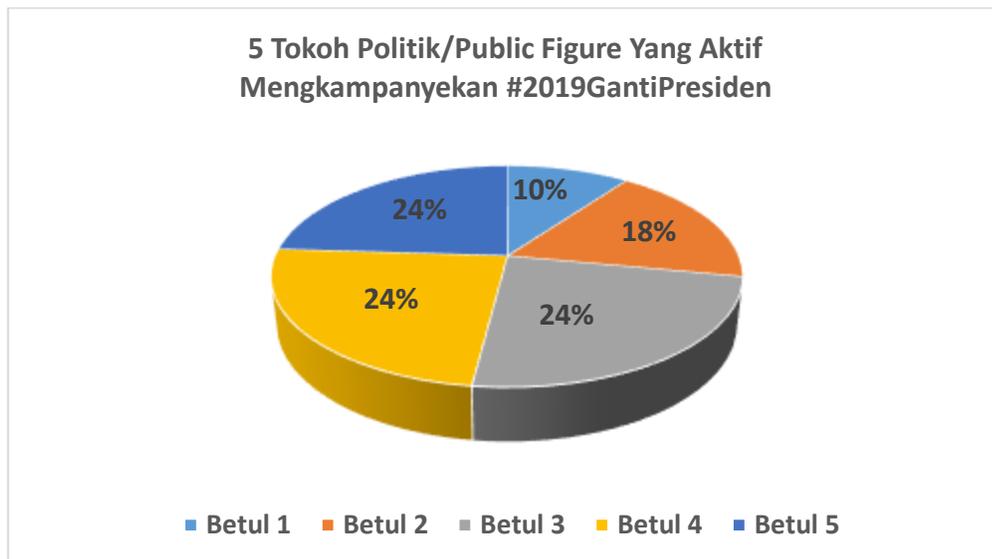
Variabel terpaan kampanye #2019GantiPresiden terdiri dari 4 indikator untuk melihat kemampuan responden dalam mengingat informasi berkaitan dengan

kampanye #2019GantiPresiden di media sosial. Responden yang dipilih dalam penelitian ini harus memenuhi syarat penelitian yaitu mengetahui tentang kampanye #2019GantiPresiden di media sosial. Dari data yang diperoleh maka tingkat pengetahuan responden dapat dilihat sebagai berikut:

### 2.2.1. Pengetahuan Responden Menyebutkan 5 Tokoh Politik/Public

#### Figure yang Aktif Mengkampanyekan #2019GatiPresiden

Diagram 2.2.1.1

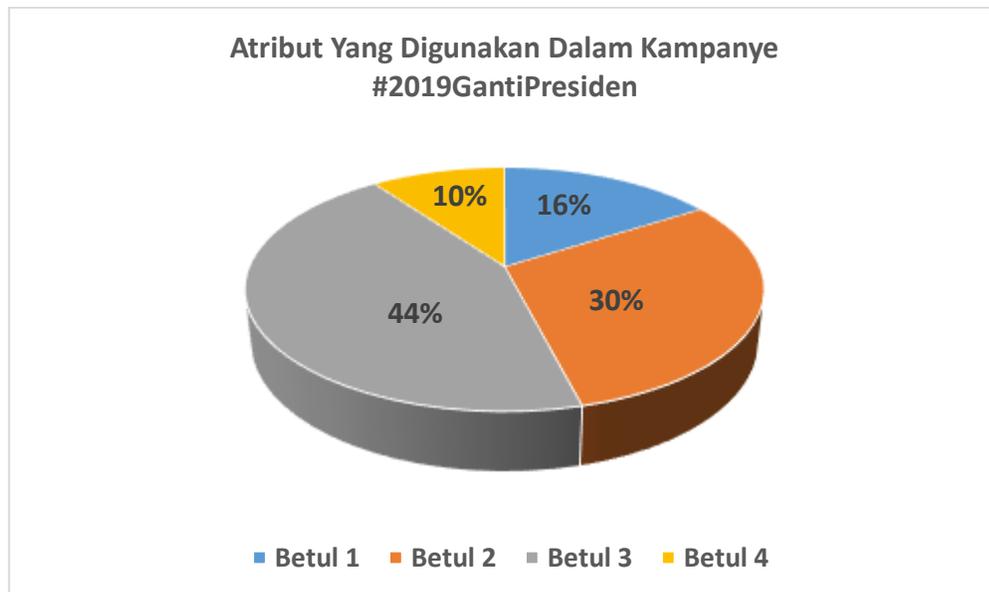


Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa pengetahuan responden terhadap tokoh politik maupun *public figure* yang aktif mengkampanyekan gerakan #2019GantiPresiden tergolong tinggi. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan responden menjawab diatas 3 nama dengan benar. Nama-nama yang paling banyak disebutkan oleh responden adalah Ahmad Dhani, Fadli Zon, Mardani Ali Sera, Neno Warisman

dan juga Eggi Sudjana. Responden mengakui bahwa mereka mengetahui nama-nama tersebut karena sering menjadi bahasan di media baik media sosial maupun media massa seperti televisi dan juga surat kabar. Hal lain yang mendorong pengetahuan responden terkait nama-nama tersebut adalah karena beberapa dari aktifis tersebut berasal dari dunia hiburan yang sudah lama dikenal oleh masyarakat seperti Ahmad Dhani dan juga Neno Warisman.

### 2.2.2. Pengetahuan Responden Tentang Atribut Yang Sering Digunakan Dalam Kampanye #2019GantiPresiden

Diagram 2.2.2.1

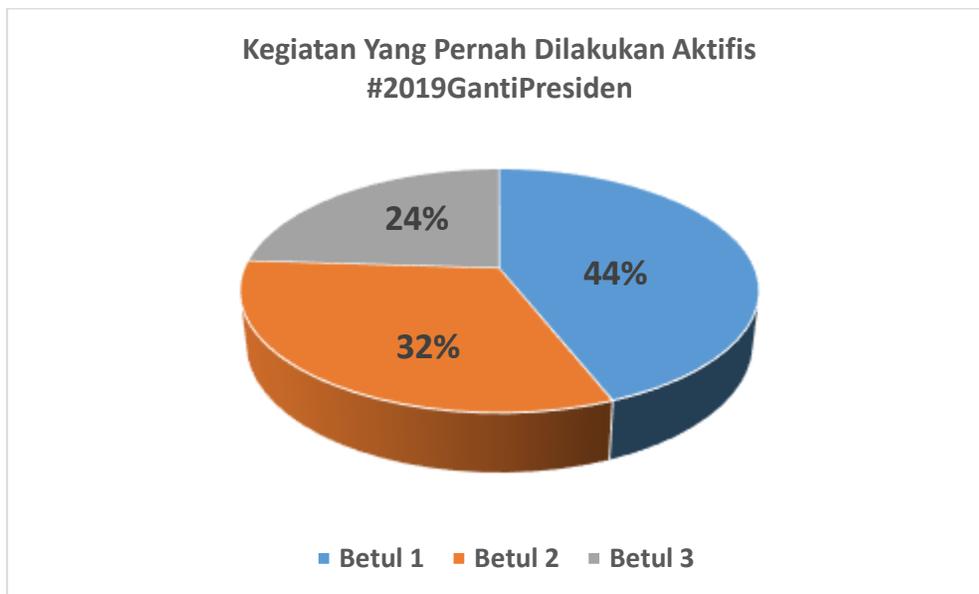


Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa pengetahuan responden tentang atribut-atribut yang sering digunakan dalam kampanye #2019GantiPresiden masih rendah, dimana mayoritas responden hanya mampu menyebutkan 2-3 jenis atribut yang

sering di gunakan dalam kampanye tersebut. Hanya 5 responden yang mampu mneyebutkan lebih dari 3 atribut yang berkaitan dengan kampanye #2019GantiPresiden. Atribut-atribut yang paling banyak diketahui oleh responden yaitu gelang, kaos dan juga topi yang bertuliskan #2019GantiPresiden.

### 2.2.3. Pengetahuan Responden Tentang Kegiatan yang Pernah Dilakukan Oleh Aktifis #2019GantiPresiden

Diagram 2.2.3.1

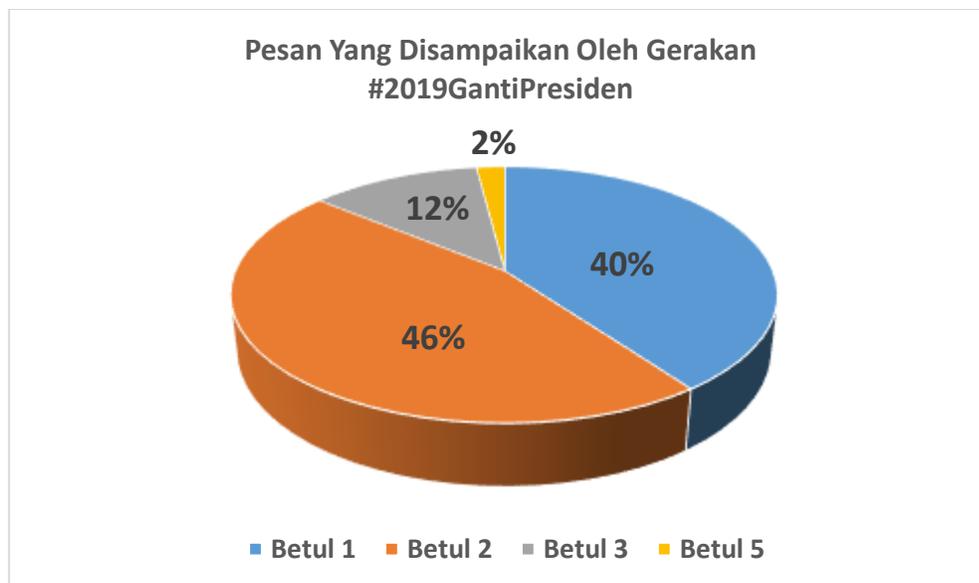


Dari penelitain yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden hanya mampu menyebutkan paling banyak 3 jawaban dengan benar. Dari jawaban yang diberikan oleh responden, kegiatan yang paling banyak disebutkan adalah pembuatan lagu dan buku #2019GantiPresiden, bergabung dalam aksi damai 212, dan juga melakukan

aksi kunjungan oleh aktifis pendukung gerakan ini seperti Neno Warisman di berbagai daerah mapun kota-kota di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan responden akan kegiatan-kegiatan yang pernah dilakukan oleh aktifis gerakan #2019GatiPresiden masih rendah karena hanya mampu menyebutkan sebagian kecil dari semua kegiatan yang sudah dilakukan, seperti mengadakan konser bertajuk #IndonesiaMenang di Kabupaten Garut Jawa Barat dan juga aksi yang dilakukan oleh persatuan emak-emak di Tasikmalaya Jawa Barat.

#### 2.2.4. Pengetahuan Responden Tentang Isi Pesan yang Disampaikan Oleh Gerakan #2019GantiPresiden

Diagram 2.2.4.1



Hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menyebutkan bahwa pengetahuan responden tentang pesan-pesan atau

informasi yang disampaikan oleh gerakan #2019GantiPresiden masih rendah, karena mayoritas responden hanya mampu menyebutkan 2-3 informasi dengan benar. Dari 50 responden hanya 1 orang yang mampu menyebutkan lebih dari 3 informasi yang disampaikan oleh gerakan #2019GantiPresiden dengan benar. Beberapa dari isi pesan kampanye yang mampu disebutkan oleh responden adalah keinginan untuk memiliki presiden yang baru pada tahun 2019, keinginan untuk memiliki pemimpin yang peduli akan nasib rakyat, keinginan untuk menjadikan Indonesia sebagai negara yang mandiri tanpa impor pangan dari luar dan juga keinginan untuk mewujudkan Indonesia yang lebih baik, berdaulat, adil makmur dan berakhlak mulia.

#### 2.2.5. Kategorisasi Terpaan Kampanye #2019GantiPresiden

Diagram 2.2.5.1



Hasil dari pengujian beberapa indikator untuk terpaan kampanye #2019GantiPresiden diatas, masing-masing memiliki nilai yang berbeda.

Setelah dilakukan kategorisasi terhadap jawaban responden atas 4 pertanyaan secara terbuka, didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan responden terkait #2019GantiPresiden tergolong sedang dengan persentase 80%. Hal ini menandakan responden cukup tahu terkait informasi-informasi yang berkaitan dengan #2019GantiPresiden.

### **2.3. Variabel Persepsi Masyarakat Tentang Program Kerja Pasangan Prabowo-Sandi**

Variabel Persepsi tentang program kerja pasangan capres Prabowo-Sandi terdiri atas 9 buah pertanyaan yang bertujuan untuk melihat bagaimana persepsi masyarakat khususnya warga Sumatera Barat yang berumur 17-25 tahun yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dari data yang diperoleh maka jawaban responden dapat dikelompokkan menjadi 4 golongan, yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, dan tidak setuju.

Melalui kategorisasi yang telah didapatkan, maka diperoleh hasil mengenai persepsi masyarakat tentang program kerja pasangan capres Prabowo Sandi sebagai berikut:

### 2.3.1. Persepsi Tentang Konsep Program Kerja #AdilMakmur

Diagram 3.2.1.1



Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat di Sumatera Barat setuju dengan konsep program kerja #AdilMakmur yang diusung oleh pasangan capres Prabowo Sandi yang meliputi penghentian impor bahan pangan seperti beras jagung dan lain-lain. Sebesar 62% responden memiliki persepsi yang baik terkait program kerja tersebut dengan alasan ingin Indonesia menjadi negara yang mandiri dengan semua kekayaan alam yang dimiliki tanpa harus impor dari negara lain. Sementara responden yang memilih kurang setuju dan tidak setuju menjawab karena menurut mereka Indonesia belum bisa menjadi negara yang benar-benar mandiri. Sebagai negara berkembang Indonesia masih harus menerima bantuan dari negara lain salah satunya dengan cara impor baik itu bahan pangan maupun komoditas lainnya.

### 2.3.2. Persepsi Tentang Program Ekonomi Pro Rakyat

Diagram 2.3.2.1



Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja pro rakyat dari pasangan capres Prabowo Sandi seperti pemberian bantuan dan insentif untuk membuka usaha melalui Gerakan Kerakyatan OK OCE. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden yaitu sebesar 62% memiliki persepsi yang baik, dengan alasan melalui program tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat salah satunya dengan membuka Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

### 2.3.3. Persepsi Tentang Program Kerja Peningkatan Kualitas Hidup dan Kesejahteraan Sosial

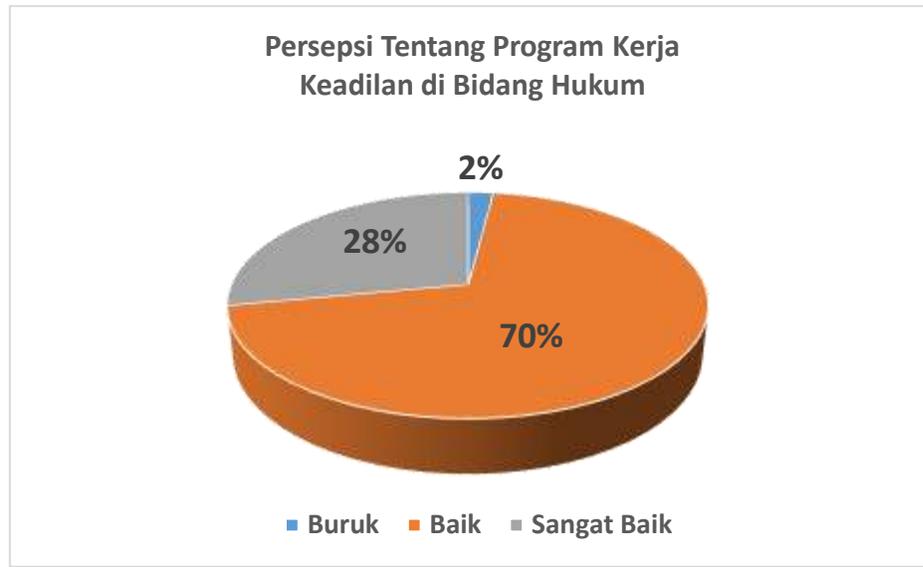
Diagram 2.3.3.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial melalui program aksi melawan kemiskinan dan pemiskinan dengan cara mempercepat penanggulangan kemiskinan melalui penguatan program kesejahteraan sosial dengan Basis data Terpadu (BDT). Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden yaitu sebesar 72% memiliki persepsi yang baik, dengan alasan melalui program tersebut diharapkan angka kemiskinan di Indonesia menurun dan kesejahteraan sosial dapat meningkat.

### 2.3.4. Persepsi Tentang Program Kerja Keadilan di Bidang Hukum dan Demokrasi Berkualitas

Diagram 2.3.4.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja keadilan di bidang hukum dan demokrasi berkualitas melalui perlindungan terhadap HAM bagi seluruh rakyat Indonesia dan menghapus praktik diskriminasi. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata responden yaitu sebesar 70% responden memiliki persepsi yang baik, dengan alasan masyarakat ingin merasa terlindungi sebagai warga negara dengan adanya perlindungan terhadap Hak Asasi Manusia (HAM).

### 2.3.5. Persepsi Tentang Penguatan Sistem Penanggulangan dan Penanganan Bencana Nasional

Diagram 2.3.5.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja penguatan sistem penanggulangan dan penanganan bencana nasional. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata responden yaitu sebesar 50% memiliki persepsi yang baik, dengan alasan melalui program kerja tersebut diharapkan Indonesia tidak lagi menjadi negara yang rawan bencana melalui pembangunan infrastruktur yang berorientasi pada kesiapan dan ketahanan untuk menghadapi situasi bencana serta dapat mencegah pengurasan sumber daya alam secara tidak bertanggung jawab yang berpotensi mengakibatkan timbulnya bencana.

### 2.3.6. Persepsi Tentang Meningkatkan Kualitas Sistem Pendidikan di Seluruh Indonesia

Diagram 2.3.6.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja peningkatan kualitas sistem pendidikan di Indonesia salah satunya dengan menitikberatkan luaran individu-individu yang kreatif dan inovatis serta berkualitas global. Hal ini dapat dilihat dari diagram bahwa rata-rata responden yaitu sebesar 50% memiliki persepsi yang baik, dengan alasan melalui program kerja tersebut diharapkan pendidikan Indonesia dapat lebih baik dan mampu menciptakan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang produktif dan berdaya saing global.

### 2.3.7. Persepsi Tentang Program Kerja Reformasi Perpajakan

Diagram 2.3.7.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja reformasi perpajakan seperti pembebasan pajak selama 2 tahun pertama bagi UMKM yang baru berdiri dan tercatat secara resmi. Hal ini dapat dilihat dari diagram diatas yang menunjukkan rata-rata responden yaitu sebesar 64% memiliki persepsi yang baik, dengan alasan melalui program kerja tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan sosial melalui peningkatan jumlah UMKM tanpa harus terbebani dengan masalah pajak.

### 2.3.8. Persepsi Tentang Peningkatan Pendapatan Tidak Kena Pajak (PTKP) dan Menaikkan Tax Rasio

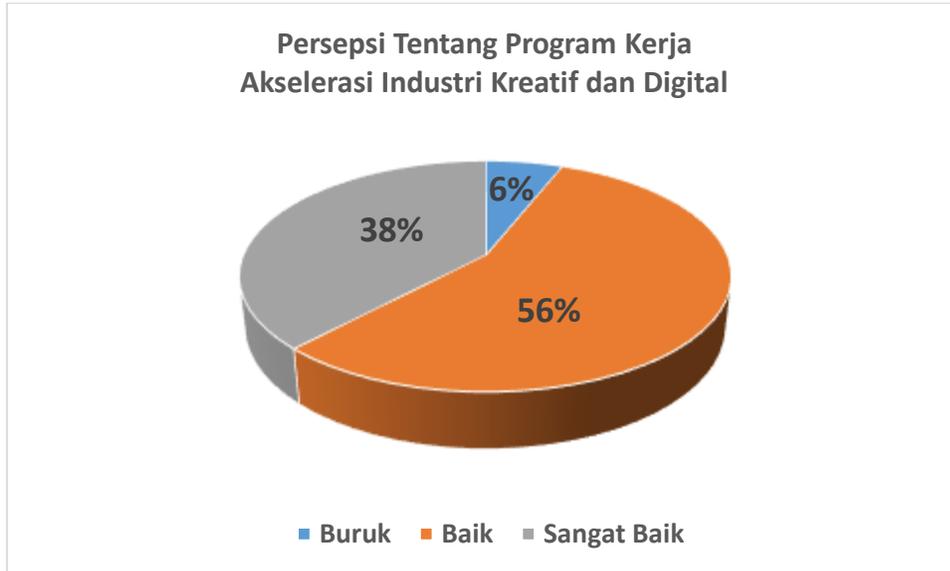
Diagram 2.3.8.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja peningkatan batas Pendapatan Tidak Kena Pajak (PTKP) dan peningkatan rasio pajak (tax ratio). Hal ini dapat dilihat dari diagram bahwa rata-rata responden yaitu sebesar 72% memiliki persepsi yang baik terhadap program kerja ini dengan harapan melalui peningkatan tax ratio dapat meningkatkan penerimaan pajak negara sehingga negara Indonesia bisa menjalankan pembangunan infrastuktur yang lebih baik tanpa harus berhutang pada negara lain.

### 2.3.9. Persepsi Tentang Program Kerja Akselerasi Industri Kreatif

Diagram 2.3.9.1



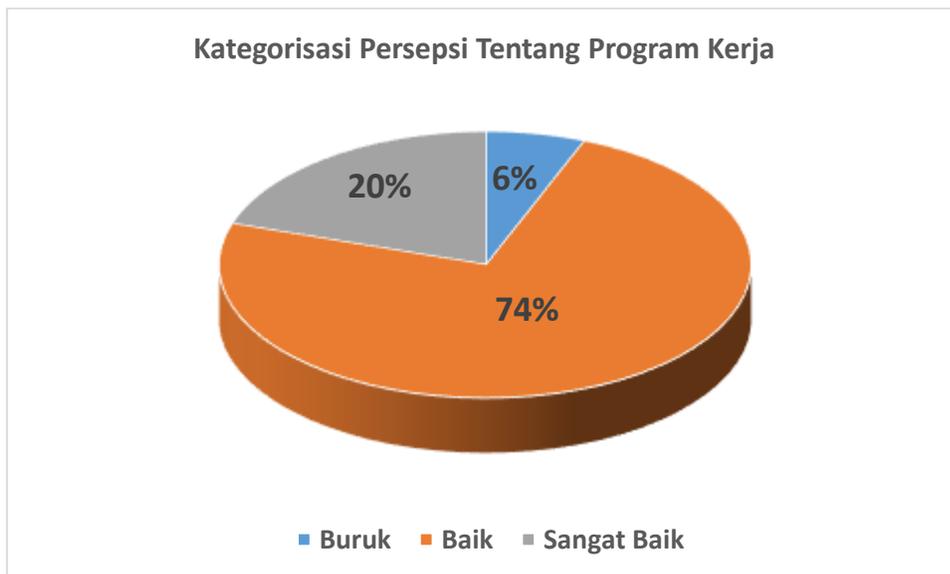
Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan program kerja akselerasi industri kreatif dan digital dengan cara mendorong pertumbuhan usaha rintisan berbasis inovasi digital. Hal ini dapat dilihat pada diagram yang menunjukkan bahwa rata-rata responden yaitu sebesar 56% memiliki persepsi yang baik terhadap program kerja tersebut, dengan alasan karena program ini sesuai dengan apa yang diharapkan oleh generasi milenial yang lebih dekat dengan teknologi dan berbasis digital yang dapat meningkatkan jumlah lapangan kerja di Indonesia.

### 2.3.10. Kategorisasi Persepsi Tentang Program Kerja

Dari data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, maka responden dapat dikelompokkan menjadi 3 kelas kategori berdasarkan jawaban responden, yaitu sebagai berikut:

- Buruk, yaitu kategori untuk responden yang mendapat skor 1 atau yang menjawab tidak setuju
- Baik, yaitu kategori untuk responden yang mendapat skor 2 dan 3 atau yang menjawab kurang setuju dan setuju
- Sangat baik, yaitu kategori untuk responden yang mendapat skor 4 atau yang menjawab sangat setuju.

Diagram 2.3.10.1



Dari hasil pengujian beberapa indikator untuk persepsi tentang program kerja pasangan capres Prabowo Sandi diatas, masing-masing memiliki nilai

tersendiri yang berbeda-beda. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi dengan kategori baik yaitu dengan persentase 74%. Hal ini menandakan bahwa responden memiliki persepsi yang cukup baik terhadap program kerja pasangan capres Prabowo Sandi.

#### **2.4. Variabel Minat Memilih Prabowo Sandi**

Variabel minat pilih diukur dengan menggunakan 8 indikator yang menunjukkan bahwa responden memiliki minat untuk memilih pasangan capres Prabowo Sandi pada Pilpres 2019 di Sumatera Barat. Responden yang diambil dalam penelitian ini harus memenuhi syarat penelitian yaitu warga Sumatera Barat berumur 17-25 tahun yang mengakses informasi terkait kampanye #2019GantiPresiden di media sosial.

Dari data yang telah diperoleh, maka dapat di lihat minat responden dalam memilih pasangan capres Prabowo Sandi adalah sebagai berikut:

### 2.4.1. Minat Mencari Tahu Terkait Visi Misi Pasangan Capres Prabowo

#### Sandi

Diagram 2.4.1.1



Hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden dalam mencari tahu terkait visi misi dari pasangan capres nomor urut 02 Prabowo Sandi tergolong sedang, terbukti dari jawaban responden yang mayoritas menjawab sering mencari tahu tentang visi misi dari capres Prabowo Sandi. Hal ini juga dapat dilihat dari kemampuan responden dalam menyebutkan program kerja yang dirancang oleh pasangan capres Prabowo Sandi. Responden yang menjawab sering dan selalu mengaku mencari tahu terkait visi misi capres melalui media baik media massa seperti televisi, media online dan juga media sosial seperti youtube dan lain-lain.

### 2.4.2. Minat Berdiskusi dengan Orang Terdekat Terkait Visi Misi Capres

Diagram 2.4.2.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden dalam berdiskusi terkait visi misi dari pasangan capres Prabowo Sandi tergolong sedang. Hal ini dapat dilihat dari diagram bahwa mayoritas responden memiliki minat yang sedang yaitu sebesar 84%. Beberapa dari responden menjawab berdiskusi terkait visi misi capres bersama keluarga, teman dekat dan juga ikut dalam diskusi-diskusi yang dilakukan di media sosial seperti twitter dan juga grup WhatsApp. Tidak hanya berdiskusi di media, responden juga berdiskusi dengan kelompok peer group mereka secara langsung ketika bertemu baik dilingkungan kerja, kampus dan juga di rumah bersama anggota keluarga.

### 2.4.3. Minat Mendatangi Kegiatan yang Dihadiri oleh Prabowo Sandi

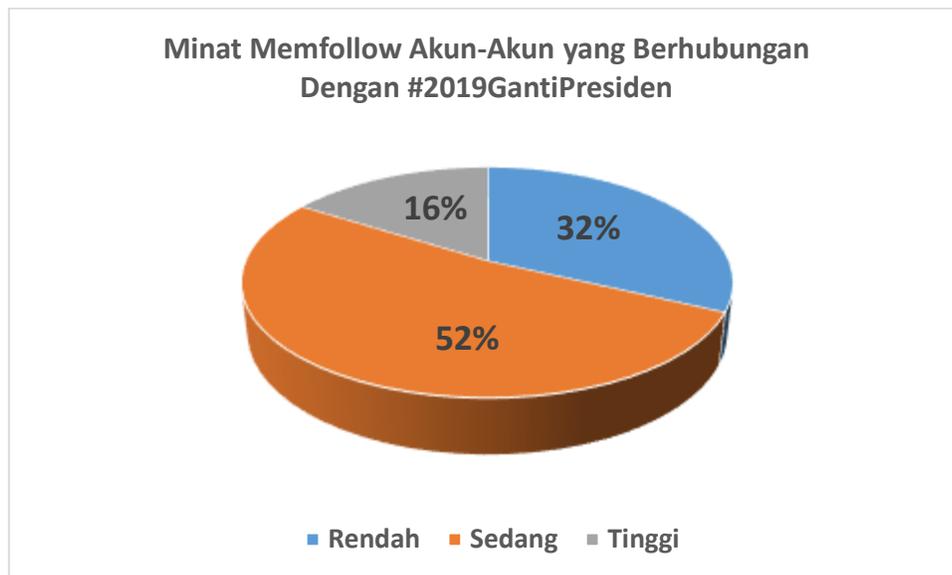
Diagram 2.4.3.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden dalam menghadiri kegiatan maupun kampanye yang dihadiri oleh pasangan capres Prabowo Sandi tergolong rendah dengan persentase 70%, terbukti dari hanya sedikit responden yang pernah menghadiri kegiatan-kegiatan yang dihadiri oleh baik Prabowo maupun Sandiaga Uno. Responden yang menjawab pernah meskipun jarang mengaku menghadiri kampanye yang dilakukan oleh cawapres Sandiaga Uno ketika mengunjungi Kota Padang pada 19 Oktober 2018. Sebagian besar responden menjawab tidak pernah, hal ini juga didukung karena baik Prabowo maupun Sandi terbilang jarang melakukan kunjungan ke daerah-daerah di Sumatera Barat.

#### 2.4.4. Minat Memfollow Akun-Akun Yang Berhubungan Dengan #2019GantiPresiden

Diagram 2.4.4.1



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden dalam memfollow akun-akun media sosial yang berkaitan dengan #2019GantiPresiden tergolong sedang dengan persentase 52%. Hal ini karena terlihat dari jawaban responden yang menjawab sering dan jarang memfollow akun yang berkaitan dengan #2019GantiPresiden. Beberapa akun yang banyak di follow responden diantaranya adalah akun instagram @2019gantipresiden, akun resmi Sandiaga @sandiuno dan juga @prabowo\_2019. Sementara akun-akun twitter yang paling banyak di follow yang berkaitan dengan #2019GantiPresiden adalah akun dari wakil ketua umum

partai Gerindra Fadli Zon @fadlizon. Hal ini didukung juga karena Fadli Zon sendiri merupakan politisi yang berasal dari Sumatera Barat sehingga banyak masyarakat yang mengetahui tentang hal-hal yang sering di posting oleh Fadli Zon di media sosialnya.

#### **2.4.5. Minat Ikut Berkomentar di Setiap Postingan yang Berhubungan dengan Pasangan Capres Prabowo Sandi di Media Sosial**

**Diagram 2.4.5.1**



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden untuk ikut memberikan komentar di media sosial yang berkaitan dengan Prabowo Sandi tergolong sedang, dengan persentase 58%. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang mayoritas menjawab jarang dan sering memberikan komentar terkait #2019GantiPresiden di media sosial. Responden yang menjawab pernah yaitu ikut berkomentar pada akun-akun

yang mereka follow seperti akun instagram @2019gantipresiden, akun resmi Sandiaga Uno @sandiuno dan juga akun twitter @fadlizon.

Salah satu komentar yang diberikan oleh pada postingan Fadli Zon di akun twitternya @fadlizon pada 12 April yang berisi, “perantau Minang mendukung Prabowo Sandi” dilengkapi dengan tagar #PrabowoSandi. Cuitan tersebut mendapat banyak komentar dari netizen seperti yang diberikan oleh akun @FerdianTandjung, “*rang Minang tanpa deklarasi lah pasti pilih Prabowo Sandi. Salam rang rantau asal Maninjau uda @Fadlizon (orang Minang tanpa deklarasi pun sudah pasti pilih Prabowo Sandi. Salam anak rantau Minang dari Maninjau). Komentar lain juga diberikan oleh akun @vitaras212, “kami mendukungmu bapak @Prabowo, masih punya akla sehat dan ingin rakyat Indonesia Makmur sejahtera dibawah kepemimpinanmu bersama @sandiuno. Adil dan Makmur Menang”.*

Sementara itu pada akun instagram @2019gantipresiden\_ juga dibanjiri oleh komentar para pendukung salah satunya komentar dari akun @supriansyah.mnur, “*minggu depan presiden baru*” dan disertai dengan simbol salam dua jari. Akun @melida\_st juga ikut mengomentari, “*Aamin Ya Allah. Jangan lupa saudara semua doanya dikencengin. Kita minta pertolongan ke Allah semoga kemenangan bisa kita raih. Dan semua jenis kecurangan yang sudah direncanakan gagal dilaksanakan dan terbongkar*”.

#### 2.4.6. Minat Membagikan Pesan Terkait #2019GantiPresiden di Media Sosial

Diagram 2.4.6.1

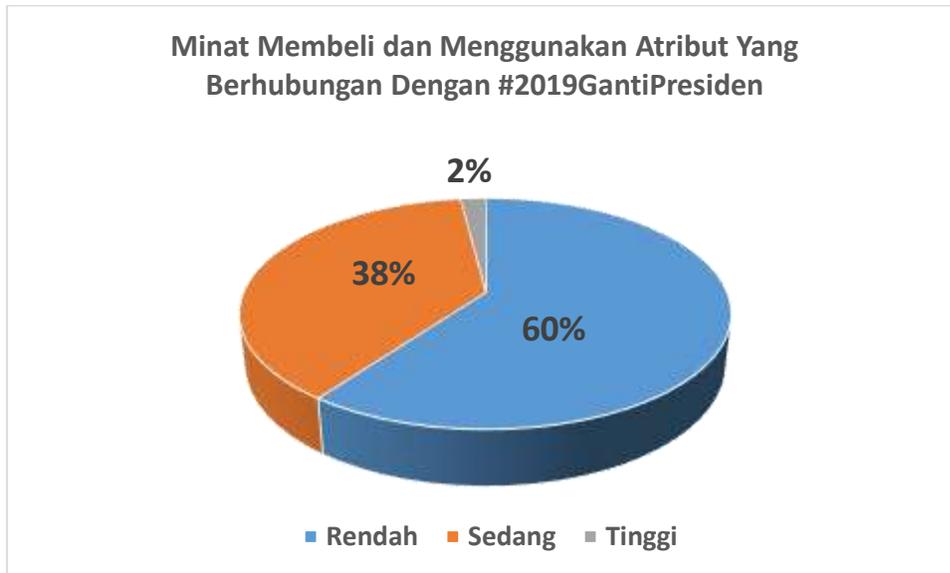


Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden dalam membagikan pesan-pesan yang berhubungan dengan #2019GantiPresiden dan Prabowo Sandi tergolong sedang, dengan persentase 53%. Pesan-pesan yang banyak dibagikan di media sosial seperti twitter, facebook dan juga instagram adalah terkait program-program kerja yang disampaikan oleh Prabowo Sandi seperti menghentikan impor bahan pangan dan juga tenaga kerja dari luar negeri. Informasi tentang janji-janji Jokowi yang belum terealisasi juga paling banyak dibagikan pendukung capres 02 di media sosial. Selain itu pemberitaan terkait kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh tim pendukung Jokowi Ma'aruf seperti pencoblosan surat suara

sebelum waktunya juga banyak dibagikan di media-media sosial seperti instagram.

#### 2.4.7. Minat Membeli dan Memakai Atribut yang Berhubungan Dengan #2019GantiPresiden

Diagram 2.4.7.1

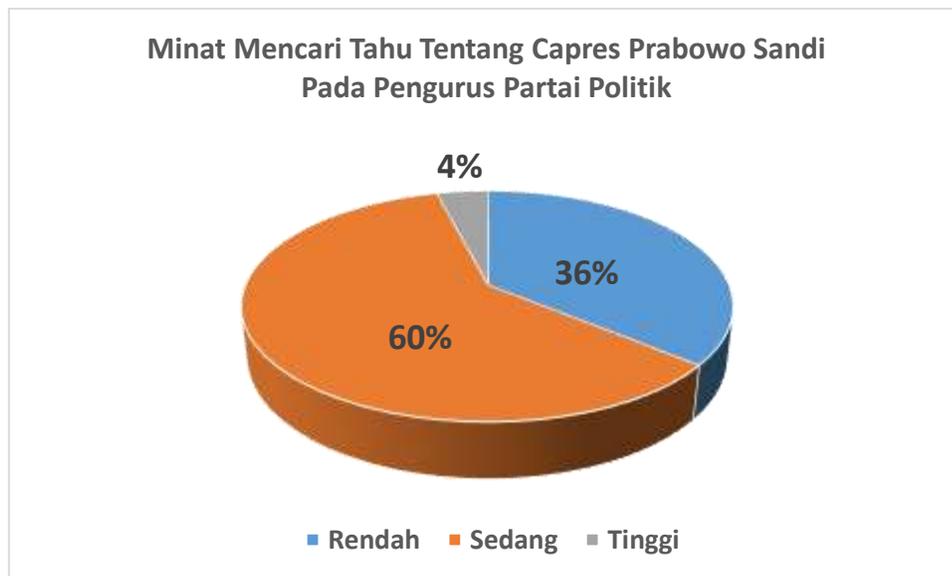


Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden dalam membeli maupun menggunakan atribut-atribut yang berkaitan dengan #2019GantiPresiden masih rendah, dengan persentase 60%. Sedangkan responden dengan minat sedang dan tinggi masing-masing yaitu sebesar 38% dan 2%. Beberapa responden yang menjawab pernah membeli maupun menggunakan yaitu berupa topi, gelang dan juga kaos yang berlambang #2019GantiPresiden.

Alasan responden membeli dan menggunakan atribut tersebut yaitu untuk menunjukkan bahwa dirinya merupakan pendukung yang loyal dan dengan demikian mereka juga dapat membantu pemasukan para penjual kaos, gelang, topi maupun aksesoris terkait #2019GantiPresiden yang lain. Selain itu alasan responden menggunakan atribut tersebut adalah dengan menggunakan atribut yang berhubungan dengan #2019GantiPresiden berharap dapat membantu mengkampanyekan capres Prabowo Sandi pada masyarakat meski dengan cara yang sederhana dengan menggunakan atribut-atribut tersebut.

#### **2.4.8. Minat Mencari Informasi Terkait Capres Pada Pengurus Partai Politik Terdekat**

**Diagram 2.4.8.1**



Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden, menunjukkan bahwa minat responden dalam mencari tahu informasi-informasi terkait capres

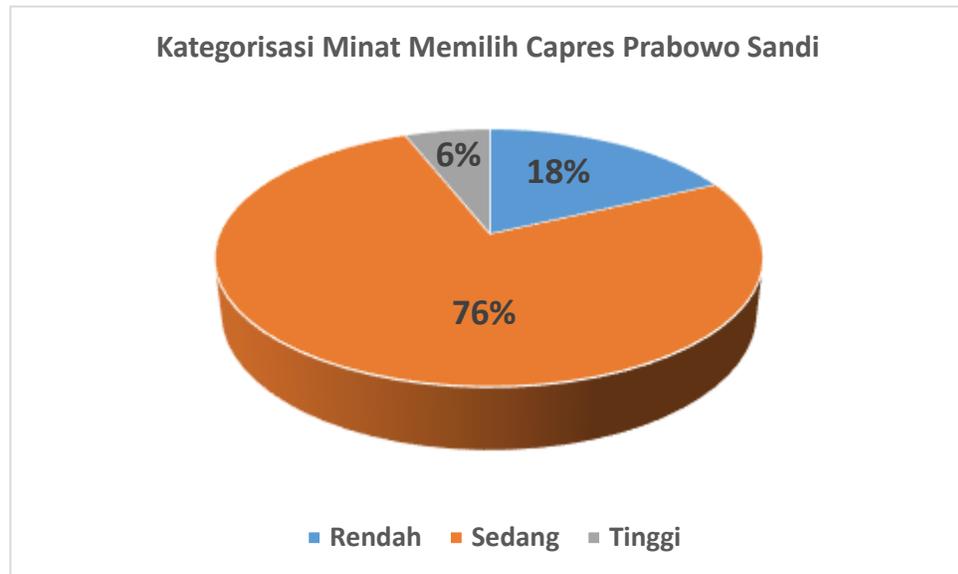
Prabowo Sandi pada pengurus Partai Politik terdekat tergolong sedang, dengan persentase 60%. Beberapa responden yang menjawab pernah mengaku mengetahui dari keluarga dan juga tetangga yang merupakan tim sukses dan juga menjadi pengurus DPC maupun DPD salah satu partai politik pendukung pasangan capres Prabowo Sandi.

#### **2.4.9. Kategorisasi Minat Memilih Capres Prabowo Sandi**

Dari data yang diperoleh, maka responden dapat di kelompokkan menjadi 3 kelas kategori yaitu, sebagai berikut:

- Rendah, yaitu responden yang memperoleh skor 1 atau yang menjawab tidak pernah
- Sedang, yaitu responden yang memperoleh skor 2 dan 3 atau yang menjawab jarang dan sering
- Tinggi, yaitu responden yang memperoleh skor 4 atau yang menjawab selalu.

**Diagram 2.4.9.1**



Dari hasil pengujian beberapa indikator untuk minat masyarakat untuk memilih pasangan capres Prabowo Sandi diatas, masing-masing memiliki nilai yang berbeda-beda. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat memilih capres Prabowo Sandi dengan kategori sedang dengan persentase 76%. Hal ini menandakan bahwa responden memiliki minat memilih capres Prabowo Sandi yang cukup baik.