

DAFTAR PUSTAKA

- dale, Stephen. 2015. "Heuristics And Biases: The Science Of Decision-Making." *Business Information Review* 32 (June): 93–99. <https://doi.org/10.1177/0266382115592536>.
- Destriana, Vica, And Eka Askafi. 2017. "Proses Pembentukan Personal Brand (Studi Kasus Pada Deni Purnama, Perintis Indonesian Health Promoting Hospital, Melalui Media Konvensional Dan Media Sosial)." *Jurnal Revitalisasi Jurnal Ilmu Manajemen* 06 (04): 92–98.
- Dorisman, Asri, Adji Suradji, And Ramadhani Setiawan. 2021. "Collaboration Between Stakeholders In Traffic Accident Management." *Jiana: Jurnal Ilmu Administrasi Negara* 19 (1): 70–83.
- Febriansyah, Fajar, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, And Safira Hasna. 2021. "Partai Politik Sebagai Political Brand." *Cakrawala-Jurnal Humanioran Dan Sosial* 2 (2): 1–2.
- Ferreira, Danie, And Marlé Van Eyk. 2023. "Marketing Political Parties : Political Branding Elements And Voters ' Preference : A Hypothesised Model." *Gatr Journal Of Management And Marketing Review* 8 (4): 111–18.
- Freeland, Edward P. 2015. *Public Opinion: Social Attitudes. International Encyclopedia Of Social & Behavioral Sciences*. Second Edi. Vol. 19. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.32119-5>.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss* 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gigerenzer, Gerd, And Wolfgang Gaissmaier. N.D. "Heuristic Decision Making." *Annu. Rev. Psychol.*, 451–82. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120709-145346>.
- Heriyanto, Heriyanto. 2023. "Dinamika Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Pemilih Pada Pemilu 2024." Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Iblam.
- Hidayati, Festy Rahma. 2021. "Komunikasi Politik Dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial : A Conceptual Paper Sebagian Masyarakat Dunia Telah Menjadi Bagian Dari Gaya Hidup Modern . Media Sosial Mengutip Informasi Yang Dikeluarkan Oleh Hootsuite Dan We Are Social Pada Janua." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 5 (2): 145–61. <https://doi.org/10.51544/jlml.v5i2.238>.
- Huang, Haiqing, Xingyu Liu, And Chenrui Xu. 2023. "Research On The Two-Way Interaction Between Voters And Political Parties In Elections." *Lecture Notes In Education Psychology And Public Media* 24 (November): 146–50. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/24/20230682>.

- Juleha, Juleha, Jusfira Yuniar, And Nur Riswandi Marsuki. 2024. "Peran Media Sosial Dalam Dinamika Opini Publik Dan Partisipasi Politik Era Digital." *Concept: Journal Of Social Humanities And Education* 3 (1): 38–45.
- Kor Sins, Ryan. 2018. "The Commenting Persona: Reception Theory And The Digital Rhetorical Audience." *Journal Of Media Research* 11 (January): 55–70. <https://doi.org/10.24193/jmr.30.4>.
- Kustiawan, Winda, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, And Rofifah Abiyyah Lubis. 2022. "Komunikasi Massa." *Journal Analytica Islamica* 11 (1): 1–9.
- Larsson, Anders. 2021. "The Rise Of Instagram As A Tool For Political Communication - A Longitudinal Study Of European Political Parties And Their Followers." *New Media & Society* 25 (July). <https://doi.org/10.1177/14614448211034158>.
- Mcnaair, Brian. 2017. *An Intoductionoon To Political Communication*.
- Narteh, Bedman, Kobby Mensah, And Joyce Nyanzu. 2017. "Political Party Branding And Voter Choice In Ghana," 69–96. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57373-1>.
- Nurhabib, Faris. 2022. "Konsep Kepemimpinan Dalam Al-Qur'an."
- Poyraz, Emel. 2020. "Interpersonal Communication And Social Exchange Theory." *International Journal Of Social And Economic Sciences* 10 (1 Se-Articles): 1–14.
- Prajarto, Nunung. N.D. "Komunikasi Politik Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi." *Komunikasi Poltik*.
- Priowidodo, Gatut, And Yustisia D Sari. 2018. "Social Media And Political Campaign Political Communication Strategies In The 2018 East Java Governor Election."
- Putri, Nyanyak Marawan. 2020. "Branding Politik Calon Presiden Terhadap Meningkatnya Suara Pks Di Dprk Kota Banda Aceh Pada Pemilu 2019."
- Rahmat, Al Fauzi, And Eko Priyo Purnomo. 2020. "Twitter Media Platform To Set-Up Political Branding: Analyzing @Kiyai_Marufamin In 2019 Presidential Election Campaign." *Nyimak: Journal Of Communication* 4 (1): 73–88.
- Ramadhan, Rizqyyah Umami. 2022. "Personal Branding Arif Muhammad Dalam."
- Ruhdiara. 2023. "Principles Of State Organization In Surah An-Nisa' (4): 58-59." *Jurnal Dusturiyah* 13 (1): 1–27.
- Siagian, Fereddy. 2021. "The Effect Of Internal Communication On The Performance Of Educational Personnel At The Cirebon Maritime Academy." *International Journal For Educational And Vocational Studies* 3 (2): 146–50.
- Suryo, Herning, And Haryo Kusumo Aji. 2020. "Media Sosial Dan Pesan Politik

(Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial).” *Research Fair Unisri* 4 (1).

Suseno, Franz Magnis. 2001. *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*.

Tumasjan, A B. 2021. “Social Media And Political Communication: A Review Of The Literature.” *Media And Communication*, 9 (2), 18–34.

Utami, Kristi Dwi, And Puji Lestari. 2017. “Audience Reception Analysis Toward Political Messages In President Joko Widodo Youtube Channel.” *The Indonesian Journal Of Communication Studies* 10 (1): 26–40.

Weare, Christopher. 2022. “The Internet And Democracy: The Causal Links Between Technology And Politics.” *Int’l. J. Of Public Admin* 25 (5): 659–91.

Yanti, Fitri. 2021. *Psikologi Komunikasi*.

Yusuf, Faidah, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, And Angri Lismayani. 2023. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera.” *Jhp2m: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2 (1): 1–8.

- Bahanan, U. F., & Supriyad, A. (2023). Manajemen Komunikasi Politik Melalui Media Digital Dalam Menekan Kasus Kekerasan Anak Oleh Komnas PA. *Journal Human Resources* 24/7: Business
<http://jhr247.org/index.php/JHR247BISMA/article/view/60>
- Bugiono, B., Herawati, N., & Rahmaniah, E. (2023). Strategi Komunikasi Politik Sukiryanto Dalam Pemenangan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) di Kalimantan Barat Tahun 2019. *Innovative: Journal Of Social* <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5913>
- Dale, S. (2015). Heuristics and biases: The science of decision-making. *Business Information Review*, 32, 93–99. <https://doi.org/10.1177/0266382115592536>
- Destriana, V., & Askafi, E. (2017). PROSES PEMBENTUKAN PERSONAL BRAND (Studi Kasus Pada Deni Purnama, Perintis Indonesian Health Promoting Hospital, Melalui Media Konvensional dan Media Sosial). *JURNAL REVITALISASI Jurnal Ilmu Manajemen*, 06(04), 92–98.
- Dorisman, A., Suradji, A., & Setiawan, R. (2021). COLLABORATION BETWEEN STAKEHOLDERS IN TRAFFIC ACCIDENT MANAGEMENT. *JIANA: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 19(1), 70–83.
- Dudayef, F., Gumlar, R. G., & Kurniawati, N. K. (2024). *Posisi Strategis Media Massa dan Perannya dalam Proses Komunikasi Politik*. jurnal.desantapublisher.com.
<http://jurnal.desantapublisher.com/index.php/zarathustra/article/view/181>
- Febriansyah, F., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Hasna, S. (2021). Partai Politik Sebagai Political Brand. *Cakrawala-Jurnal Humanioran Dan Sosial*, 2(2), 1–2.
- Ferreira, D., & Eyk, M. Van. (2023). Marketing Political Parties : Political Branding Elements and Voters ' Preference : A Hypothesised Model. *GATR Journal of Management and Marketing Review*, 8(4), 111–118.
- Freeland, E. P. (2015). Public Opinion: Social Attitudes. In *International Encyclopedia of Social & Behavioral Sciences* (Second Edi, Vol. 19). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.32119-5>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (n.d.). Heuristic Decision Making. *Annu. Rev. Psychol.*, 451–482. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120709-145346>
- Heriyanto, H. (2023). *Dinamika Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Pemilih pada Pemilu 2024*. Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM.
- Hidayati, F. R. (2021a). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial : A Conceptual Paper sebagian masyarakat dunia telah menjadi bagian dari gaya hidup modern . Media sosial Mengutip informasi

- yang dikeluarkan oleh HootSuite dan We Are Social pada Janua. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145–161. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.238>
- Hidayati, F. R. (2021b). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/2385>
- Huang, H., Liu, X., & Xu, C. (2023). Research on the Two-way Interaction Between Voters and Political Parties in Elections. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 24, 146–150. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/24/20230682>
- Johnson, J., Degodona, P. L. P., & ... (2024). Sosialisasi Komunikasi Politik Dan Pendidikan Politik Untuk Pemilu Damai 2024 Bagi Masyarakat Di Jalan Sekata Kelurahan Sei Agul Kecamatan Medan Barat Kota *Jurnal Pengabdian* <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2824>
- Juleha, J., Yuniar, J., & Marsuki, N. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Opini Publik dan Partisipasi Politik Era Digital. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 38–45.
- Kor Sins, R. (2018). The Commenting Persona: Reception Theory and the Digital Rhetorical Audience. *Journal of Media Research*, 11, 55–70. <https://doi.org/10.24193/jmr.30.4>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., & Lubis, R. A. (2022). Komunikasi massa. *JOURNAL ANALYTICA ISLAMICA*, 11(1), 1–9.
- Larsson, A. (2021). The rise of Instagram as a tool for political communication - A longitudinal study of European political parties and their followers. *New Media & Society*, 25. <https://doi.org/10.1177/14614448211034158>
- Maulana, R. G., & Djuyandi, Y. (2023). Strategi Komunikasi Politik PKS dalam Mempertahankan Konstituen di Jawa Barat Melalui Instagram. *Journal of Social and Policy Issues*. <http://journal.pencerah.org/index.php/jspi/article/view/138>
- McNair, B. (2017). *An Intoductionoon to Political Communication*.
- Mujab, S., & Irfansyah, A. (2020). Komunikasi Politik Identitas KH Ma'ruf Amin sebagai Strategi Depolarisasi Agama pada Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. <http://www.warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/46>
- Narteh, B., Mensah, K., & Nyanzu, J. (2017). *Political Party Branding and Voter Choice in Ghana*. 69–96. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57373-1>
- Nurhabib, F. (2022). *KONSEP KEPEMIMPINAN DALAM AL-QUR'AN*.
- Poyraz, E. (2020). *INTERPERSONAL COMMUNICATION AND SOCIAL*

- EXCHANGE THEORY. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(1 SE-Articles), 1–14.
- Prajarto, N. (n.d.). Komunikasi Politik dalam Perspektif Ilmu Komunikasi. *Komunikasi Poltik*.
- Priyowidodo, G., & Sari, Y. D. (2018). *SOCIAL MEDIA AND POLITICAL CAMPAIGN Political Communication Strategies in the 2018 East Java Governor Election*.
- Putri, N. M. (2020). *BRANDING POLITIK CALON PRESIDEN TERHADAP MENINGKATNYA SUARA PKS DI DPRK KOTA BANDA ACEH PADA PEMILU 2019*.
- Rahmat, A. F., & Purnomo, E. P. (2020). Twitter Media Platform to Set-Up Political Branding: Analyzing @Kiyai_Marufamin in 2019 Presidential Election Campaign. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 73–88.
- Ramadhan, R. U. (2022). *PERSONAL BRANDING ARIF MUHAMMAD DALAM*.
- Ruhdiara. (2023). PRINCIPLES OF STATE ORGANIZATION IN SURAH AN-NISA' (4): 58-59. *Jurnal Dusturiyah*, 13(1), 1–27.
- Siagian, F. (2021). The Effect of Internal Communication on the Performance of Educational Personnel at the Cirebon Maritime Academy. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 3(2), 146–150.
- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1).
- Suseno, F. M. (2001). *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*.
- Tayibnapis, R. G., & Aladdin, Y. (2023). Analisis Bibliometrika Politik Identitas Anies Baswedan Pada Studi Media Komunikasi. *COMMENTATE: Journal of* <https://journal.lspr.edu/index.php/commentate/article/view/529>
- Urrachmah, M. S. (2024). Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Literasi Digital Untuk Membangun Komunikasi Politik di Lingkungan Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan* <https://journal.actual-insight.com/index.php/decive/article/view/2089>
- Utami, K. D., & Lestari, P. (2017). AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS TOWARD POLITICAL MESSAGES IN PRESIDENT JOKO WIDODO YOUTUBE CHANNEL. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 10(1), 26–40.
- Weare, C. (2022). THE INTERNET AND DEMOCRACY: THE CAUSAL LINKS BETWEEN TECHNOLOGY AND POLITICS. *INT'L. J. OF PUBLIC ADMIN*, 25(5), 659–691.
- Yanti, F. (2021). *Psikologi Komunikasi*.

- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–8.
- Zunaria, Y., & Ruliana, P. (2022). Model Orientasi Pemasaran Politik sebagai Strategi Komunikasi Pemenangan Pemilu Legislatif. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. <http://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/155>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
(KUESIONER PENELITIAN)

KUISIONER

Profil Responden

1. **Jenis Kelamin:**
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. **Usia:**
 - < 20 tahun
 - 20-29 tahun
 - 30-39 tahun
 - 40-49 tahun
 - 50 tahun
3. **Pendidikan Terakhir:**
 - SMP
 - SMA/SMK
 - D3
 - S1
 - S2
 - S3
4. **Pekerjaan:**
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Pegawai Swasta
 - Pegawai Negeri
 - Wiraswasta
 - Lainnya, sebutkan: _____
5. **Penggunaan Media Sosial:**
 - < 1 jam per hari
 - 1-3 jam per hari
 - 3-5 jam per hari
 - 5 jam per hari
6. **Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan:**
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - TikTok
 - Lainnya, sebutkan: _____
7. **Seberapa banyak Anda mengikuti perkembangan kampanye Gibran melalui sosial media Gibran?**

- 1-2 kali
- 3-4 kali
- 5-6 kali
- Lebih dari 10 kali

8. Jenis komentar apa yang paling sering Anda tuliskan pada postingan Gibran di media sosial?

- Dukungan
- Pertanyaan
- Kritik
- Saran

9. Siapa yang paling sering Anda bagikan postingan di media sosial Gibran?

- Teman
- Keluarga
- Rekan kerja
- Kelompok atau komunitas

10. Jenis konten apa yang paling Anda sukai dari akun media sosial Gibran?

- Soaial dan Budaya
- Politik
- Ekonomi
- pembangunan

Variabel: Komunikasi Politik Gibran di Media Sosial (X)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X1 1	Gibran memiliki visi dan misi yang jelas untuk masa depan Indonesia yang didukung oleh struktur politik negara.					

2	Pengalaman Gibran sebagai Walikota Solo cukup untuk mengemban tugas sebagai Wakil Presiden					
3	kebijakan publik yang di susun oleh Gibran relevan dengan kebutuhan Masyarakat					
4	aktor politik yang terlibat dalam pencalonan Gibran memberikan dukungan penuh					
5	Kehadiran Gibran dalam panggung politik nasional memberikan harapan baru bagi masyarakat Indonesia.					
X2 6	Gibran mampu menyampaikan pesan kampanye yang relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini.					
7	Pesan kampanye Gibran sesuai dengan isu-isu politik yang sedang berkembang di Indonesia.					

8	Gibran mampu menyelaraskan pesan kampanyenya dengan harapan dan aspirasi generasi muda Indonesia.					
9	Gibran secara efektif menangkap aspirasi masyarakat dalam pesan-pesan kampanyenya					
10	Gibran mengangkat isu-isu sosial yang mendesak bagi masyarakat dalam kampanyenya					
X3 11	Media sosial memberikan ruang yang cukup untuk Gibran dalam menyampaikan pesan kampanyenya kepada publik.					
12	Pesan-pesan kampanye Gibran di media sosial disampaikan dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat.					
13	Penggunaan media sosial oleh Gibran berkontribusi terhadap peningkatan popularitasnya di kalangan pemilih.					

14	Gibran berhasil memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian generasi muda.					
15	Gibran secara efektif menggunakan media sosial untuk menyampaikan visi dan misinya.					
X4 16	Kampanye Gibran berhasil menjangkau berbagai kelompok usia dengan pesan yang relevan					
17	Kampanye Gibran memperhatikan perbedaan budaya dan etnis dalam menyusun pesan kampanye.					
18	Gibran mampu menarik perhatian saya melalui pendekatan kampanye yang digunakan					
19	Saya merasa lebih terhubung dengan kampanye Gibran melalui konten interaktif di media sosial.					
20	Media sosial adalah platform utama					

	saya untuk berbagi dan mendiskusikan informasi tentang kampanye Gibran dengan teman-teman saya.					
X5 21	Konten media sosial Gibran membantu saya memahami program-program yang diusulkannya.					
22	Gibran menyampaikan pesannya dengan cara yang menarik di media sosial.					
23	Sikap politik Gibran selama kampanye mencerminkan nilai-nilai yang saya anut.					
24	Saya sering membagikan informasi tentang kampanye Gibran di media sosial.					

25	Saya mempertimbangkan untuk memilih Gibran berdasarkan kampanye yang telah dilakukan.					

Variabel: Sikap (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Gibran menunjukkan komitmen yang kuat terhadap nilai-nilai etika dalam setiap tindakannya.					
2	Saya percaya bahwa Gibran akan bertindak berdasarkan prinsip-prinsip moral yang tinggi jika terpilih sebagai Wakil Presiden					
3	Saya yakin bahwa Gibran akan selalu mempertimbangkan kepentingan rakyat dalam setiap					

	kebijakan yang diambilnya.					
4	Saya yakin bahwa Gibran menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi yang transparan dan jujur tentang kampanyenya.					
5	saya merasa informasi yang dibagikan tentang Gibran di media sosial dapat dipercaya.					
6	Saya percaya bahwa informasi di media sosial mempengaruhi pandangan saya tentang Gibran.					
7	Informasi yang saya dapatkan dari media sosial sangat mempengaruhi kesan saya terhadap Gibran.					

8	Saya merasa lebih yakin dengan pencalonan Gibran setelah melihat dukungan di media sosial.					
9	Informasi dari media sosial memberikan pengaruh besar pada sikap politik saya terhadap Gibran					
10	Prinsip moral saya memainkan peran penting dalam mendukung atau menolak pencalonan Gibran					
11	Saya menilai Gibran berdasarkan kesesuaian tindakannya dengan nilai-nilai etika yang saya anut.					
12	Saya mempertimbangkan visi dan misi Gibran dengan mempertimbangkan nilai-nilai pribadi saya.					

LAMPIRAN 2
(DATA JAWABAN RESPONDEN)

KONTEKS POLITIK					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	totalX1
3	5	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	2	14
3	3	2	3	3	14
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	5	17
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	2	3	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
3	3	3	2	5	16
3	3	3	3	3	15
3	2	3	5	5	18
3	3	3	3	2	14
4	3	3	3	3	16
4	1	3	5	2	15
3	3	3	2	3	14
3	2	3	3	2	13
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14
3	3	3	5	3	17
5	3	3	2	1	14
5	3	3	2	1	14
4	3	3	3	5	18
3	3	3	3	5	17

4	1	2	5	1	13
1	1	1	1	1	5
5	5	5	5	5	25
3	2	3	3	3	14
5	3	3	2	1	14
5	3	3	2	1	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
3	3	3	2	3	14
3	2	3	5	3	16
5	5	3	3	3	19
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	5	3	5	5	21
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
5	3	5	5	3	21
3	3	5	3	5	19
4	3	3	3	5	18
3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14
3	3	3	3	3	15
5	3	3	2	1	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	2	16
3	3	5	5	3	19
3	1	3	5	3	15
5	5	3	3	5	21
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
5	3	3	2	1	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	5	17

3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
3	3	2	1	5	14
4	5	3	3	3	18
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	5	17
3	5	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
3	2	3	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
4	3	3	3	3	16
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	1	2	12
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	3	14
4	2	3	5	3	17
3	3	2	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	5	17
3	3	3	2	5	16
5	3	5	5	5	23
3	3	5	3	3	17

5	3	5	3	3	19
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
3	3	2	3	5	16
3	3	5	2	3	16
3	3	3	3	3	15
4	2	3	3	3	15
3	2	2	3	3	13
4	3	3	3	3	16
KONTEN PESAN					
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	totalX2
5	3	5	3	5	21
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	5	19
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	5	5	3	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	4	3	3	3	16
3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	5	4	3	18
3	3	3	4	3	16
3	4	3	5	3	18
3	3	3	3	4	16
3	3	5	3	4	18
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	5	3	5	3	19

3	4	5	3	4	19
1	4	3	3	5	16
1	4	3	3	5	16
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
1	4	1	1	4	11
1	1	1	1	1	5
5	5	5	5	5	25
3	3	3	5	3	17
3	3	4	1	3	14
1	4	3	3	5	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	5	5	3	3	19
1	4	3	3	3	14
3	3	3	3	3	15
3	5	3	5	5	21
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
5	5	3	3	3	19
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	4	1	3	14
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
5	3	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	5	17
3	3	5	4	3	18

3	3	3	3	3	15
5	5	3	5	5	23
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	3	3	5	3	17
3	3	5	3	3	17
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
3	3	3	5	3	17
3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	5	5	3	19
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	17
3	3	4	3	3	16
4	3	3	4	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	3	5	3	17
4	5	4	3	3	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	3	16
3	3	4	3	4	17
3	3	3	3	4	16
5	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15

3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	16
5	3	3	5	3	19
3	3	5	5	5	21
3	3	4	3	3	16
3	3	5	5	3	19
3	4	3	3	3	16
3	3	1	3	3	13
3	3	3	3	5	17
3	5	3	3	3	17
3	4	3	3	1	14
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
MEDIA DAN TEKNOLOGI					
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	totalX3
5	5	3	5	5	23
3	5	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	5	19
5	3	3	5	3	19
3	3	3	3	3	15
5	5	3	3	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	3	3	3	19
3	3	3	3	3	15
5	3	5	5	5	23
3	3	3	3	5	17
3	3	1	3	3	13
5	3	3	5	3	19
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
4	3	5	5	3	20
5	3	3	3	3	17
3	3	5	3	3	17
1	3	5	5	5	19

3	4	3	4	3	17
5	3	5	5	3	21
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	3	5	5	3	21
3	3	3	5	3	17
5	3	3	4	1	16
5	3	3	4	1	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	4	17
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	3	3	5	3	19
5	4	1	5	3	18
5	3	3	4	1	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	5	5	3	3	21
5	5	3	5	3	21
3	5	3	5	3	19
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	5	17
5	5	5	3	5	23
3	3	5	5	3	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	5	4	3	3	18
4	1	4	1	5	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15

3	3	5	5	5	21
5	5	3	3	5	21
5	3	5	5	5	23
3	3	3	3	3	15
3	3	4	5	3	18
3	3	3	5	3	17
5	3	5	3	3	19
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	5	3	17
5	3	3	5	3	19
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
3	4	3	3	4	17

3	3	4	3	5	18
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
5	4	3	3	4	19
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	3	16
3	3	3	4	3	16
3	3	3	4	3	16
3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
3	3	5	5	1	17
3	3	4	3	3	16
3	3	3	4	3	16
3	5	3	3	3	17
3	5	3	3	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
PENERIMA PESAN					

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	totalX4
3	5	3	5	3	19
5	3	5	5	3	21
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	3	23
5	5	3	5	5	23
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	5	5	5	5	23
4	3	5	3	3	18
3	4	3	3	3	16
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	4	16
3	3	5	3	5	19
3	3	3	5	3	17
5	3	4	3	5	20
4	3	3	5	4	19
3	3	3	3	3	15
5	3	4	3	5	20
3	5	5	3	3	19
4	5	3	3	4	19
3	3	3	3	3	15
5	3	5	5	5	23
3	3	5	5	3	19
4	4	5	3	4	20
5	4	3	3	5	20
5	4	3	3	5	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	5	5	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	3	3	5	3	19
5	5	3	3	4	20

5	4	3	3	5	20
4	4	3	5	3	19
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	16
5	3	4	4	3	19
5	3	5	5	3	21
5	3	3	3	3	17
3	3	3	5	3	17
5	5	5	5	5	25
5	3	3	3	3	17
5	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	4	5	3	18
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	5	3	17
3	5	5	3	3	19
3	3	3	3	3	15
3	5	5	3	5	21
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
5	4	3	3	4	19
3	3	5	3	3	17
5	3	5	3	5	21
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
3	3	3	5	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16

3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	4	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	5	3	17
3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	3	15
4	3	3	5	3	18
3	3	3	3	3	15
3	3	5	4	3	18
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	4	18
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	4	3	3	16
4	4	4	4	3	19
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
5	3	5	3	3	19
5	5	3	3	3	19
3	5	3	3	5	19
3	3	3	3	5	17
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	4	5	3	18
3	3	5	3	5	19

3	3	3	3	3	15
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
KESAN DAN REAKSI					
X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	totalX5
5	3	3	5	3	19
5	3	5	3	5	21
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	3	3	4	3	16
5	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	5	3	1	5	17
3	3	3	3	5	17
5	3	3	3	3	17
5	3	3	5	5	21
3	5	3	1	3	15
3	3	3	3	5	17
4	4	3	5	1	17
3	3	3	3	3	15
5	5	4	3	4	21
3	3	3	3	4	16
5	3	3	3	5	19
3	3	3	3	3	15
1	4	3	4	3	15
1	4	3	3	5	16
5	3	3	4	1	16
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15

4	4	1	4	1	14
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	3	3	5	21
5	3	3	4	1	16
5	3	3	4	1	16
3	5	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
5	3	3	5	3	19
5	3	3	5	5	21
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
5	3	3	5	5	21
5	3	5	3	3	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15
4	1	3	1	5	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	5	3	1	3	15
5	3	5	3	3	19
3	3	3	4	3	16
4	4	3	4	3	18
3	3	5	4	3	18
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15

3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	5	17
3	3	3	5	3	17
3	3	3	4	5	18
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	3	3	4	3	16
3	3	3	4	3	16
3	3	3	4	3	16
5	3	3	3	3	17
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
4	4	5	3	3	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	3	3	3	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	5	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	3	5	3	3	19
3	3	3	5	3	17

5	5	5	3	3	21
3	3	3	4	1	14
3	3	4	3	3	16
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	3	16
3	3	5	3	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	3	4	3	16

DATA RESPONDEN VARIABEL (Y) SIKAP DI MASYARAKAT

SIKAP DI MASYARAKAT												
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	totally
3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	40
5	5	3	5	3	5	3	3	5	3	3	5	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	5	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	41
3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	42
5	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	42
3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	3	3	5	3	3	3	4	5	3	3	3	43
3	5	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	41
3	3	3	5	5	5	3	4	3	5	3	1	43
3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	39
3	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	42
3	3	3	5	4	5	5	3	3	3	5	4	46
3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	32
3	4	3	4	3	3	3	4	5	5	3	5	45
3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	40
5	3	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	48
3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	40
3	3	3	5	5	3	5	3	3	4	3	3	43
5	3	3	4	1	1	4	3	3	5	5	3	40
1	4	3	3	5	5	3	3	4	1	1	3	36
3	3	3	3	1	3	3	3	3	5	3	4	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
1	1	1	4	4	1	1	1	5	5	1	4	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	40
3	3	4	1	5	3	3	4	1	3	5	3	38
3	4	3	3	5	5	3	3	4	1	3	3	40
3	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	39
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	3	5	3	3	5	3	4	4	3	3	3	44
5	3	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	48
3	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	5	46
5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	50
3	5	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	36
5	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	42
5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	5	46
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	38
5	3	3	4	1	5	3	3	4	5	5	3	44
3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	37
3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	3	5	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	3	4	4	3	5	5	5	1	4	3	3	44
3	5	4	5	3	3	4	5	3	3	3	3	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	40

3	5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	40
3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	38
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	1	3	36
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	39
3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	39
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	5	1	5	5	5	4	5	5	3	3	3	47
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	39
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	37
3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	39
5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	40
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	5	42
5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	46
5	5	3	5	4	3	3	3	1	3	5	3	43
3	3	5	5	3	4	3	3	3	5	5	3	45
3	3	1	3	3	3	5	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	1	3	37

3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	35
3	3	3	4	3	5	3	3	5	3	3	1	39
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	38
3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	39
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	38

Validitas Komunikasi Politik (X)

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Sikap di Masyarakat (Y)

		Correlations												
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	totally
Y1.1	Pearson Correlation	1	,192*	,341**	,408**	,063	,161	,213*	,210*	,077	,253**	,433**	,226*	,658**
	Sig. (2-tailed)		,036	,000	,000	,494	,078	,019	,021	,403	,005	,000	,013	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.2	Pearson Correlation	,192*	1	,052	,185*	,079	,185*	,208*	,385**	,134	-,100	,204*	,063	,456**
	Sig. (2-tailed)	,036		,575	,043	,391	,043	,022	,000	,143	,277	,025	,496	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.3	Pearson Correlation	,341**	,052	1	,081	,066	,210*	,134	,119	-,173	,052	,346**	,155	,434**
	Sig. (2-tailed)	,000	,575		,377	,472	,022	,145	,194	,059	,575	,000	,090	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.4	Pearson Correlation	,408**	,185*	,081	1	,241**	,162	,111	,157	,265**	,249**	,268**	,231*	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000	,043	,377		,008	,077	,228	,087	,003	,006	,003	,011	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.5	Pearson Correlation	,063	,079	,066	,241**	1	,189*	,120	,088	,107	-,139	,032	,167	,396**
	Sig. (2-tailed)	,494	,391	,472	,008		,039	,191	,342	,247	,130	,730	,068	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.6	Pearson Correlation	,161	,185*	,210*	,162	,189*	1	,116	,285**	,170	-,134	,068	-,047	,435**
	Sig. (2-tailed)	,078	,043	,022	,077	,039		,206	,002	,064	,144	,463	,613	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.7	Pearson Correlation	,213*	,208*	,134	,111	,120	,116	1	,302**	-,078	,009	,225*	,128	,450**
	Sig. (2-tailed)	,019	,022	,145	,228	,191	,206		,001	,400	,919	,014	,164	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.8	Pearson Correlation	,210*	,385**	,119	,157	,088	,285**	,302**	1	,031	,036	,125	-,037	,462**
	Sig. (2-tailed)	,021	,000	,194	,087	,342	,002	,001		,737	,696	,173	,690	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.9	Pearson Correlation	,077	,134	-,173	,265**	,107	,170	-,078	,031	1	-,003	-,146	,130	,276**
	Sig. (2-tailed)	,403	,143	,059	,003	,247	,064	,400	,737		,971	,113	,156	,002
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.10	Pearson Correlation	,253**	-,100	,052	,249**	-,139	-,134	,009	,036	-,003	1	,067	,219*	,288**
	Sig. (2-tailed)	,005	,277	,575	,006	,130	,144	,919	,696	,971		,467	,016	,001
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.11	Pearson Correlation	,433**	,204*	,346**	,268**	,032	,068	,225*	,125	-,146	,067	1	,193*	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000	,025	,000	,003	,730	,463	,014	,173	,113	,467		,035	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.12	Pearson Correlation	,226*	,063	,155	,231*	,167	-,047	,128	-,037	,130	,219*	,193*	1	,445**
	Sig. (2-tailed)	,013	,496	,090	,011	,068	,613	,164	,690	,156	,016	,035		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
totally	Pearson Correlation	,658**	,456**	,434**	,631**	,396**	,435**	,450**	,462**	,276**	,288**	,515**	,445**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,001	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas Komunikasi Politik (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,988	25

Reliabilitas Sikap di Masyarakat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,946	12

Uji Koefisien Kolerasi

Correlations

		Konteks Politik	Media dan Teknologi	Penerima Pesan	Konten Pesan	Kesan dan Reaksi	Sikap di Masyarakat
Konteks Politik	Pearson Correlation	1	,358**	,285**	,555**	,452**	,424**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
Konten Pesan	Pearson Correlation	,358**	1	,538**	,357**	,518**	,397**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
Media dan Teknologi	Pearson Correlation	,285**	,538**	1	,293**	,389**	,461**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,001	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
Penerima Pesan	Pearson Correlation	,555**	,357**	,293**	1	,370**	,492**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
Kesan dan Reaksi	Pearson Correlation	,452**	,518**	,389**	,370**	1	,652**

Sikap di Masyarakat	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120
	Pearson Correlation	,424**	,397**	,461**	,492**	,652**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,731 ^a	,535	,514	2,870

a. Predictors: (Constant), totalX5, totalX2, totalX4, totalX1, totalX3

b. Dependent Variable: totally

Uji Koefisien Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.290	2.785		2.977	.004
	Konteks Politik	.034	.148	.018	.227	.821
	Konten Pesan	.488	.149	.259	3.277	.001
	Media dan Teknologi	-.151	.145	-.087	-1.038	.301
	Penerima Pesan	.406	.135	.232	3.005	.003

Kesan dan Reaksi	1.104	.176	.503	6.277	.000
------------------	-------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Sikap di Masyarakat

Uji Normalitas

Tabel 4.1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		Konteks Politik	Konten Pesan	Media dan Teknologi	Penerima Pesan	Kesan dan Reaksi	Sikap di Masyarakat
N		120	120	120	120	120	120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15,58	16,27	16,88	17,20	16,38	39,28
	Std. Deviation	2,263	2,180	2,375	2,350	1,874	4,118
Most Extreme Differences	Absolute	,234	,222	,221	,201	,213	,188
	Positive	,234	,193	,221	,201	,213	,188
	Negative	-,193	-,222	-,207	-,175	-,207	-,188
Test Statistic		,234	,222	,221	,201	,213	,188
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

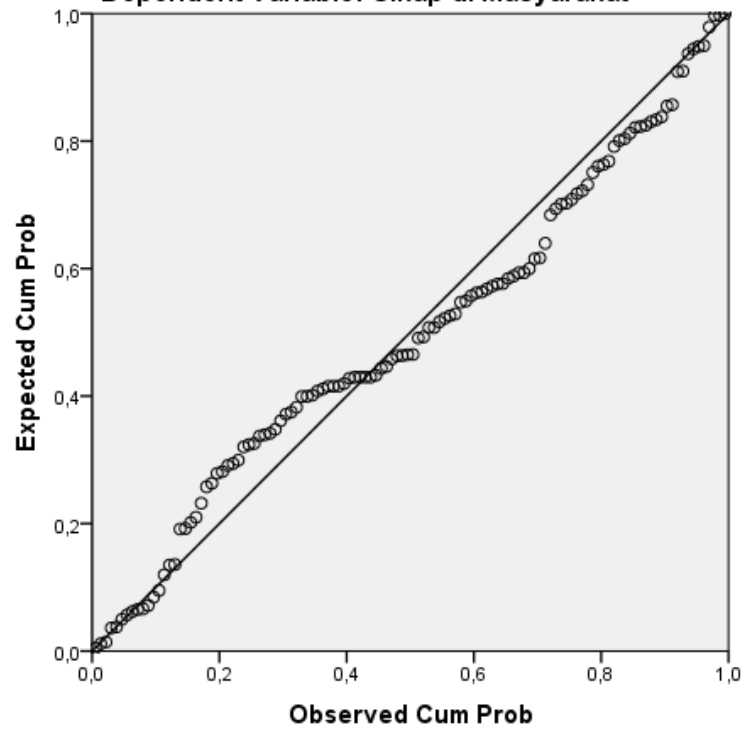
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Sikap di Masyarakat



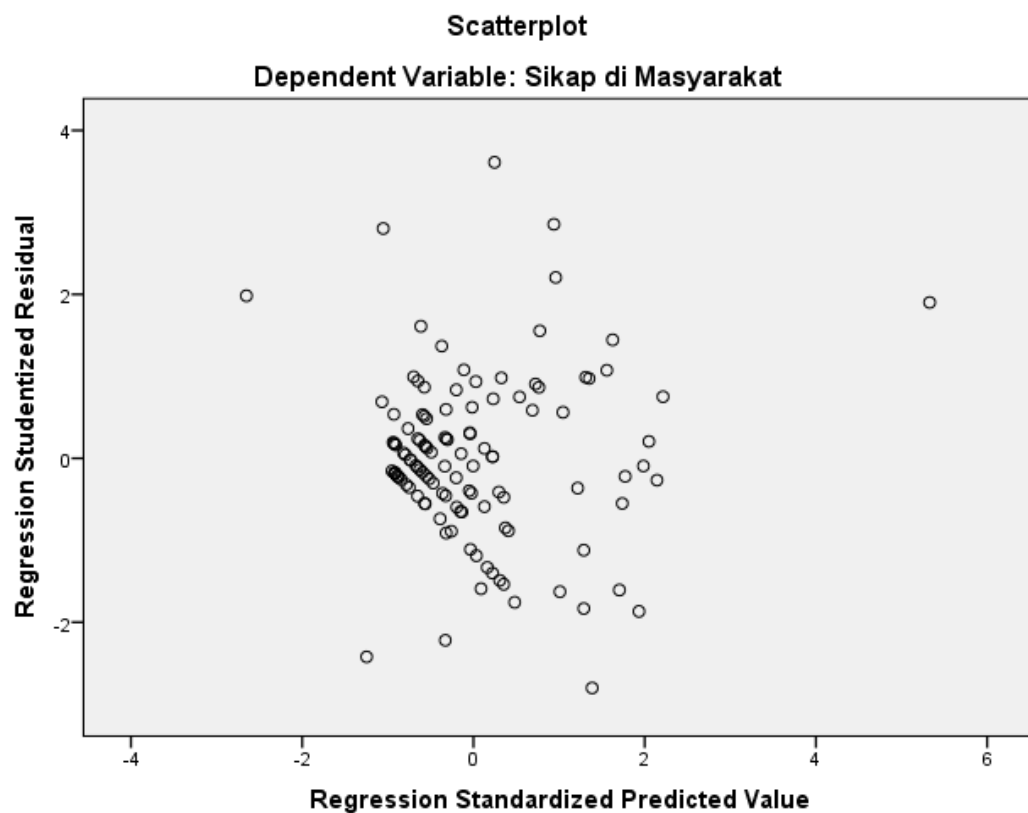
Uji multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kesan dan Reaksi	,637	1,571
	Konten Pesan	,687	1,455
	Media dan Teknologi	,583	1,715
	Penerima Pesan	,655	1,526
	Konteks Politik	,618	1,619

a. Dependent Variable: Sikap di Masyarakat

Uji Heterokedasitas



Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1079,241	5	215,848	26,214	,000 ^b
	Residual	938,684	114	8,234		
	Total	2017,925	119			

a. Dependent Variable: sikap di masyarakat

b. Predictors: (Constant), totalX5, totalX2, totalX4, totalX1, totalX3

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,290	2,785		2,977	,005
	Konteks Politik	,034	,148	,018	,227	,821
	Konten Pesan	,488	,149	,259	3,277	,061
	Media dan Teknologi	-,151	,145	-,087	-1,038	,301
	Penerima Pesan	,406	,135	,232	3,005	,063
	Kesan dan Reaksi	1,104	,176	,503	6,277	,070

a. Dependent Variable: Sikap di masyarakat (Y)

Distribusi nilai rtabel Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI PENELITIAN



LAMPIRAN 5

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Permata Sari
Alamat : Jl.Darul Mutaqin II, RT 6 RW 5, Kel.Karang Sari,
Kec.Neglasari, Kota Tangerang
Email : i99.permatasari@gmail.com
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul :

**"DARI SOLO KE PANGGUNG NASIONAL : KOMUNIKASI POLITIK
GIBRAN RAKABUMING RAKA DALAM MENCAPAI PENCALONAN
WAPRES"**

Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan dalam bentuk artikel jurnal baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang maupun di Lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal ini proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada surat pernyataan publikasi ini. Surat pernyataan ini dibuat berdasarkan SK Dekan FISIP Nomor: 002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018 Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasikan secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian surat pernyataan publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 17 September 2024

Dosen Pembimbing



Abdul Basit, M.I.Kom

Yang Menyatakan,



Indah permata sari