

**PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM DI KOTA MALANG DENGAN  
KEPERCAYAAN MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**FIRMAN NUR WAHYUDI**

**19410233**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2023**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM DI KOTA MALANG DENGAN  
KEPERCAYAAN MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk memenuhi  
salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

**Firman Nur Wahyudi**

**19410233**

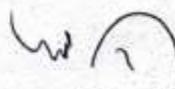
**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PADA**  
**PEMILIHAN UMUM DI KOTA MALANG DENGAN KEPERCAYAAN**  
**MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**SKRIPSI**

Oleh:  
**Firman nur wahyudi**  
**Nim 19410233**

Telah disetujui oleh  
**Dosen pembimbing skripsi**

  
**Dr. Mohammad Mahpur, M.Si**  
**Nip. 1974605052005011003**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



**Prof. Dr. Rifa hidayah, M.si**  
**Nip. 197611282002122001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

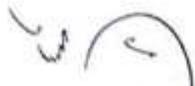
**PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM DI KOTA MALANG DENGAN  
KEPERCAYAAN MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
SKRIPSI**

Telah dipertahankan di depan penguji  
pada tanggal 27 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

**Dosen Pembimbing Skripsi**

**Ketua Penguji**



Dr. Mohammad Mahpur, M.Si  
NIP. 199406162019082001

Yusuf Ratu Agung, MA  
NIP. 198010202015031002

**Sekretaris Penguji**



Muchamad Adam Basori, M.A., TESOL  
NIP. 19810312201608011098

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

**Mengetahui**  
**Dean Fakultas Psikologi**  
**Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**



Dr. Ili-Rifa Hidayah, M.si  
NIP. 197611282002122001

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

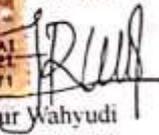
Nama : Firman Nur Wahyudi

NIM : 19410233

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa penelitian yang berjudul "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Masyarakat Kota Malang Dengan Kepercayaan Masyarakat Sebagai Variabel Moderasi" adalah benar merupakan hasil penelitian sendiri dan tidak melakukan tindak plagiat dalam penyusunan penelitian tersebut. Adapun kutipan-kutipan yang ada dalam penyusunan penelitian ini telah peneliti cantumkan sumber pengutipannya dalam daftar pustaka. Peneliti bersedia untuk melakukan proses sebagaimana mestinya sesuai undang-undang jika ternyata penelitian ini secara prinsip merupakan plagiat penelitian orang lain dan bukan merupakan tanggung jawab Dosen Pembimbing ataupun Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, peneliti bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Malang, 07 Juli 2023  
Peneliti  
  
Firman Nur Wahyudi  
NIM.19410233



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang semoga dapat memberikan kita syafa'atnya pada hari akhir.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Yusuf Ratu Agung, M.A selaku Ketua Program studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Mohammad Mahpur, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar telah memberikan banyak masukan, arahan, serta motivasi yang sangat berharga dalam penelitian ini.
5. Bapak M. Adam Basori, MA. TESOL selaku Dosen yang memberikan masukan terkait bahasa dan gramatikal sekaligus berperan sebagai sekertaris dalam ujian skripsi.

6. Novia Solichah, M.Psi., Psikolog selaku dosen wali yang telah mendampingi proses akademik dari awal semester hingga saat ini dengan sabar, memberikan banyak masukan, arahan, serta semangat.
7. Segenap Civitas Akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu dan juga bimbingannya selama ini.
8. Bapak Suparman dan ibunda Nur Iva Dianah. Terima kasih atas segala nasihat, kasih sayang, motivasi, perjuangan, dukungan dan do'a yang tak henti engkau berikan pada anakmu sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. semoga Allah SWT meridhoi beliau berdua.
9. Drs. KH. Mujib Imron SH.MH selaku pengasuh Pondok Pesantren Al-yasini. Terimakasih atas segala do'a, arahan, dan bimbingan yang telah engkau berikan sehingga saya bisa sampai pada titik ini. Semoga Allah SWT selalu meridhoi engkau.
10. Ky Sholeh bahrudin Kalam Sengonangung dan segenap keluarga besar Pondok Pesantren Ngalah. Terimakasih atas segala do'a, arahan, pelajaran dan bimbingan yang telah engkau semua berikan sehingga saya bisa sampai pada titik ini. Semoga Allah SWT selalu meridhoi beliau-beliau semua.
11. Pimpinan dan Jajaran Staff Bawaslu kota Malang, yang telah menerima, membimbing, pengetahuan dan pengalaman sehingga bisa

mengerjakan tugas akhir skripsi hingga selesai.

12. PMII Rayon penakluk Al-adawiah terimakasih telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran atas pengabdian yang telah saya persembahkan, semoga bisa terus berkembang dan lebih maju.
13. Arek arek Ndalem dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan juga masyarakat kota Malang yang menjadi responden dalam penelitian ini

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu peneliti berharap dari segala bentuk saran dan masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak dalam psikologi sosial politik di kota Malang.

Malang,.....2023

Penulis

Firman Nur Wahyudi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
البحث .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. Media Sosial Instagram .....	10
1. Pengertian Media Sosial Instagram .....	10
2. Aspek Media Sosial .....	13
3. Indikator penggunaan media sosial Instagram.....	14
B. Keputusan memilih (Voters Decision) .....	15

1.	Definisi keputusan memilih.....	15
2.	Faktor keputusan memilih .....	17
3.	Aspek -aspek keputusan memilih .....	19
C.	Kepercayaan politik .....	20
1.	Pengertian Kepercayaan Politik.....	20
2.	Faktor Kepercayaan Politik.....	22
3.	Aspek Kepercayaan Politik.....	24
D.	Kerangka Konseptual .....	25
E.	KERANGKA BERFIKIR.....	26
F.	Hipotesis penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
A.	Jenis Penelitian .....	28
B.	Lokasi dan waktu penelitian.....	28
C.	Identifikasi Variable Penelitian.....	28
D.	Definisi Oprasional variabel penelitian .....	29
1.	Media sosial (Instagram) .....	29
2.	Keputusan memilih.....	30
3.	Kepercayaan politik Masyarakat (trust) .....	31
E.	Subjek Penelitian .....	31
1.	Populasi .....	31
2.	Sampel.....	31

<b>F. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>32</b>
<b>G. Instrumen .....</b>	<b>33</b>
<b>H. Uji validitas dan Reabilitas instrument Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>1. Uji Validitas .....</b>	<b>38</b>
<b>2. Uji Reabilitas .....</b>	<b>40</b>
<b>I. ANALISIS DATA .....</b>	<b>41</b>
<b>1. Analisis Statistic Deskriptif .....</b>	<b>41</b>
<b>J. Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>42</b>
<b>K. Uji Normalitas .....</b>	<b>42</b>
<b>L. Uji Linieritas .....</b>	<b>43</b>
<b>M. Uji homoskedastisitas .....</b>	<b>43</b>
<b>N. Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>43</b>
<b>O. Uji hipotesis .....</b>	<b>44</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
<b>A. Hasil Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>1. Gambaran Lokasi Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>2. Uji validitas .....</b>	<b>45</b>
<b>3. Uji Reabilitas .....</b>	<b>49</b>
<b>4. Analisis Statistic Deskriptif .....</b>	<b>50</b>
<b>5. Kategorisasi Data .....</b>	<b>51</b>
<b>6. Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>53</b>

7. Uji Homoskedastisitas .....	61
8. Uji Multikolinearitas .....	62
9. Uji Hipotesis .....	64
b. Uji Regresi Moderasi .....	66
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>70</b>
1. Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Isu Politik Media Sosial Pada Masyarakat Kota Malang .....	70
3. Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kota Malang terhadap Partai Politik	74
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>84</b>
A. kesimpulan .....	84
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 instrumen penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Skala Media Sosial.....	36
Tabel 3. 3 Skala keputusan memilih .....	36
Tabel 3. 4 Skala kepercayaan pada partai politik.....	38
Tabel 3. 5 Blueprint Variabel Media Sosial Instagram.....	39
Tabel 3. 6 blueprint variabel Keputusan Memilih .....	39
Tabel 3. 7 blueprint variabel Kepercayaan Politik Masyarakat .....	40
Tabel 3. 8 Klasifikasi Nilai Reabilitas .....	41
Tabel 3. 9 Kategorisasi Skala.....	42
Tabel 4. 1 hasil Uji validitas variabel X (media sosial Instagram).....	46
Tabel 4. 2 Hasil uji validitas variabel Y keputusan memilih .....	47
Tabel 4. 3 Hasil uji validitas variabel z kepercayaan politik .....	48
Tabel 4. 4 Hasil uji reabilitas skala media sosial Instagram, keputusan memilih dan kepercayaan politik.....	49
Tabel 4. 5: Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	50
Tabel 4. 6: Kategorisasi data media sosial instagram .....	52
Tabel 4. 7: Kategorisasi keputusan memilih .....	52
Tabel 4. 8: Kategorisasi kepercayaan politik masyarakat .....	53
Tabel 4. 9 uji Normalitas.....	54

Tabel 4. 10 data outlier.....	55
Tabel 4. 11 hasil uji Normalitas .....	58
Tabel 4. 12 hasil uji Linieritas .....	60
Tabel 4. 13 hasil uji Homoskedatisitas .....	61
Tabel 4. 14 hasil uji Multikolineritas .....	63
Tabel 4. 15 uji Regresi Linear Sederhana .....	64
Tabel 4. 16 uji Regresi Moderasi .....	67

## ABSTRAK

Firman Nur Wahyudi, 19410233, 2023. Pengaruh Media Sosial (Instagram) Terhadap Keputusan Memilih Pada Pemilihan Umum Di Kota Malang Dengan Kepercayaan Masyarakat Sebagai Variabel Moderasi, *Skripsi*, Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen Pembimbing : Dr. Mohammad Mahpur, M.Si

---

Media sosial berpengaruh cukup besar pada cara pandang masyarakat di Indonesia dalam berpartisipasi politik. Karena media sosial merupakan akses paling mudah kita pakai setiap harinya. Kelebihan media sosial adalah media sosial tidak sekadar menjadi alat untuk berkomunikasi, bersosialisasi atau pemasaran secara online, namun bisa dimanfaatkan sebagai alat politik untuk berkampanye serta menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan politik. Bentuk kepercayaan antara pemerintah dan masyarakatnya sangat erat kaitannya dengan karakter dari komunikasi sebuah media dan media sosial merupakan salah satu instrumen baru yang kini menjadi hal yang cukup berpengaruh dalam melakukan komunikasi, sosialisasi dan pendidikan politik.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif korelasional. Pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* dan jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 400 sampel. Data disebar menggunakan metode kuesioner bermodel skala likert. Terdiri dari tiga skala yakni Skala penggunaan media sosial Instagram, keputusan memilih dan kepercayaan masyarakat. Data hasil penelitian dianalisis menggunakan uji regresi linier

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media sosial Instagram pada masyarakat kota Malang berada pada kategori sedang dengan presentase 63%. Tingkat keputusan memilih pada masyarakat kota Malang berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat ditunjukkan sejumlah 333 masyarakat berada pada kategori sedang dengan presentase 83,3%. tingkat kepercayaan masyarakat kota Malang terhadap partai politik termasuk kategori sedang, dengan jumlah responden sebanyak 238 masyarakat kota Malang berada pada kategori sedang dengan presentase sebanyak 74,5%. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pada pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih pada masyarakat kota Malang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien beta sebesar 0,002, semakin tinggi penggunaan media sosial Instagram pada masyarakat kota Malang maka keputusan memilih semakin tinggi. adanya peran kepercayaan politik sebagai variabel moderasi pada pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih pada masyarakat kota Malang. dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi moderasi sebesar 0,002, semakin tinggi pengaruh media sosial Instagram yang terdapat pada masyarakat kota Malang, maka kepercayaan politik masyarakat kota Malang juga semakin tinggi, dan peran kepercayaan politik masyarakat Kota Malang memperkuat pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih.

**Kata Kunci: Keputusan Memilih, Kepercayaan Masyarakat, Media Sosial**

## ABSTRACT

Firman Nur Wahyudi, 19410233, 2023. The Effect of Social Media (Instagram) on Voting Decisions in General Elections in Malang City With Public Trust as a Moderation Variable, Thesis, Faculty of Psychology UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Supervisor: Dr. Mohammad Mahpur, M.Si

---

Social media has a significant influence on the perspective of Indonesian people in participating in politics. Because social media is the easiest access for us to use every day. The advantage of social media is that social media is not just a tool for communicating, socializing or marketing online, but can be used as a political tool for campaigning and as an effective means of conveying political messages. The form of trust between the government and its people is closely related to the character of the communication of a media and social media is one of the new instruments which has now become quite influential in communication, outreach and political education.

This study uses a type of correlational quantitative approach. Sampling used random sampling technique and the number of respondents in this study was 400 samples. The data is distributed using a questionnaire method with a Likert scale model. It consists of three scales, namely the Instagram social media usage scale, voting decisions and public trust. The research data were analyzed using the pearson regrestion liner

The results of the study show that the level of use of Instagram social media in the people of Malang city is in the medium category with a percentage of 63%. The level of decision to choose in the people of Malang city is in the medium category. It can be shown that a number of 333 people are in the medium category with a percentage of 83.3%. the level of trust of the people of Malang city towards political parties is in the medium category, with a total of 238 respondents, the people of Malang city are in the medium category with a percentage of 74.5%. There is a positive and significant influence on the influence of social media on the decision to vote in the people of Malang city with a significance value of 0.000 and a beta coefficient value of 0.002, the higher the use of Instagram social media in the people of Malang city, the higher the decision to choose. the role of political trust as a moderating variable on the influence of Instagram social media on voting decisions in the people of Malang city. with a significance value of 0.000 and a moderation regression coefficient value of 0.002, the higher the influence of Instagram social media on the people of Malang city, the political trust of the people of Malang city is also getting higher, and the role of political trust of the people of Malang City strengthens the influence of Instagram social media on voting decisions.

**Keywords:** *Voting Decision, Community Trust, Social Media*

## البحث

فيرمان نور وحيودي ، ٢٠٢٣، ١٩٤١٠٢٣. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (إنستغرام) على قرارات التصويت في الانتخابات العامة في مدينة مالانج مع ثقة الجمهور كمتغير معتدل ، أطروحة ، كلية علم النفس مولانا مالك إبراهيم مالانج .  
المشرف: دكتور. محمد محبور ، ماجستير

وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على منظور الإندونيسيين في المشاركة في السياسة. لأن وسائل التواصل الاجتماعي هي أسهل وصول لنا لاستخدامها كل يوم. تتمثل مزايا وسائل التواصل الاجتماعي في أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد أداة للتواصل أو التواصل الاجتماعي أو التسويق عبر الإنترنت ، بل يمكن استخدامها كأداة سياسية للحملات وكوسيلة فعالة لنقل الرسائل السياسية. إن شكل الثقة بين الحكومة وشعبها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بطابع اتصال وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي ، وهي إحدى الأدوات الجديدة التي أصبحت الآن مؤثرة جداً في إجراء الاتصالات والتوعية والتثقيف السياسي. تستخدم هذه الدراسة نوعاً من النهج الكمي الترابطي. تم استخدام أسلوب أخذ العينات العشوائية وكان عدد المستجيبين في هذه الدراسة ٤٠٠ عينة. يتم توزيع البيانات باستخدام طريقة الاستبيان مع نموذج مقياس ليكرت. يتكون من ثلاثة مقاييس ، وهي مقياس استخدام الوسائط الاجتماعية في إنستغرام وقرارات التصويت وثقة الجمهور. تم تحليل بيانات البحث باستخدام اختبار بيرسون للارتباط اللحظي للمنتج. وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إنستغرام لدى سكان مدينة مالانج يقع في الفئة المتوسطة بنسبة ٦٣٪. مستوى قرار الاختيار بين سكان مدينة مالانج يقع في الفئة المتوسطة. يتضح أن عدد ٣٣٣ شخصاً في الفئة المتوسطة بنسبة ٨٣.٣٪. يقع مستوى ثقة سكان مدينة مالانج تجاه الأحزاب السياسية في الفئة المتوسطة ، حيث بلغ إجمالي المستطلعين ٢٣٨ ، وسكان مدينة مالانج في الفئة المتوسطة بنسبة ٧٤.٠٪. هناك تأثير إيجابي وهام على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قرار التصويت في سكان مدينة مالانج بقيمة ٠,٠٠٠ ، وقيمة معامل بيتا ٠,٠٠٢ ، وكلما زاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إنستغرام في الناس. مدينة مالانج ، كلما زاد قرار الاختيار. دور الثقة السياسية كمتغير معتدل على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في إنستغرام على قرارات التصويت في سكان مدينة مالانج. بقيمة دلالة تبلغ ٠,٠٠٠ ، وقيمة معامل الانحدار المعتدل ٠,٠٠٢ ، كلما زاد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام على سكان مدينة مالانج ، تزداد الثقة السياسية لسكان مدينة مالانج أيضاً ، ودور الثقة السياسية من سكان مدينة مالانج يقوي تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في إنستغرام على قرارات التصويت.

**الكلمات المفتاحية: قرارات التصويت ، الثقة العامة ، وسائل التواصل الاجتماعي**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Pemilihan Umum atau yang sering di sebut PEMILU merupakan proses memilih seorang pemimpin untuk menduduki sebuah jabatan. Sistem Pemilihan Umum memiliki mekanisme dan proses demokrasi yang merupakan perwujudan kedaulatan rakyat sebagaimana telah dijamin dalam konstitusi. Hal tersebut telah di amanatkan dalam undang-undang Dasar 1945 pasal 2 ayat 2 yang menyatakan bahwa” kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar” adapun kedaulatan yang di maksud adalah pelaksanaan sistem pemilu yang demokrasi dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat.

Menurut Prihatmoko. (2016) Pemilih yang merupakan bagian dari masyarakat luas bisa saja tidak menjadi konstituen partai politik tertentu, masyarakat terdiri dari beragam kelompok, terdapat kelompok masyarakat yang memang non-partisipan, dimana ideologi dan tujuan politik mereka tidak dikatakan pada suatu partai politik tertentu. Mereka menunggu sampai ada suatu partai politik yang bisa menawarkan program politik yang menawarkan program kerja yang terbaik menurut mereka, sehingga partai tersebutlah yang akan mereka pilih. Biasanya masyarakat cerdas juga sudah menggunakan pilihan mereka untuk menentukan siapa pemimpin terbaik menurut versinya.

Media sosial Instagram berpengaruh cukup besar pada cara pandang masyarakat di Indonesia dalam berpartisipasi politik. Karena Instagram merupakan media sosial yang memiliki akses paling mudah kita pakai setiap harinya. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) . Media (2021) mencatat bahwa individu yang menggunakan internet di Indonesia pada angka 202,6 juta pengguna aktif pada awal tahun 2021. Rentang usia pengguna aktif internet di Indonesia berusia 16 sampai 64 tahun. Tidak dimungkiri bahwa perkembangan teknologi internet yang terjadi di Indonesia mampu memudahkan individu dalam melakukan banyak sekali aktivitas. Apjii.(2019) mencatat bahwa individu yang menggunakan internet di negara Indonesia saat ini terus mengalami peningkatan yang pesat setiap tahunnya dan berpenetrasi pada tahun 2019 sebesar 64,8%. Lalu mengalami penetrasi lagi pada tahun 2021 yang mencapai angka 73,7 persen dari jumlah total penduduk yakni 274,9 juta jiwa.

Kelebihan media sosial Instagram adalah media sosial tidak sekadar menjadi alat untuk berkomunikasi, bersosialisasi atau pemasaran secara online, namun bisa dimanfaatkan sebagai alat politik untuk berkampanye serta menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan politik, misalnya seperti program-program partai ataupun profil dari si calon pemimpin itu sendiri. Sifat kampanye di media sosial merupakan kebalikan dari kampanye di dunia nyata. Karena berkampanye di dunia nyata terdengar

berisik, suaranya keras namun tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari berisik dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri. Pencitraan dan pengenalan partai kepada masyarakat sangat cocok melalui media sosial, karena bisa menjangkau seluruh rakyat baik di kota maupun desa (Kartika & Sugiarto, 2016)

Namun di samping kelebihan yang dimilikinya, metode kampanye secara virtual juga tidak terlepas dari kekurangan. Beberapa kekurangan yang dimiliki misalnya adalah penargetan iklan politik yang kemungkinan bisa mengancam privasi bagi individu, pengumpulan data pribadi pengguna hingga perilaku dalam menjelajah secara daring yang bisa memberikan informasi cukup bagi pengiklan untuk menemukan, menyingkap dan memetakan kecenderungan dari preferensi politik pengguna. Dengan ini penelitian ini berfokus pada Intensitas penggunaan Media sosial Instagram dengan keputusan memilih masyarakat Kota Malang.

Namun yang menjadi masalah untuk saat ini yang peneliti amati adalah media sosial Instagram yang menjadikan alat untuk memprovokasikan. Dari sini terjadinya disinformasi hingga *deep fake* dapat tumbuh subur serta luput dari pengawasan, sebab hanya pengguna platform digital tertarget yang bisa melihatnya. Selain itu, hal lain yang menjadi kekurangannya adalah biaya iklan. Biaya iklan politik di media sosial atau media virtual lain yang harus dikeluarkan bisa memberikan keuntungan bagi partai yang mempunyai dana kampanye relatif besar dibandingkan partai yang mempunyai dana relatif

kecil, Hal tersebut bisa menyebabkan tertahannya ide-ide politik dari partai yang memiliki dana kampanye relatif kecil terdistribusi secara luas ke publik. Menurut Dewi. (2019) penggiringan opini dilakukan dengan cara yang kurang sehat sehingga banyak masyarakat yang terpengaruh sehingga menjadikan adanya kubu-kubu dan perpecahan. Gambar atau video yang diposting mengandung unsur sindiran bahkan celaan terhadap pasangancalon lain, mencari-cari kelemahan dan kesalahan pihak lain kemudian di *blow-up* secara berlebihan dengan tujuan untuk menjatuhkan pihak lawan dan memprovokasi terhadap masyarakat, sehingga tindakan seperti ini dapat digolongkan dalam kampanye negatif.

Tidak dapat dipungkiri media sosial bahwa mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan seseorang (Putri dkk., 2016). Terdapat faktor-faktor yang menjadi pengaruh terhadap semakin tingginya penggunaan internet dalam komunikasi politik di Indonesia (Heryanto, 2018); Pertama, internet menjadi sebuah media baru yang lahir di dunia karena merupakan inovasi dan campuran antara media cetak, audio, serta video yang mampu menawarkan komunikasi dua arah. Budaya politik yang berkembang di tengah masyarakat luas menjadi salah satu faktor yang menyebabkan semakin kritisnya permintaan masyarakat akan keterbukaan dari informasi khususnya keuangan sektor public. budaya politik yang terbuka inilah yang dapat mempengaruhi sikap dari kepribadian seseorang dalam menanggapi isu politik yang santer diperbincangkan, apalagi maraknya buzzer sosial media khususnya di instagram yang dengan gencarnya menggoreng nilai

minus dari pemerintahan sekarang dan juga dapat mempengaruhi keputusan memilih pada pemilu yang akan datang. dengan kepercayaan sebagian masyarakat yang saat ini memandang buruk sistem pemerintahan di indonesia.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Armaya, 2014) yang berjudul “terpaan pemberitaan media massa dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetisi jokowi sebagai emimpin terhadap minat masyarakat memilih jokowi terhadap capres” menemukan bahwa tidak ada pengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kompetisi jokowi sebagai pemimpin dan pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap minat masyarakat memilih jokowi sebagai capres, yang kemudian peneliti menyimpulkan bahwa media pada saat ini belum berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat kepada pemerintahan, akan tetapi kurangnya dalam penelitian ini belum adanya data yang jelas yang menunjukkan sosial media belum ada pengaruh positif.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Susanto dkk., (2020) yang berjudul media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi Politik yang menghasilkan 3 sub temuan, yang pertama menyangkut fleksibilitas pemanfaatan media sosial, temuan kedua tentang teknologi komunikasi merupakan kekuatan dari media sosial untuk berkembang pesat, temuan ketiga tentang adanya perbedaan perilaku penggunaan media sosial dalam stratifikasi politik yang terdapat dalam masyarakat.

Pada pemilu tahun 2019 masyarakat kota Malang cukup antusias dalam

berpartisipasi politik, Tercatat daftar pemilih tetap (DPT) mencapai 600.646 jiwa dengan perbandingan 49% pemilih laki-laki dan 51% pemilih perempuan .dari hasil perhitungan tercatat 345.695 suara atau 67,30 persen memilih pasangan presiden dan wakil presiden no urut 01 Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan 168.001 suara atau 32,70 persen memilih pasangan presiden dan wakil presiden no urut 02 Prabowo Subianto-Sandiaga Uno (G. P. Riyanto, 2021). Pada pilpres 2019 tercatat 513.696 warga yang memakai hak pilihnya dan sisanya memilih untuk golput. Angka golput di kota malang masih tinggi di angka 30% dari lima kecamatan di Kota Malang yakni lowokwaru, kedung kandang, klojen, blimbing dan sukun (Imadudin, 2019).

Kemudian menurut peneliti, media Sosial khususnya Instagram juga menjadi salah satu jembatan yang dapat menghubungkan pemerintah, dan masyarakat secara umum. Bentuk kepercayaan antara pemerintah dan masyarakatnya sangat erat kaitannya dengan karakter dari komunikasi sebuah media dan media sosial merupakan salah satu instrumen baruyang kini menjadi hal yang cukup berpengaruh dalam melakukan komunikasi, sosialisasi dan pendidikan politik. Pada Media sosial, keramaian ide, gagasan, dan visi-misi kini mulai berpindah ke ruang-ruang maya. Diskusi, perdebatan, dan saling tuduh secara frontal sangat bebas terjadi di media sosial serta berkampanye menggunakan media sosial merupakan salah satu cara yang efektif dari pada menggunakan baliho dan spanduk. Sebab orang yang terdidik, tidak mudah percaya pada isi baliho atau spanduk, tapi lebih

percaya pada perkataan teman atau koleganya di media sosial.

Berdasarkan fenomena yang terjadi diatas peneliti tertarik mengambil judul penelitian “pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih dengan kepercayaan politik masyarakat pada pemilihan umum di kota malang sebagai variabel moderasi” dengan media sosial sebagai objek penelitian karena dengan beberapa kekurangan dari Instagram diatas yang akan menjawab dari penelitain ini dan berdasarkan temuan sebelumnya masih sedikit penelitian tentang ilmu Psikologi yang meneliti tentang Politik. Bisa dikatakan bahwa media sosial ini akan mempengaruhi keputusan memilih pada pemilihan umum di kota Malang ditambah dengan kepercayaan politik masyarakat dikarenakan kebanyakan masyarakat pada zaman sekarang menggunkanan media sosial dalam mencari dan menerima informasi politik, akan tetapi masih banyak dirasakan isu isu politik yang ada dalam media sosial masih belum semua dapat dipercaya dengan isu yang belum diketahui kebenarannya.

Alasan peneliti mengambil media sosial Instagram, karena aplikasi ini sangat melekat bagi kehidupan masyarakat muda dan kaum milenial sehingga dirasa cocok dengan *lifestyle* pada masyarakat kota Malang. Kemudian juga pada aplikasi Instagram tersebut juga mulai banyak dipakai oleh para aktor politik untuk menunjukkan kinerja dan hasil dari program-program yang dilakukan. Tidak menutup kemungkinan juga bahwa pengaruh media sosial Instagram ini akan menimbulkan pengaruh politik positif dan negatif pada sudut pandang masyarakat kota Malang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana tingkat pemahaman masyarakat terhadap isu politik yang ada di media sosial Instagram ?
2. Bagaimana tingkat keputusan memilih masyarakat pada pemilihan umum di kota malang?
3. Bagaimana tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita politik yang ada di media sosial?
4. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih pada pemilihan umum di kota malang?
5. Bagaimana kepercayaan partai politik memoderasi pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih pada pemilihan umum di kota Malang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat media sosial Instagram pada masyarakat kota malang.
2. Untuk mengetahui hasil keputusan memilih masyarakat kota malang.
3. Untuk mengetahui hasil kepercayaan politik masyarakat kota malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih pada masyarakat kota malang

5. Untuk mengetahui peran kepercayaan partai politik sebagai variabel moderasi pada pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih pada masyarakat kota malang

#### **D. Manfaat penelitian**

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman penggunaan media sosial khususnya instagram dalam mengambil keputusan masyarakat untuk memilih dalam pemilu atau pilkada mendatang di kota malang. Dan juga dalam penelitian ini juga mengharapkan kepada pembaca untuk menjadikan pemilu yang mecirikan khas malangan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan edukasi pada masyarakat tentang penggunaan media sosial agar tidak termakan berita hoax. Selain itu juga menjadi tambahan bacaan juga kepada masyarakat umum agar dapat memilih dengan lebih teliti atau selektif

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Media Sosial Instagram**

##### **1. Pengertian Media Sosial Instagram**

Kebutuhan akan media komunikasi oleh masyarakat semakin tinggi seiring perkembangan teknologi komunikasi maupun informasi, yang salah satunya yakni media sosial instagram merupakan salah satu wujud perkembangan teknologi tersebut. Sari (2017) menyebut bahwa hal ini berdampak pada mudahnya masyarakat mendapatkan kebutuhan akan informasi maupun komunikasi. Instagram sendiri memiliki kata yang mendasarinya yakni insta yang berarti instan. Kata ini lebih dikenal dengan maksud foto instan. Aplikasi ini dapat menampilkan foto-foto secara instan maupun praktis seperti sebuah album pada tampilannya, karena pada dasarnya aplikasi ini berfungsi sebagai penampil foto yang praktis maupun instan digunakan sebagaimana media pengirim informasi lingkungan sosial. Kelanjutan daripada pengertian insta yakni gram yang berasal dari kata telegram. Sebagaimana yang kita tahu, telegram merupakan media yang ditujukan untuk mengirimkan informasi dengan sangat cepat pada orang lain.

Aditya (2015) berpendapat demikian terkait instagram yang berasal dari penggabungan kata instan dan telegram. Dalam kinerjanya instagram merupakan media yang dapat digunakan untuk mengunggah foto-foto maupun keterangannya yang digerakkan oleh pengguna dan modal jaringan internet.

Media sosial merupakan jembatan komunikasi jarak jauh antar masyarakat. Media sosial adalah sebuah media online, pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia (Wulan, 2015)

Sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris, TNS, menyebutkan bahwa Indonesia berada diperingkat ke-3 pengguna Instagram (Arsan, 2016). Pada artikel di okezone.com, oleh Paul Webster, Brand Development Lead Instagram APAC pada tanggal 14 januari 2016 mengatakan yaitu sekitar 59% pengguna aktif pada instagram adalah mayoritas remaja/anak muda, terdidik, dan mapan yang selalu mengupdate informasi atau pun mengunggah foto ke media sosial dengan rentang usia 18-24 tahun. Lalu, pada tahun 2021 mengalami penetrasi menjadi sebuah media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia yang mencapai 98,06 juta pengguna (Annur, 2021). Mayoritas pengguna instagram di Indonesia pada fase remaja

hingga dewasa awal yakni 18 – 24 tahun mencapai 33,90 juta pengguna. Melihat rentang usia yang dimiliki oleh pengguna instagram sebagai pengguna aktif adalah seorang remaja terdidik, membuat mahasiswa termasuk ke dalam golongan sebagai sasaran pengguna aktif instagram.

Chaplin (2011) mengartikan intensitas sebagai suatu kekuatan dari tingkah laku atau bisa juga merupakan suatu pengalaman seperti intensitas dari reaksi emosi. Azwar (2000) menyatakan bahwa intensitas adalah suatu kekuatan ataupun kedalaman terhadap penyikapan. Kartono & Gulo (2001) menyatakan terkait intensitas yang memiliki arti kecil maupun besarnya sebuah perilaku, jumlah energi fisik yang dibutuhkan untuk bisa membuat rangsangan terhadap salah satu indera. Menurut Nasrullah & Rustandi. (2016) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan para penggunanya merepresentasikan dirinya maupun untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan Intensitas penggunaan media sosial merupakan wujud dari sebuah aktivitas mengakses media sosial yang dilakukan baik lama maupun tidaknya sesuai pengalaman seorang individu. Hal tersebut tentunya bermodalkan motif individu dan jumlah energi yang dimilikinya.

## 2. Aspek Media Sosial

Umami & Rosdiana. (2022) menyampaikan bahwa ada 4 aspek yang membuat intensi terbentuk dan ini kaitannya dengan media sosial yakni: penghayatan, perhatian, durasi, dan frekuensi. Yang dimaksud intensitas merupakan kecil besarnya sesuatu perilaku, ataupun kedalaman penyikapan. Lebih lanjut intensitas maupun banyak atau tidaknya kegiatan dilihat dari frekuensi. Jika ditarik dalam penelitian ini, maka aspek yang dibutuhkan berdasarkan kuantitas dari intensitas dapat dilihat dari durasi dan frekuensinya. Empat aspek intensitas yang dikemukakan oleh (Umami & Rosdiana, 2022) adalah :

1. Perhatian

Merupakan bentuk ketertarikan seseorang terhadap objek tertentu

2. Penghayatan

Merupakan penerapan dan pemahaman terhadap informasi yang menjadi suatu pengetahuan baru bagi seseorang.

3. Durasi

Durasi merupakan lamanya atau rentang waktu yang berlangsung.

4. Frekuensi

Frekuensi dapat diartikan banyaknya suatu perilaku terulang atau juga bisa diartikan perilaku berulang yang disengaja ataupun tidak disengaja.

Lalu pendapat lain menyatakan bahwa aspek intensitas media sosial ada empat (Normasari, 2004) yakni:

a. Frekuensi

Dapat diartikan sebagai banyaknya pengulangan aktivitas ketika mengakses media sosial instagram. Seperti pada kurun waktu perhari, perminggu, dan perbulan bergantung pada suatu individu.

b. Waktu Pelaksanaan

Kaitannya dengan frekuensi juga intensitas maupun durasi ketika individu mengakses media sosial instagram.

c. Durasi

Dapat diartikan sebagai rentang waktu atau lama berlangsungnya dan dinyatakan pada suatu kurun waktu seperti menit ataupun jam.

d. Materi

Dapat diartikan sebagai modal yang digunakan dalam mengakses media sosial, seperti jaringan atau bisa disebut juga kuota.

### **3. Indikator penggunaan media sosial Instagram**

Nasution. (2016) yang membagi indikator media sosial sebagai berikut :

1. Partisipasi, Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik. Artinya media sosial mampu mengajak seseorang untuk berpartisipasi dalam hal apapun

2. Keterbukaan, Hampir semua pelayanan sosial media terbuka untuk umpan balik (feed back) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagai informasi. Media sosial yang merupakan media yang dapat di akses oleh siapapun.
3. Percakapan, Komunikasi yang terjalin terjadi dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui sosial media tersebut.
4. Komunitas, Sosial media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit, hal ini lah yang membuat kita sering melihat adanya komunitas atau grup dalam sebuah media sosial seperti facebook, dan whatsapp.
5. Saling Terhubung, Hampir semua sosial media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber-sumber lain dan orang-orang.

## **B. Keputusan memilih (Voters Decision)**

### **1. Definisi keputusan memilih**

Keputusan (*decision*) adalah hasil yang membuat pilihan diantara beberapa alternatif, sedangkan istilah pengambilan keputusan (*decision making*) menunjuk pada proses yang terjadi sampai keputusan itu tercapai. menurut Riyanto. (2004) keputusan memilih adalah sikap

individu terhadap sistem politik dan komponennya, selain itu juga berkaitan dengan sikap individu terhadap peran yang dapat dimainkannya dalam proses politik sistem politik yang sedang berjalan.

Pengambilan keputusan sebagai konsep pokok dari politik menyangkut keputusan-keputusan yang diambil secara kolektif mengikat seluruh masyarakat. Perilaku memilih menurut Haryanto adalah “kegiatan warga negara yang mempunyai hak untuk memilih dan di daftarkan sebagai seorang pemilih, memberikan hak suaranya untuk memilih atau menentukan pilihannya”. Susanto dkk., (2020) menyatakan bahwa perilaku memilih merupakan rangkaian dari kegiatan mengambil keputusan, memilih ataupun tidak memilih dalam pemilihan umum, seperti menunaikan kewajibannya sebagai masyarakat, menunjukkan loyalitas pada partai dan memperkuat identitas kelompok.

Perilaku pemilih juga sarat dengan ideologi antara pemilih dengan partai politik atau kontestan pemilu. Masing-masing kontestan membawa ideologi yang saling berinteraksi. Selama periode kampanye pemilu, muncul kristalisasi dan pengelompokan antara ideologi yang dibawa kontestan. (Budiharjo, 2008) dalam mendefinisikan perilaku memilih sebagai tindakan individu atau kelompok orang untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan berpolitik, diantara lain dengan menentukan pemimpin yang akan mereka pilih dan secara langsung maupun tidak memengaruhi kebijakan pejabat negara. Kegiatan

tersebut mencakup perilaku seperti menentukan pilihan dalam pemilu, mengikuti rapat dan diskusi umum, melakukan hubungann dengan pejabat pemerintah ataupun anggota parlemen, menjadi anggota partai ataupun salah satu pergerakan sosial.

## **2. Faktor keputusan memilih**

Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan memilih menurut Meliala. (2020) dalam jurnalnya terdapat 7 faktor yang mempengaruhi keputusan memilih, antara lain :

- a. Program atau kebijakan publik yang yang ditawarkan dan diperjuangkan oleh kandidat (Presiden / Kepala Daerah) apabila dia ingin memenangkan hati rakyat dalam Pemilu atau Pilkada.
- b. Citra Sosial (Social Imagery) adalah citra kandidat maupun partai di mata masyarakat.
- c. Perasaan emosional (emotional feeling), yakni dimensi emosional yang nampak dari seorang kandidat yang ditunjukkan oleh perilaku atau kebijakan-kebijakan yang ditawarkan, yang pada umumnya terlihat dari aktivitas, komentar kandidat terhadap suatu peristiwa tertentu yang dapat menyentuh hati pemilihnya.
- d. Citra Kandidat, adalah sifat-sifat khusus yang melekat pada seorang kandidat, dan yang membedakannya dengan kandidat yang lain. Perilakunya, tutur katanya, kharismanya, kemampuan intelektualnya, maupun kemampuan beradaptasi dengan komunitas di mana ia berada.

- e. Peristiwa mutakhir (current events), meliputi kumpulan peristiwa, isu, serta kebijakan yang berkembang selama masa kampanye sampai menjelang pemilihan umum.
- f. Peristiwa personal (personal events), yakni kehidupan pribadi dan peristiwa yang dialami selama karier yang dijalani sebelum terpilih sebagai seorang kandidat.
- g. Isu-isu Epistemik, yakni isu-isu pemilihan yang spesifik yang dapat memacu rasa keingintahuan pemilih mengenai hal-hal yang baru, misalnya figur kontestan yang mampu memberantas korupsi, mampu mengangkat taraf hidup masyarakat ekonomi lemah dari berbagai kemiskinan dan keterbelakangannya, mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan bangsanya, mampu menciptakan

Sedangkan menurut Syamsi. (2000) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut:

1. Keadaan internal

Keputusan yang memerlukan biaya, tetapi keadaan yang tidak mendukung, akan mengurangi kualitas keputusan. Namun biasanya keputusan tetap diambil dengan mengingat dan menyesuaikan keadaan.

2. Tersedianya informasi yang diperlukan

Suatu keputusan diambil untuk mengatasi masalah di

dalamnya. Untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi, maka lebih dahulu harus diketahui sebab dan akibat masalah tersebut, maka perlu pengumpulan data yang ada kaitan langsung dan tidak langsung dengan masalah itu. Data-data tersebut kemudian diolah sehingga akhirnya merupakan informasi. Informasi yang diperlukan harus lengkap sesuai kebutuhan, terpercaya dan masih aktual. Berdasarkan informasi inilah pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan baik.

### **3. Aspek -aspek keputusan memilih**

Huber. (2012) menyatakan bahwa aspek-aspek dari pengambilan keputusan adalah:

#### **1. Hasil yang diharapkan**

Memperkirakan hasil dari pengambilan keputusan sangat penting untuk mengukur sejauh mana usaha yang telah ditentukan.

#### **2. Aktivitas yang dilakukan**

Bagaimana seorang individu melakukan upaya-upaya sebelum proses pengambilan keputusan sering sama pentingnya dengan apa yang dilakukan dalam pengambilan keputusan.

#### **3. Kompetensi yang melakukan**

Perlu diketahui keahlian, pengetahuan, dan kemampuan yang diperlukan untuk proses pengambilan keputusan agar dicapai hasil yang maksimal dan sesuai yang diharapkan.

#### **4. Evaluasi yang dilakukan**

Evaluasi sangat penting dalam proses pengambilan keputusan, karena dengan evaluasi dapat dilakukan analisa yang lebih mendalam untuk proses pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut Huntington. (2004) mengelompokkan pemilih menjadi empat segmen berdasarkan perilaku pemilih dalam pengambilan keputusan bagian dari political marketing, antara lain:

Pemilih rasional. Segmen ini mencakup pemilih yang fokus perhatiannya terhadap masalah dan kebijakan calon terpilih dalam menentukan pilihannya.

1. Pemilih emosional. Segmen pemilih yang dipengaruhi oleh emosi tertentu dalam menentukan pilihannya. Faktor perasaan ini sangat ditentukan oleh faktor personalitas calon terpilih.
2. Pemilih sosial. Segmen pemilih ini mengasosiasikan calon terpilih dengan kelompok masyarakat tertentu dalam menentukan pilihannya.
3. Pemilih situasional. Segmen pemilih ini dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan tertentu dalam menentukan pilihannya. Selain itu mereka juga digerakkan oleh perubahan dan akan menggeser pilihan politiknya jika terjadinya situasi tertentu.

## **C. Kepercayaan politik**

### **1. Pengertian Kepercayaan Politik**

Dalam konsep psikologi kepercayaan politik adalah bagian dari proses kepercayaan. Dalam sebuah kepercayaan politik selalu ada sebuah kepercayaan seperti pada umumnya dalam hal berinteraksi

dengan manusia lain. Suatu unsur yang diperlukan dalam proses ini antara lain yaitu kompetensi, tanggung jawab, kemampuan, motivasi, keadilan, dan modal sosial.

Sebelum membahas lebih jauh mengenai kepercayaan politik disini peneliti akan menjabarkan beberapa definisi kepercayaan yang merupakan teori inti dari kepercayaan politik. Mayer dkk., (1927) menjelaskan bahwa suatu percayaan adalah keinginan untuk pasrah pada individu lain. Tokoh lain mendefinisikan bahwa kepercayaan sebagai kemauan satu pihak untuk pasrah terhadap individu lain berdasarkan kepercayaan bahwa individu lain tersebut memiliki kompetensi yang dapat diandalkan, peduli, dan terbuka (McKnight & Chervany, 2006)

Merujuk pada pembahasan mengenai teori dasar kepercayaan, hakikatnya sesuatu kepercayaan politik tidak berbeda dengan kepercayaan pada biasanya. Kepercayaan memfokuskan pada pembahasan keterkaitan dengan politik. Kepercayaan politik pula bisa dimaksud dengan keyakinan orang terhadap komponen- komponen sistem politik yang berlaku dikala ini. Misztal. (2001) mengatakan bahwa keyakinan merupakan sesuatu elemen berarti dalam demokrasi serta terdapat bermacam berbagai jenis tentang keyakinan yang terpaut dengan perbandingan konteks, misalnya organisasi, sistem politik serta keluarga. Dalam makna yang sempit bahwa kepercayaan politik hanya terpaku pada kajian tentang kepercayaan yang terkait proses psikologi

untuk permasalahan politik.

Keyakinan politik bukan hanya membahas pada rasa yakin pada instansi pemerintah, namun juga segala elemen juga terkait pada sistem pemerintahan tersebut. Dijelaskan oleh Blind. (2007) Kepercayaan politik terjadi jika pemerintah dinilai dengan baik oleh masyarakat jika mampu membuat kebijakan atau pemimpin politik dapat menepati janji politiknya, efisien, adil, dan jujur. Citrin. (1974) menyebutkan kepercayaan politik bukan evaluasi pada sistem politik yang berlaku, melainkan bentuk evaluasi pada kualitas etis dari pemimpin politik. Zhang & Wang. (2010) harapan masyarakat kepada pemerintah yang ditentukan oleh kesesuaian kebijakan yang berlaku.

## **2. Faktor Kepercayaan Politik**

### **a. Harapan masyarakat**

Political trust ialah harapan publik (public expectation) pada pemimpin untuk menanggapi, mengagregasikan dan mengartikulasikan tuntutan serta aspirasi warga. Tetapi apabila pada realitasnya, harapan serta keyakinan publik tersebut bertolak balik dengan kenyataan, maka ketidakpuasan serta kemarahan rakyat terus menjadi dan memuncak hingga gerakan massa serta aksi solidaritas selali bermunculan dari berbagai lapisan masyarakat (Syarif dkk., 2022). Kepercayaan yang diartikan merupakan evaluasi seorang terhadap pemerintah ataupun sistem politik, apakah bisa dipercaya serta bisa dipengaruhi ataupun tidak. Kepercayaan yang

hilang akibat sistem politik maka akan mengakibatkan terpupuknya radikalisme serta emosionalitas massa.

b. Keyakinan pada Kinerja Pemerintah

Mangum. (2003) berpendapat seseorang yang yakin pada negara memiliki kepercayaan bahwa Negara akan berusaha mensejahterakan kehidupan warga negaranya, sedangkan warga negara yang memiliki keyakinan pada negara yang rendah menganggap bahwa pemerintah hanya tanggap pada beberapa golongan atau ketertarikan pada isu khusus seperti korupsi, yang memberinya perlakuan khusus dan sebagainya.

c. Pandangan individu terhadap sistem pemerintah

Menurut Muluk & Reksodiputro. (2005) kepercayaan politik berkaitan dengan individu sebagai produk dari sistem pemerintahan. Artinya kepercayaan politik tidak hanya mencakup rasa percaya pada pemerintah selaku penggerak sistem pemerintahan, tetapi juga elemen-elemen yang melekat pada pemerintah seperti sistem politik, politisi dan institusi. Misalnya beberapa orang menilai pemerintahan saat ini lebih pro terhadap warga negara asing karena adanya peraturan yang dianggap lebih memihak warga negara asing.

d. Relative Deprivation

Menurut Faturachman. & Walgito. (2002) deprivasi relatif merupakan kondisi psikologi dimana individu merasa tidak puas atau merasa adanya kekurangan, kesenjangan yang subyektif

dimana hal tersebut dirasakan saat keadaan diri dan komunitasnya berbeda dibandingkan dengan kelompok lain. Beragam situasi yang dapat menyebabkan deprivasi, misalnya depresi atau resesi ekonomi, diberlakukannya aturan baru, dan kemunduruan karena kurangnya skill yang dimiliki sehingga tidak dapat mengikuti perkembangan zaman. Muluk & Reksodiputro. (2005) mengaitkan relatif deprivasi dan kepercayaan politik ialah apabila adanya kesenjangan antara harapan dengan realitas yang ada di masyarakat, maka kepercayaan politik rendah dan berpengaruh terhadap moralitas, keberlanjutan serta efektivitas sistem sosial.

### **3. Aspek Kepercayaan Politik**

Terdapat tiga dimensi kepercayaan menurut Mayer dkk., (1927), yang mana dimensi-dimensi kepercayaan tersebut menjadi landasan dalam penelitian ini. Adapun dimensi-dimensi tersebut ialah sebagai berikut:

#### *a. Ability*

Mengacu pada persepsi akan keterampilan, kemampuan, dan karakteristik yang dimiliki oleh yang diberi kepercayaan (*trustee*) dalam domain tertentu. Pada konteks partai politik, ini mencakup pengaruh formal dan informal yang individu rasakan dari kompetensi dan keterampilan partai politik.

#### *b. Integrity*

Mengacu pada persepsi bahwa yang diberi kepercayaan (*trustee*) mematuhi seperangkat prinsip yang menurut pemberi kepercayaan (*trustor*) dapat diterima. Ini juga berarti harapan bahwa pihak lain akan mengatakan yang sebenarnya dan menepati janji. Pada konteks partai politik, Ini mengasumsikan bahwa partai politik tidak hanya mendukung nilai-nilai yang dianggap positif oleh masyarakat, tetapi juga bahwa partai politik secara konsisten bertindak sesuai dengan nilai-nilai tersebut.

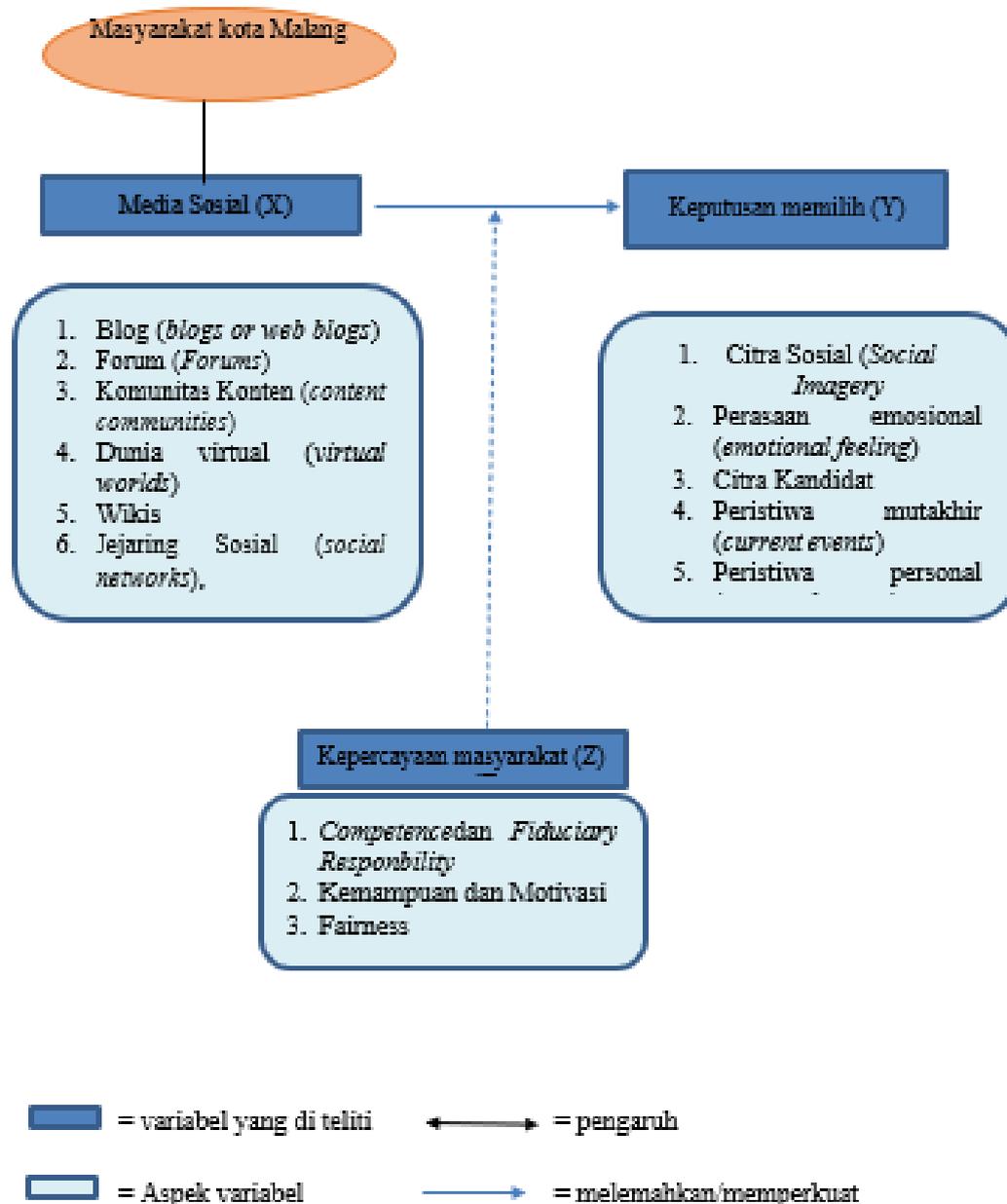
c. *Benevolence*

Mengacu pada persepsi bahwa orang yang diberi kepercayaan (*trustee*) ingin berbuat baik kepada yang memberikan kepercayaan (*trustor*). Perbuatan baik disini adalah perbuatan yang bukan egosentris atau oportunistik. Jika seseorang percaya bahwa partai politik peduli dengan kepentingan dirinya, maka partai politik akan dilihat memiliki kebajikan bagi orang tersebut.

#### **D. Kerangka Konseptual**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih yang di moderasi oleh kepercayaan masyarakat pada pemilihan umum. Untuk memudahkan analisis dalam penelitian ini maka dibuatlah kerangka konseptual yang mana terlihat pada gambar dibawah ini :

## E. KERANGKA BERFIKIR



## **F. Hipotesis penelitian**

Hipotesis yang diajukan berdasarkan pembahasan diatas adalah sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : tidak adanya pengaruh media sosial dengan keputusan memilih yang di moderasi oleh kepercayaan masyarakat pada pemilihan umum

H<sub>a</sub> : adanya pengaruh antara media sosial dengan keputusan memilih yang di moderasi oleh kepercayaan masyarakat pada pemilihan umum

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, menurut Sugiono. (2013) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk mempelajari suatu populasi atau sampel tertentu, instrumen penelitian digunakan dengan tujuan pengumpulan data penelitian, dan dilakukan analisis data statistik yang bertujuan untuk uji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya. Peneliti menggunakan desain korelasional dengan variabel moderasi. Sesuai dengan tujuan penelitian, desain penelitian ini digunakan untuk mengetahui media sosial (X) keputusan memilih (Y) yang dimoderasi oleh kepercayaan masyarakat (Z) pada masyarakat. Pada penelitian kuantitatif ini peneliti ingin mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih masyarakat kota Malang.

#### **B. Lokasi dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di 5 kecamatan di Kota Malang Jawa timur. Pemilihan lokasi ini berdasarkan heterogenitas masyarakat dengan stratifikasi sosial yang sangat bermacam-macam, sehingga data yang diperoleh bisa mendapatkan validitas dan reliabilitas yang sesuai.

#### **C. Identifikasi Variable Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam berbagai bentuk yang

peneliti tetapkan guna dipelajari sehingga didapatkan informasi sehingga dapat ditarik kesimpulan (Sugiono, 2013). Beberapa variabel yang ditetapkan pada penelitian ini antara lain :

1. Variabel Bebas

Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menyebabkan timbulnya perubahan pada variabel terikat (Y) (Sugiono, 2013). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan memilih masyarakat kota Malang .

2. Variabel Terikat

Variabel terikat (y) atau disebut juga sebagai variabel dependen adalah variabel yang merupakan hasil dari adanya variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas (x) (Sugiono, 2013). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan memilih masyarakat kota Malang.

3. Variabel Moderasi

Variabel moderator merupakan variabel yang mempengaruhi (menguatkan atau melemahkan) hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiono, 2013). Variabel moderator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan masyarakat (trust)

#### **D. Definisi Oprasional variabel penelitian**

1. **Media sosial (Instagram)**

Intensitas penggunaan media sosial adalah suatu kegiatan yang melibatkan ketertarikan seseorang, pemahaman, serta lama atau

tidaknya seseorang dalam menggunakan media sosial. Pada penelitian ini, untuk mengetahui tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram diukur menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Umami & Rosdiana. (2022) yakni perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

## 2. Keputusan memilih

Keputusan (*decision*) adalah hasil dari membuat pilihan di antara beberapa alternatif, sedangkan istilah Pengambilan Keputusan (*decision making*) menunjuk pada proses yang terjadi sampai keputusan itu tercapai. Pengambilan keputusan sebagai konsep pokok dari politik menyangkut keputusan-keputusan yang diambil secara kolektif mengikat seluruh masyarakat. Keputusan-keputusan itu dapat menyangkut tujuan masyarakat, dapat pula menyangkut kebijakan-kebijakan untuk mencapai tujuan itu. Setiap proses membentuk kebijakan umum atau kebijakan pemerintah adalah hasil dari suatu proses mengambil keputusan, yaitu memilih beberapa alternatif yang akhirnya ditetapkan sebagai kebijakan pemerintah. Pembuatan keputusan memilih ini adalah memilih suatu partai politik atau calon baik legislatif atau eksekutif sebagai pemimpin yang akan memimpinnya, yang dapat diukur dengan skala *decision making* menggunakan skala guttman dua poin, untuk melihat kecenderungan sampel dalam pengambilan keputusan secara rasional (*rational change*) dan pengambilan keputusan yang menegaskan (*confirmatory decision*)

*making*).

### **3. Kepercayaan politik Masyarakat (trust)**

Kepercayaan berhubungan dengan sejauh mana individu mempercayai partai politik. Aspek-aspek dalam *kepercayaan* adalah *ability*, *integrity*, dan *benevolence*. Variabel ini diukur menggunakan skala kepercayaan yang dikembangkan dari teori kepercayaan (Mayer dkk., 1927)

## **E. Subjek Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang di tentukan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga dapat ditarik kesimpulannya. (Sugiono, 2013). Populasi yang dilakukan peneliti adalah masyarakat kota malang yang mempunyai hak pilih pada pemilu terakhir tahun 2019 ialah sebanyak 870 682 jiwa (Sa'id, 2020)

### **2. Sampel**

Suharsimi Arikunto. (2002) menjelaskan sampel yaitu sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Selanjutnya Sugiono. (2013), sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian atau wakil dari jumlah populasi yang diteliti dan memiliki karakteristik tertentu.

Adapun cara penentuan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Solvin. Jumlah anggota sampel

sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Menurut Sugiono. (2013), semakin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum). Jumlah ukuran sampel yang paling tepat digunakan, dalam penelitian tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan, dan semakin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data (Sugiono, 2013). Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Solvin dengan taraf kesalahan 5%.

$$A. n = \frac{612.692}{1+612.692(0,5)^2}$$

Dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini 399,74 responden dibulatkan menjadi 400 responden. Adapun karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Malang yang memiliki hak pilih.

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data berupa seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. (Sugiono, 2013). Kuisiner yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuisiner penggunaan media sosial Instagram, kepercayaan

masyarakat, dan keputusan memilih.

Skala penilaian yang digunakan dalam kuesioner tersebut menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok individu dalam suatu fenomena sosial. Responden diminta untuk memilih pada jawaban sangat sering, sering, jarang dan tidak pernah dan menjawab dengan tanda berupa check list pada jawaban yang dinilai cenderung sesuai dengan dirinya. Pada skala pertama reponden diminta memilih pada Jawaban yang akan dipilih oleh responden ialah Sangat tidak setuju, Tidak setuju, Netral, Setuju, Sangat setuju dengan bobot 1, 2, 3, 4, 5 secara berurutan, kecuali pada item 10 selaku item unfavorable dalam kuesioner yang bobotnya terbalik.

Pada skala kedua yakni keputusan memilih, peneliti menggunakan skala psikologis dengan dua penilaian (Skala Guttman), yaitu Memilih (M) dan Tidak Memilih (TM). Peneliti menggunakan skala ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui kecenderungan dalam pengambilan keputusan yang dibuat oleh pemilih atau sampel.

## **G. Instrumen**

Instrumen atau disebut dengan alat pengumpul data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Data yang telah terkumpul akan dideskripsikan dan dilampirkan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian. Instrumen sangat menentukan mutu suatu penelitian dan instrumen berfungsi untuk

mengungkap fakta menjadi data. Untuk mengumpulkan data peneliti dapat menggunakan instrumen yang telah disusun oleh peneliti terdahulu atau menggunakan instrumen yang dibuat sendiri (Pudji, 2002).

Dalam penelitian ini penyusunan skala media sosial instagram, skala keputusan memilih, dan kepercayaan partai politik dilakukan dengan cara menggunakan rating skala *likert* yang terdiri dari pernyataan-pernyataan yang memihak ataupun pernyataan yang mendukung terhadap objek penelitian yang biasa disebut dengan pernyataan *favorable* dan pernyataan-pernyataan yang tidak memihak ataupun pernyataan yang tidak mendukung terhadap objek penelitian yang biasa disebut dengan pernyataan *unfavorable*. Dalam tiga instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian memiliki empat alternatif jawaban pada setiap pernyataan yang dapat dipilih oleh responden atau subjek yakni, sangat tidak sesuai (STS), tidak sesuai (TS), sesuai (S), dan sangat sesuai (SS). Skor jawaban dari responden pada skala *likert* sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 instrumen penelitian**

Skor		Pilihan jawaban
Pernyataan	Pernyataan	
<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	4	Sangat Tidak Sesuai (STS)
2	3	Tidak Sesuai (TS)
3	2	Sesuai (S)
4	1	Sangat Sesuai (SS)

Skor Jawaban Skala Likert

Berikut adalah penjabaran instrument penelitian :

#### 1. Skala Penggunaan Media Sosial Instagram

Skala intensitas media sosial digunakan untuk mengukur kekuatan ataupun kedalaman terhadap suatu sikap pada individu. Skala yang digunakan diadaptasi dari Umami & Rosdiana (2022) yang memiliki empat aspek yakni perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Semakin tinggi skor yang didapatkan subjek, maka intensitasnya semakin tinggi. Lalu sebaliknya, semakin rendah skor yang mampu didapatkan subjek maka semakin rendah pula intensitas penggunaan media sosialnya.

**Tabel 3. 2 Skala Media Sosial**

Konstruk	Dimensi	Item
Media sosial	Perhatian	1,9,12,2,13
Instagram	Penghayatan	10,7,5,8,14,11,15
	Durasi	3,6

## 2. Skala keputusan memilih

Keputusan memilih atau voters decision sering dijumpai pada bidang politik yaitu keputusan seseorang dalam memberikan hak suaranya, kepada kandidat pimpinan yang sesuai dengan kriteria yang dihendaki. Keputusan memilih adalah sikap individu terhadap system politik dan dan komponennya, selain itu juga berkaitan dengan sikap individu terhadap peran yang dimainkan dalam proses politik system politik yang sedang berjalan(Rianto,2004)

**Tabel 3. 3 Skala keputusan memilih**

Konstruk	Dimensi	Item
Faktor Internal	<i>Experience</i>	1, 2,
	<i>Self</i>	3,4,
	<i>Awareness</i>	
	<i>Emosi</i>	5,6
	<i>Identitas diri atau</i>	7,8

	<i>golongan</i>	
	<i>Lingkungan</i>	9,10
Faktor	<i>Sosial</i>	
Eksterna	<i>Nilai norma</i>	11,12,
1	<i>sosial</i>	13,14,
	<i>masyarakat</i>	
	<i>Elektabilitas</i>	15,16,
	<i>calon</i>	

### 3. Skala kepercayaan masyarakat (*trust*)

Kepercayaan berhubungan dengan sejauh mana individu mempercayai partai politik. Aspek-aspek dalam kepercayaan adalah ability, integrity, dan benevolence. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kepercayaan yang dikembangkan dari teori kepercayaan (Mayer dkk., 1927)

**Tabel 3. 4 Skala kepercayaan pada partai politik**

Konstruk	Dimensi	Item
Kepercayaan pada partai politik	<i>Ability</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6
	<i>Integrity</i>	7, 8, 9, 20, 11, 12
	<i>Benevolence</i>	13, 14, 15, 16, 17

## H. Uji validitas dan Reabilitas instrument Penelitian

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah sebuah ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan dan kevalidan suatu instrumen (Arikunto, 2002). Instrumen yang valid atau baik akan memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid menunjukkan tingkat validitas yang rendah. Cara menentukan valid apabila nilai  $r$  yang diperoleh ( $r$ -hitung) harus dibandingkan dengan nilai  $r$  pada tabel ( $r$ -tabel). Jika  $r$ -hitung sama dengan  $r$ -tabel, maka dikatakan valid. Jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel, maka dikatakan valid, sedangkan jika  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel, maka dikatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25 untuk Windows.

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 22* dengan cara korelasi aitem-total yang dapat dihitung dengan formula koefisien korelasi *product-moment Bivariat Pearson*. Dalam menentukan validitas dari sebuah aitem digunakan dasar pengambilan keputusan yakni nilai  $r_{ix} \geq 0,098$  maka aitem dapat

dinyatakan sebagai aitem yang valid dan jika nilai  $r_{ix} < 0,098$  maka aitem tersebut dinyatakan sebagai aitem yang tidak valid atau gugur (Azwar, 2012).

Adapun tabel blueprint pada variabel media sosial Instagram, keputusan memilih, dan kepercayaan politik sebagai berikut:

**Tabel 3. 5 Blueprint Variabel Media Sosial Instagram**

No.	Komponen	Valid	Tidak valid
1.	Perhatian	X1,X2,X9,X12,X13	-
2.	Penghayatan	X5,X7,X8,X10,X11,14,X15	-
3.	Durasi	X3,X6	-
Total		15	-

**Tabel 3. 6 blueprint variabel Keputusan Memilih**

No.	Komponen	Valid	Tidak valid
1.	<i>Factor Internal</i>	Y1,Y2,Y3,Y4,Y5,Y6,Y7,Y8	-
2.	<i>Factor eksternal</i>	Y9,Y10,Y11,Y12,13,Y14,Y15,Y16	-
Total		16	

**Tabel 3. 7 blueprint variabel Kepercayaan Politik Masyarakat**

No.	Komponen	Valid	Tidak valid
1.	<i>Ability</i>	Z1,Z2,Z3,Z4,Z5,Z6	-
2.	<i>Integrity</i>	Z7,Z8,Z9,Z10,Z11,Z12	X10
3.	<i>Benevolence</i>	Z13,Z14,Z15,Z16,Z17	-
Total		16	1

## 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*, reliabilitas sendiri dapat juga diartikan sebagai keajegan, konsistensi, kestabilan, keterpercayaan dan lain-lain, namun inti gagasan dalam konsep reliabilitas yakni sejauh mana hasil dari suatu proses pengukuran yang dilakukan dapat dipercaya (Azwar, 2012). Dalam bukunya Azwar menjelaskan jika koefisien reliabilitas berada pada kisaran 0,0 hingga 1,0, namun pada kenyataannya koefisien yang mencapai 1,0 tidak pernah ditemukan, karena semakin tinggi koefisien reliabilitas adalah yang mendekati angka 1,0 dan jika koefisien reliabilitas semakin jauh dari angka 1,0 maka semakin rendah pula reliabilitasnya (Azwar, 2012). Sehingga untuk menentukan sebuah koefisien reliabilitas digunakan tabel interpretasi yang disusun oleh (Suharsimi, 2006):

**Tabel 3. 8 Klasifikasi Nilai Reabilitas**

<b>Nilai r</b>	<b>Interpretasi</b>
0,800-1,000	Tinggi
0,600-0,800	Cukup
0,400-0,600	Agak rendah
0,200-0,400	Rendah
0,000-0,200	Sangat rendah (tidak ada korelasi)

## **I. ANALISIS DATA**

### **1. Analisis Statistic Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran tentang objek penelitian melalui sampel atau populasi tanpa adanya proses menganalisis dan menarik kesimpulan secara umum (Sugiono, 2013). Analisis deskriptif dilakukan guna untuk mengetahui jumlah mean (M), standar deviasi (SD), skor minimum dan skor maksimum pada data penelitian yang dilakukan dengan bantuan *SPSS 23*. Setelah dilakukan analisis statistik deskriptif kemudian hasil tersebut dapat dikategorikan sebagai tingkat gejala. Dalam penelitian ini kategori tingkat gejala diklasifikasikan menjadi tiga kategori yakni, tinggi, sedang dan rendah (Azwar, 2012).

**Tabel 3. 9 Kategorisasi Skala**

<b>Kategori</b>	<b>Dasar</b>
Rendah	$X < M - 1SD$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Tinggi	$M + 1SD \leq X$

**J. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas, uji homoskedastisitas, dan uji multikolinearitas sebagai asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan uji regresi.

**K. Uji Normalitas**

Uji Normalitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk melihat suatu sebaran data dalam sebuah variabel memiliki sebaran data yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Pada teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* data dikatakan normal jika memiliki nilai signifikansi  $>0,05$  maka nilai residual data tersebut berdistribusi secara normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi  $<0,05$  maka nilai residual data tersebut tidak berdistribusi secara normal (Sugiono, 2013).

#### **L. Uji Linieritas**

Uji linearitas digunakan untuk melihat hubungan yang linear maupun tidak linear pada variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini uji linear ini dilakukan dengan menggunakan cara *test of linearity*. Pada *test of linearity* suatu variabel atau data dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear yang signifikan jika nilai signifikansi dari *Deviation from Linearity*  $> 0,05$ . Sebaliknya jika nilai signifikansi dari *Deviation from Linearity*  $< 0,05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear pada variabel tersebut (Sugiono, 2013).

#### **M. Uji homoskedastisitas**

Uji homoskedastisitas digunakan untuk melihat kesamaan variance dari residual suatu penelitian terhadap penelitian lain tetap atau tidak berbeda (Ghozali, 2006). Dalam suatu pengujian regresi yang baik adalah terjadinya homoskedastisitas atau dalam kata lain tidak terjadinya heteroskedastisitas. Teknik yang dapat digunakan dalam uji homoskedastisitas adalah uji *Glejser*. Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini yakni, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka terjadi adanya gejala homoskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka tidak terjadi gejala homoskedastisitas atau dalam kata lain terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### **N. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*), jika dalam data tersebut terjadi sebuah korelasi maka dalam

data tersebut terjadi masalah multikolinearitas yang harus diselesaikan (Ghozali, 2006). Dalam melakukan ujimultikolinearitas dasar pengambilan keputusan yang dapat digunakan adalah berdasarkan nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika pada data tersebut nilai *tolerance*  $>0,10$  maka tidak adanya gejala multikolinearitas, sebaliknya jika nilai *tolerance*  $<0,10$  maka adanya gejala multikolinearitas dalam data tersebut. Sedangkan berdasarkan nilai VIF, jika nilai VIF  $<10,00$  maka tidak adanya gejala multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF  $>10,00$  maka adanya gejala multikolinearitas dalam data tersebut.

#### **O. Uji hipotesis**

Uji regresi dilakukan dalam rangka melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

1. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat pada variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2. Analisis regresi moderasi (*Moderating regression Analysis*) digunakan untuk melihat apakah variabel Z sebagai variabel moderasi memberi pengaruh yakni memperkuat atau melemahkan pada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Lokasi Penelitian

Kota Malang merupakan kota terbesar nomor 2 setelah Surabaya di Jawa Timur, dan kota terbesar nomor-12 di Indonesia. Yang didirikan oleh Pemerintah Belanda pada tanggal 1 April 1914 dengan E-K Broevelt sebagai walikota pertama (Wikipedia).

Dari 5 kecamatan yang ada yang terbagi atas 57 desa/kelurahan, 509 unit RW dan 3787 unit RT (dari hasil registrasi penduduk). Adapun wilayah administrasi sebagai berikut:

1. Kecamatan Klojen : 11 Kelurahan, 89 RW, 676 RT
2. Kecamatan Kedungkandang : 12 Kelurahan, 02 RW, 764 RT
3. Kecamatan Lowokwaru : 12 Kelurahan, 115 RW, 683 RT
4. Kecamatan Sukun : 11 Kelurahan, 79 RW, 692 RT
5. Kecamatan Blimbing : 11 kelurahan, 120 RW

##### 2. Uji validitas

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 22* dengan cara korelasi aitem-total yang dapat dihitung dengan formula koefisien korelasi *product-moment Bivariat* Pearson. Dalam menentukan validitas dari sebuah aitem digunakan dasar pengambilan keputusan yakni nilai  $r_{ix} \geq 0,098$  maka aitem dapat dinyatakan sebagai aitem

yang valid dan jika nilai  $r_{ix} < 0,098$  maka aitem tersebut dinyatakan sebagai aitem yang tidak valid atau gugur (Azwar, 2012)

**Tabel 4. Hasil Uji validitas variabel X (media sosial Instagram)**

Aitem	rtabel	Rhitung	Keterangan
X1	0,098	0,707	Valid
X2	0,098	0,688	Valid
X3	0,098	0,752	Valid
X4	0,098	0,702	Valid
X5	0,098	0,608	Valid
X6	0,098	0,550	Valid
X7	0,098	0,713	Valid
X8	0,098	0,658	Valid
X9	0,098	0,709	Valid
X10	0,098	0,626	Valid
X11	0,098	0,726	Valid
X12	0,098	0,697	Valid
X13	0,098	0,612	Valid
X14	0,098	0,640	Valid
X15	0,098	0,566	Valid

Dapat diketahui tabel diatas semua itemnya valid dikarenakan rhitungnya

>rtabel

**Tabel 4. 2 Hasil uji validitas variabel Y keputusan memilih**

Aitem	rtabel	Rhitung	Keterangan
Y1	0,098	0,437	Valid
Y2	0,098	0,253	Valid
Y3	0,098	0,502	Valid
Y4	0,098	0,306	Valid
Y5	0,098	0,257	Valid
Y6	0,098	0,477	Valid
Y7	0,098	0,463	Valid
Y8	0,098	0,519	Valid
Y9	0,098	0,572	Valid
Y10	0,098	0,566	Valid
Y11	0,098	0,181	Valid
Y12	0,098	0,366	Valid
Y13	0,098	0,232	Valid
Y14	0,098	0,195	Valid
Y15	0,098	0,333	Valid
Y16	0,098	0,129	Valid

Dapat diketahui tabel diatas semua itemnya valid dikarenakan rhitungnya

>rtabel,

**Tabel 4. 3 Hasil uji validitas variabel z kepercayaan politik**

Aitem	rtabel	Rhitung	Keterangan
Z1	0,098	0,604	Valid
Z2	0,098	0,663	Valid
Z3	0,098	0,661	Valid
Z4	0,098	0,626	Valid
Z5	0,098	0,649	Valid
Z6	0,098	0,658	Valid
Z7	0,098	0,685	Valid
Z8	0,098	0,620	Valid
Z9	0,098	0,663	Valid
Z10	0,098	-272	Tidak valid
Z11	0,098	0,614	Valid
Z12	0,098	0,718	Valid
Z13	0,098	0,765	Valid
Z14	0,098	0,686	Valid
Z15	0,098	0,567	Valid
Z16	0,098	0,724	Valid
Z17	0,098	0,718	Valid

Dapat diketahui tabel diatas hanya ada item no 10 saja yang tidak valid, dikarenakan nilai  $r$  hitungnya  $< r$  tabel.

### 3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan teknik koefisien Alpha Cronbach. Hasil yang didapatkan dari uji reliabilitas yaitu, nilai koefisien Alpha pada skala media sosial instargram dengan aitem yang berjumlah 15 aitem adalah sebesar 0,908. Sedangkan pada hasil uji reliabilitas pada skala keputusan memilih dengan aitem yang berjumlah 16 aitem adalah sebesar 0,567. Begitu pula pada skala keputusan masyarakat dengan item berjumlah 17 aitem pada hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Alpha sebesar 0,889.

**Tabel 4. 4 Hasil uji reabilitas skala media sosial  
Instagram, keputusan memilih dan kepercayaan politik**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai <i>Alpha</i></b>	<b>Jumlah aitem</b>	<b>Katego ri</b>
Media sosial Instagram	0,908	15	Tinggi
Keputusan memilih	0,567	16	Cukup
Kepercayaan masyarakat	0,889	17	Tinggi

Berdasarkan hasil uji reabilitas yang telah dilakukan, terdapat pada variabel media sosial dan variabel kepercayaan masyarakat berada pada kategori tinggi dan pada variabel keputusan memilih terdapat kategori cukup.

#### 4. Analisis Statistic Deskriptif

Dalam penelitian ini data yang ada kemudian dilakukan analisis dengan cara melakukan analisis statistik deskriptif yang berfungsi untuk melihat suatu gambaran pada sebuah data dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui jumlah mean (M), standar deviasi (SD), skor minimum maupun skor maksimum. Adapun hasil dari analisis statistik deskriptif akan diuraikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 5: Hasil Uji Analisis Deskriptif.**

<b>Variabel</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>SD</b>	<b>n</b>
Media sosial instagram	15	60	43.52	8.880	400
Keputusan memilih	16	32	24.37	2.499	400
Kepercayaan politik	21	83	53.12	9.942	400

Berdasarkan tabel hasil dari analisis statistic deskriptif yang telah dilakukan kepada 400 responden, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada variabel media sosial Instagram, skor minimum atau skor terendah ialah 15 dan skor maksimum atau tertinggi adalah 60 dengan nilai rata-rata yang diada adalah 43.52, sedangkan untuk nilai standart deviasi adalah 8.880.
2. Pada skala , skor minimum atau rendah yang didapat oleh responden adalah 16 dan skor maksimum adalah 32, dengan nilai rata-rata atau mean 24.37 sedangkan untuk nilai standart deviasi adalah 2.499
3. Pada skala kepercayaan politik masyarakat, skor minimum atau terendah adalah 21 dan skor maksimum atau tertinggi adalah 83 dengan nilai rata-rata atau mean adalah 53.12 dan untuk nilai standart deviasi adalah 9.942

## **5. Kategorisasi Data**

Kategorisasi ini dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkatan kategori pada variabel media sosial Instagram, keputusan memilih dan kepercayaan politik masyarakat. Guna untuk meghitung kategori tersebut peneliti menggunakan bantuan SPSS 22, dan hasilnya sebagai berikut :

### **1. Penggunaan Media Sosial (*Instagram*)**

Hasil dari kategorisasi pada perhitungan skor empiric pada variabel penggunaan media sosial Instagram adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 6: Kategorisasi data media sosial instagram**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi (F)</b>	<b>Presentase (%)</b>
Rendah	21	5,3%
Sedang	252	63%
Tinggi	127	31,8%
<b>Total</b>	400	100%

Berdasarkan hasil uraian diatas, dapat dijelaskan bahwa dari total 400 responden yang berjumlah 400 responden sebanyak 21 reponden dengan presentase 5,3% dengan kategori rendah, sebanyak 252 responden berada pada kategori sedang dengan presentase 63%, dan sebanyak 127 responden berada pada kategori tinggi dengan presentase 31,8%

## 2. Keputusan Memilih

Hasil dari kategorisasi pada perhitungan skor empiric pada variabel keputusan memilih sebagai berikut :

**Tabel 4. 7: Kategorisasi keputusan memilih**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi(F)</b>	<b>Presentase (%)</b>
Rendah	28	7%
Sedang	333	83.3%
Tinggi	39	9.8%
<b>Total</b>	400	100%

Berdasarkan kategorisasi yang diuraikan pada tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa dari total responden yang berjumlah 400 responden, sebanyak 28 masyarakat dengan presentase 7% berada dalam kategori

rendah, 33 berada pada kategori sedang dengan presentase 83,3%, dan sebanyak 39 masyarakat berada pada kategori tinggi dengan presentase 9,8%.

### 3. Kepercayaan Politik Masyarakat

Hasil dari kategorisasi pada perhitungan skor empiric pada variabel kepercayaan politik masyarakat sebagai berikut :

**Tabel 4. 8: Kategorisasi kepercayaan politik masyarakat**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi(F)</b>	<b>Presentase (%)</b>
Rendah	33	8,3%
Sedang	298	74,5%
Tinggi	69	17,3%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil kategorisasi diatas, dapat dijelaskan bahwa dari total responden 400, sebanyak 33 masyarakat berkategori rendah dengan presentase 8,3%, 298 berada pada kategori sedang dengan presentase 74,5%, dan sebanyak 69 masyarakat berada pada kategori tinggi dengan presentase 17,3%

## 6. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat hasil dari sebaran data dari penelitian tersebut memiliki distribusi normal atau tidak normal. Untuk menguji normalitas dilakukan dengan bantuan SPSS 22 dengan Teknik yang digunakan adalah one-sample Kolmogrov-Smirnov dengan

pendekatan Monte Carlo dengan melihat nilai residual dalam data tersebut. Adapun hasil dari normalitas berikut ini:

**Tabel 4. 9 uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>			
		Unstandardized Residual	
N		400	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.45707902	
Most Extreme Differences	Absolute	.085	
	Positive	.085	
	Negative	-.061	
Test Statistic		.085	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	<b>.005<sup>d</sup></b>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.003
		Upper Bound	.006

Dari hasil uji kolmogrov-smirnov diatas Asymp. Sig (2 tailed) sebesar

0,005. Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan data residual dalam model ini tidak berdistribusi secara normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dibawah 0,05. Oleh karna itu, model regresi tersebut belum layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Dan untuk menormalkan data maka perlu dilakukan treatment yaitu menghapus data outlier. Adalah data yang mempunyai karakteristik unik dan terlihat sangat berbeda dari observasi lainnya serta muncul dalam nilai nilai ekstrim (Ghozali, 2006). Data outlier ini harus dihapus dari pengamatan.

Cara-cara untuk mengidentiikasi adanya kasus normalitas ialah sebagai berikut :

1. Dilakukan pemeriksaan dengan metode grafik, yaitu pemeriksaan normalitas dengan output normal P-P atau Q-Q plot.
2. Pemeriksaan bisa dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan serta memakai analisis kai-kuadrat ( $X^2$ ) dan *kolmogrov-smirnov*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan menyebar dengan normal apabila nilai *kolmogrov-sminov*  $Z=Z$  tabel atau nilai Asymp. Sign. (2-tailed)  $> \alpha$ .

Berikut rincian dalam menghapus data outlier :

Tabel 4. 10 **data outlier**

No	Subjek	Total skor x	Total skor y	Total skor z
1	Responden 2	29	18	66
2	Responden 3	22	21	50

3	Responden 4	32	18	38
4	Responden 22	60	29	21
5	Responden 52	60	23	76
6	Responden 139	39	31	55
7	Responden 140	52	31	51
8	Responden 142	44	31	55
9	Responden 177	44	24	80
10	Responden 184	47	27	30
11	Responden 186	43	28	81
12	Responden 212	31	23	81
13	Responden 247	32	26	26
14	Responden 267	52	27	30
15	Responden 277	36	18	49
16	Responden 296	52	31	21
17	Responden 297	15	22	51
18	Responden 298	30	20	31
19	Responden 327	40	23	77
20	Responden 388	44	22	81
21	Responden 393	31	26	28
22	Responden 299	30	20	31
23	Responden 54	60	24	82
24	Responden 56	60	21	81

25	Responden 98	36	31	60
26	Responden 104	47	31	60
27	Responden 127	40	32	54
28	Responden 131	32	32	41
29	Responden 132	50	32	52
30	Responden 133	34	30	58
31	Responden 177	60	23	83
32	Responden 200	31	23	81
33	Responden 377	44	25	53
34	Responden 19	47	19	49
35	Responden 119	23	30	62
36	Responden 121	41	32	56
37	Responden125	32	30	46
38	Responden 126	34	30	58
39	Responden 137	41	29	51
40	Responden 174	42	29	32
41	Responden 206	42	29	44
42	Responden 225	34	19	54
43	Responden 277	42	19	48

Data outlier diatas yang akan di hapus guna penelitian menghasilkan normalitas yang baik dan layak untuk dilakukan analisis selanjutnya, dengan menggunakan data outlier maka jumlah sample akan berkurang

### b. Hasil Uji Normalitas setelah Eliminasi Outlier

Model regresi dapat dikatakan baik apabila memiliki distribusi normal. Oleh sebab itu uji normalitas akan diujikan kembali untuk mendapatkan tingkat normalitas setelah dilakukan pengeliminasian outlier. Berikut adalah hasil uji normalitas setelah dilakukan pengeliminasian data outlier :

**Tabel 4. 11hasil uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstanda rdized Residual
N		358
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.923057
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.038
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig.	Sig.	.142 <sup>d</sup>

(2-tailed)	99% Confidence Interval	Lower Bound	.133
		Upper Bound	.151

a. Test distribution is Normal.

---

b. Calculated from data.

---

c. Lilliefors Significance Correction.

---

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Dari hasil uji *kolmogrov-smirnov* dengan pendekatan Monte Carlo di atas, dihasilkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,142. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini berdistribusi secara normal karena nilai Monte Carlo. Sig. (2-tailed) diatas 0,05.

### c. Uji Linieritas

Uji linieritas dapat dilakukan untuk mengetahui apakah pada variabel bebas dan terikat memiliki hubungan yang linear atau tidak. Untuk melakukan uji linier peneliti menggunakan *cara test of linearity* yang terdapat pada SPSS, dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. 12 hasil uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Memilih * Kepercayaan Partai Politik	Between Groups	(Combined)	230.181	43	5.353	1.470	.035
		Linearity	52.550	1	52.550	14.432	.000
		Deviation from Linearity	177.632	42	4.229	1.162	.237
	Within Groups		1143.338	314	3.641		
	Total		1373.520	357			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Memilih * Media Sosial Instagram	Between Groups	(Combined)	163.310	35	4.666	1.241	.171
		Linearity	.148	1	.148	.039	.843
		Deviation from Linearity	163.162	34	4.799	1.277	.145
	Within Groups		1210.210	322	3.758		
	Total		1373.520	357			

Berdasarkan hasil dari uji linearitas yang terdapat pada table diatas, dapat dilihat nilai signifikansi pada variable media sosial Instagram terhadap keputusan memilih sebesar 0,145 dan pada table kepercayaan partai politik terhadap keputusan memilih nilai signifikansi 0, 237 yang berarti nilai signifikan pada variable lebih besar dari 0.05. maka hubungan pada variabel tersebut dapat dinyatakan sebagai variabel yang memiliki hubungan bersifat linier, dengan dasar pengambilan yakni, nilai  $Sig > 0,05$ . Sehingga untuk melakukan uji regresi dapat terpenuhi.

#### 7. Uji Homoskedastisitas

Uji homoskedastisitas dilakukan guna untuk melihat varian dari nilai residual yang ada pada penelitian bersifat tetap (sama) atau terjadi heteroskedastisitas atau ketidak samaan. Uji homoskedastisitas dapat dilakukan menggunakan Teknik *Glejser* . Adapun hasilnya sebagai berikut:

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.850	.500		3.703	.000

Media Sosial Instagram	-.008	.007	-.059	-1.118	<b>.264</b>
Kepercayaan Partai Politik	.000	.007	.002	.043	<b>.965</b>
a. Dependent Variable: abs_RES					

**Tabel 4. 13 hasil uji Homoskedastisitas**

Berdasarkan hasil dari uji homoskedastisitas yang ada pada tabel diatas, tercantum nilai signifikansi pada variabel media sosial sebesar 0,264 dan pada variabel kepercayaan politik sebesar 0,965 yang berarti nilai signifikansi pada variabel keduanya lebih besar dari 0,05. Maka dapat dinyatakan terdapat homoskedastisitas dalam data tersebut, dengan dasar pengambilan keputusan yakni, nilai  $Sig > 0,05$ , yang artinya untuk melakukan uji regresi linear berganda dapat dipenuhi.

#### **8. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dapat dilakukan untuk melihat dalam sebuah uji regresi dapat suatu hubungan atau korelasi diantara variabel bebas. Dalam uji regresi yang baik adalah jika tidak terjadi hubungan atau korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang ada pada SPSS. Adapun hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4. 14 hasil uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	26.385	.806		32.754	.000		
	<b>Media Sosial Instagram</b>	.005	.012	.023	.443	.658	<b>.996</b>	<b>1.004</b>
	<b>Kepercayaan Partai Politik</b>	-.045	.012	-.197	-3.780	.000	<b>.996</b>	<b>1.004</b>

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil dari uji multikolinieritas yang ada pada tabel diatas, terdapat nilai tolerance pada variabel media sosial dan kepercayaan partai politik sebesar 0,996. Sedangkan nilai VIF pada variabel yang sama sebesar 1.004. dengan demikian nilai tolerance pada kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,10. Maka dapat

dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas pada data tersebut, dengan dasar pengambilan keputusan yakni, nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10,00. Sehingga persyaratan dapat terpenuhi untuk melakukan uji regresi linear berganda.

## 9. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan guna untuk memberi keputusan kepada hipotesis yang dibuat dalam penelitian yaitu, bisa di terima atau ditolak. Dalam penelitian ini uji hipotesis yang dilakukan sebagai berikut:

### a. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan salah satu metode regresi yang dapat dipakai sebagai alat intervensi statistik, untuk menentukan pengaruh sebuah variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen). Dalam hal ini variabel bebasnya media sosial Instagram dan keputusan memilih sebagai variabel terikat. Berikut adalah hasil dari uji regresi linear sederhana:

**Tabel 4. 15 uji Regresi Linear Sederhana**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.010 <sup>a</sup>	.000	-.003	1.964
a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram				

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.097	.541		44.504	.000
	Media Sosial Instagram	.002	.012	.010	.196	.845

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil dari uji regresi linear sederhana yang terdapat pada tabel diatas, dapat dilihat jika nilai R Square sebesar 0,000 yang memiliki arti jika tidak terjadi pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih sebesar 0,000% sedangkan 100% keputusan memilih dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian. Pada keterangan konstan ditunjukkan dengan angka sebesar 24.097 yang memiliki arti jika dalam penelitian tidak terdapat variabel media sosial Instagram maka nilai konsisten pada variabel keputusan memilih adalah sebesar 24,097. Pada keterangan

koefisien regresi media sosial instagram ditunjukkan dengan nilai sebesar 0,002 yang memiliki arti yaitu, setiap variabel media sosial Instagram bertambah sebesar 0,02% maka keputusan memilih akan mengalami peningkatan sebesar 0,002 dan nilai koefisien yang bertanda positif maka pengaruh media sosial Instagram terhadap beban kognitif berpengaruh secara positif. Dengan demikian persamaan regresi tersebut adalah,  $Y=24.097+0,002X$ . Sedangkan untuk nilai signifikansi menunjukkan angka  $0,000 < \text{probabilitas} < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $0,196 > \text{nilai t tabel} < 1,906$ . Sehingga dapat dinyatakan jika  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu, terdapat pengaruh pada variabel media sosial Instagram terhadap keputusan memilih.

#### **b. Uji Regresi Moderasi**

Uji regresi moderasi dilakukan dengan cara melakukan analisis secara Moderated Regression Analysis (MRA) guna untuk mengetahui adanya sebuah pengaruh yang terdapat pada media sosial Instagram sebagai variabel bebas terhadap keputusan memilih sebagai variabel terikat dengan menambah satu variabel kepercayaan masyarakat sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan pada hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil dari uji regresi moderasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 16 uji Regresi Moderasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.197 <sup>a</sup>	.039	.033	1.928
a. Predictors: (Constant), Media Sosial*Kepercayaan Partai politik, Media Sosial Instagram				

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.327	2	26.663	7.170	.001 <sup>b</sup>
	Residual	1320.193	355	3.719		
	Total	1373.520	357			
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih						
b. Predictors: (Constant), Media Sosial*Kepercayaan Partai politik,						

Media Sosial Instagram						
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.172	3.152		7.986	.000
	Media Sosial Instagram	<b>.033</b>	.071	.144	.467	.641
	Kepercayaan Partai Politik	<b>-.022</b>	.059	-.098	-.382	.703
	Total	<b>-.001</b>	.001	-.163	-.398	.691
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih						

Berdasarkan hasil uji regresi moderasi yang terdapat pada tabel diatas, dapat dilihat nilai R Square sebesar 0,039 yang memiliki arti jika pengaruh media sosial sebagai variabel bebas dan kepercayaan politik sebagai variabel moderasi terhadap keputusan memilih sebagai variabel terikat sebesar 0,39% . pada keterangan konstan

ditunjukkan dengan angka sebanyak 23.985. pada keterangan koefisien regresi kepercayaan politik ditunjukkan nilai sebesar -0,002 yang memiliki arti setiap variabel kepercayaan partai politik bertambah sebesar 1% maka keputusan memilih akan mengalami peningkatan sebesar -0,002 maka nilai keputusan memilih akan mengalami peningkatan -0,002 dan nilai koefisien yang bertanda negative maka pengaruh kepercayaan politik masyarakat berpengaruh secara negative, dengan persamaan regresi adalah  $Y=23.985-0,001X$ . pada keterangan koefisien regresi moderasi ditunjukkan dengan nilai sebesar -0,001 yang memiliki arti yaitu, setiap variabel moderasi bertambah sebesar 1% maka keputusan memilih akan mengalami peningkatan sebesar -0,001 dan nilai koefisien yang bertanda negative maka pengaruh moderasi terhadap beban kognitif berpengaruh secara negatif, dengan persamaan regresi adalah,  $Y=25.172+-0,001X$

Sedangkan nilai F signifikan pada uji F sebesar  $0,001 < \text{probabilitas } 0,05$  dan F hitung yang di tunjukkan sebesar 7.170 nilai F tabel 19.493. sehingga dapat dinyatakan jika  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima, yaitu, terdapat pengaruh pada variabel media sosial Instagram terhadap keputusan memilih dengan kepercayaan politik masyarakat sebagai variabel moderasi. Dengan adanya variabel moderasi tersebut dapat memperkuat pengaruh yang ada pada pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih yang

ditunjukkan dengan nilai R.

R square sebelumnya adalah 0,000 dan setelah ditambahkan variabel moderasi nilai R square menjadi 0,039. Dengan demikian peran kepercayaan politik masyarakat dapat memperkuat pada pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih.

## **B. Pembahasan**

### **1. Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Isu Politik Media Sosial Pada Masyarakat Kota Malang**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan mendapatkan data dari total 400 responden menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat kota malang terhadap isu politik media social tergolong dalam kategori sedang. Hal ini ditunjukkan pada tabel kategorisasi data yang mendapatkan hasil bahwa mayoritas responden dalam keputusan memilihnya termasuk dalam kategori sedang dengan tingkat prsentase sebesar 83.3 %. Lalu ditunjukkan juga dari hasil kategorisasi data kepercayaan politik masyarakat mendapatkan hasil kategori sedang dengan prsentase sebesar 74,5 %. Hal ini bisa terjadi dikarenakan tingginya penggunaan sosial media pada masyarakat kota malang sehingga dapat mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap isu politik yang sedang terjadi. Dijelaskan oleh Suhendra. (2015) bahwa Media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena mempermudah penggunaanya memperoleh serta memberikan informasi secara cepat.

Penelitian ini menggunakan media sosial isntagram yang dimana media sosial tersebut banyak digunakan oleh berbagai kalangan dalam hal mencari informasi dan lain sebagainya. Data pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram terhadap keputusan memilih masyarakat kota malang, hal ini diperoleh dari hasil uji regresi linear yang mendapatkan nilai sebesar 0,002 yang memiliki arti yaitu, setiap variabel media sosial Instagram bertambah sebesar 0,02% maka keputusan memilih akan mengalami peningkatan sebesar 0,002 dan nilai koefisien yang bertanda positif maka pengaruh media sosial Instagram terhadap beban kognitif berpengaruh secara positif. Menurut Andriyendi & Fitria. (2023) menyatakan bahwa Pemilih pemula menggunakan Instagram sebagai alat untuk berinteraksi sosial. Instagram dianggap dapat mempermudah pemilih pemula dalam berkomunikasi antar teman, kenalan maupun saudara yang berada di daerah tersebut. Selain itu pemilih pemula memanfaatkan Instagram dalam memperluas interaksi sosial yang bisa memberikan informasi mengenai pasangan calon.

Instagram membantu pemilih dalam menemukan informasi yang dibutuhkan, namun informasi yang tersedia di Instagram tidak semuanya fakta dan akurat. Karena itu pemilih pemula perlu memiliki kemampuan literasi media untuk dapat mengetahui mana informasi yang real dan mana yang hoax. Saat ini pemilih tidak hanya ingin mengetahui tentang kampanye kandidat saja melainkan juga tentang

kehidupan serta latar belakang keluarga kandidat melalui sosial media yang dimiliki kandidat. Sehingga melalui observasi berdasarkan sosial media tersebut para pemilih semakin yakin untuk memilih karena melalui sosial media mereka tidak hanya mendapatkan informasi mengenai kampanye kandidat tetapi juga mendapatkan informasi mengenai *family background* kandidat atau biasa disebut melihat bibit bobot bebet kandidat (Cahyono, 2020).

## **2. Tingkat Keputusan Memilih Pada Masyarakat Kota Malang**

Data dari penelitian ini menunjukkan bahwa kategorisasi tingkat keputusan memilih dapat dijelaskan yakni dari total responden yang berjumlah 400 responden, sebanyak 28 masyarakat dengan presentase 7% berada dalam kategori rendah, 333 berada pada kategori sedang dengan presentase 83,3%, dan sebanyak 39 masyarakat berada pada kategori tinggi dengan presentase 9,8%. Penelitian ini menunjukkan mayoritas masyarakat kota Malang memiliki tingkat keputusan memilih yang sedang dengan presentase 83,3% dari keseluruhan jumlah subjek yang diteliti. Salah satu aspek yang berhubungan dengan tingkat keputusan memilih masyarakat adalah berkembangnya teknologi komunikasi, menurut Barberá dkk., (2015) menjelaskan bahwa teknologi membawa perkembangan dalam masyarakat dan ditunjukkan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam aspek politik, ekonomi, sosial serta budaya. Pada aspek politik teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju menjadikan media

dikuasai oleh kepentingan-kepentingan tertentu yang kemudian mendirikan industri media massa dan digunakan sebagai kepanjangan tangan untuk kepentingan politiknya.

Salah satu teknologi komunikasi yang sekarang banyak digunakan adalah media sosial, Sebagaimana telah diuraikan bahwa media sosial adalah sebuah media online yang menggunakan teknologi berbasis internet yang mendukung interaksi sosial, sehingga mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif yang timbal balik. Dalam perkembangannya, media sosial menjadi penting sebagai sarana yang efektif dalam proses komunikasi politik, khususnya dalam konteks kampanye pemilu yang dapat menjadi perantara para politisi dengan konstituennya, yaitu antara komunikator dan komunikan secara jarak jauh dan bersifat massif (Rothmund dkk., 2016). Oleh karena itu, melalui media sosial, komunikator dapat melakukan komunikasi politik dengan para pendukung atau konstituennya, yaitu untuk membangun atau membentuk opini publik dan sekaligus memobilisasi dukungan politik secara massif. Pemanfaatan media sosial juga telah meningkatkan jaringan komunikasi politik, relasi politik dan partisipasi politik masyarakat dalam pemilu (Zúñiga & Molyneux., 2014). Hal ini sering dijumpai dalam masa-masa kampanye politik para kandidat calon Kepala Daerah yang sedang maju dalam kompetisi pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), maupun kandidat calon presiden dalam Pilpres, dan dalam pemilihan anggota legislatif (Pileg).

Perkembangan teknologi dan kehadiran media sosial saat ini dapat memberikan kesempatan bagi setiap orang, termasuk masyarakat umum untuk dapat mengungkapkan pendapatnya atas berbagai macam hal dengan mudah karena media yang ada. Bagi pemilih pemula yang erat dan dekat dengan media sosial dalam kesehariannya, membuat mereka memiliki informasi dan referensi untuk mengetahui calon atau hal-hal yang terjadi dalam proses pemilihan, dengan mudah dan tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Menurut Astuti. (2016) menyatakan bahwa Media sosial berhasil merangsang minat dalam pemilu dan membantu meningkatkan pengetahuan pemilih, terutama pemilih pemula yang sebelumnya belum pernah terlibat dalam pemilihan.

### **3. Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kota Malang terhadap Partai Politik**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mendapatkan data perihal tingkat kepercayaan dari masyarakat Kota Malang terhadap partai politik yakni: dari total responden yang berjumlah 400 responden, sebanyak 33 masyarakat dengan presentase 8.3% berada dalam kategori rendah, 238 masyarakat berada pada kategori sedang dengan presentase 74.5%, dan sebanyak 69 masyarakat berada pada kategori tinggi dengan presentase 17.3%. Penelitian ini menunjukkan mayoritas masyarakat kota Malang memiliki tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik dalam kategori sedang dengan presentase 74.5% dari keseluruhan jumlah subjek yang diteliti.

Dijelaskan oleh Chan dkk., (2017) bahwa struktur yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap partai politik terdiri dari; (1) sosialisasi politik, yaitu proses transmisi nilai, ide dan informasi politik yang diterima individu dalam lingkungannya. (2) Institusi partai yaitu organisasi, aktor dan kinerja partai politik. (3) Kepentingan, faktor-faktor internal yang mendorong seseorang untuk mempercayai partai politik dan biasanya berorientasi pada pertimbangan untung dan rugi. Sehingga dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap partai politik, ditentukan oleh orientasi masyarakat dalam memandang partai politik. Orientasi masyarakat sendiri, terbentuk dari prakondisi yang dihadapi dalam lingkungannya, baik itu lingkungan sosial maupun lingkungan politiknya.

Dari data hasil penelitian ini juga ditemukan sebanyak 33 masyarakat dengan presentase sejumlah 8.3% memiliki tingkat kepercayaan terhadap partai politik yang rendah. Penyebab hal ini salah satunya adalah kekecewaan yang begitu besar disebabkan oleh hal-hal kecil yang terulang-ulang. Menurut Bisri. (2005) menyatakan bahwa Ketidakhadiran pemilih pada pesta demokrasi mesti memiliki pesan politik, setidaknya bentuk kejenuhan. Salah satu makna pesan tersebut adalah rasa apatis atau tidak percaya terhadap hal-hal yang berbau politik. Ketidakpercayaan rakyat sebagai potret buram perpolitikan nasional. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik

sangat menentukan tingkat kemauan memilih masyarakat hal ini berhubungan erat dengan adanya golongan putih atau yang biasa dikenal golput. Faktor-faktor tingginya golongan putih atau golput dalam pemilihan umum sangat dipengaruhi oleh perilaku pemilih. Salah satunya yakni perilaku memilih didasari oleh lima pendekatan, yaitu: (1) Pendekatan Struktural, pendekatan ini melihat perilaku memilih sebagai hasil dari bentuk sosial yang luas cakupannya. Seperti jumlah partai, kelompokkelompok sosial yang ada dalam masyarakat, sistem kepartaian, program kerja atau visi maupun misi yang diusung oleh partai, yang semuanya ini tentunya berbeda antara satu negara dengan negara lainnya disebabkan karena adanya perbedaan basis sosial yang ada di masyarakat, (2) Pendekatan Sosial, yang cenderung menempatkan dan menghubungkan kegiatan memilih dalam konteks sosial. Seperti latar belakang kependudukan dan sosial ekonomi, gender, wilayah bermukim, profesi, pendidikan, status sosial, tingkat pendapatan, serta agama. Kesemuanya itu dianggap memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menentukan perilaku memilih seseorang Astuti. (2016)

Faktor lain yang sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat kepada partai politik ialah adanya penerimaan perangsang politik. Perangsang politik ini merupakan salah satu faktor yang memang sebagai bentuk *rational choice* masyarakat. Ketika ketertarikan masyarakat rendah untuk berpartisipasi, perangsang politik

yang diharapkan masyarakat. Tidak sedikit masyarakat yang memilih atas dasar rasionalitas ekonomi. Perangsang politik dalam hal ini bukan *money politic* yang diberikan sebelum pencoblosan. Perangsang politik ini diberikan untuk operasionalisasi dari mesin politik dan untuk maintenance konstituen. Jika hal ini tidak dilakukan jangan harap mesin politik (koalisi partai) dan konstituen bisa berjalan (Cahyono, 2020).

#### **4. Pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih pada masyarakat kota Malang**

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram terhadap keputusan memilih pada masyarakat Kota Malang. Hal ini ditunjukkan dengan perhitungan dari *Software* SPSS yang mendapatkan hasil: Pada keterangan koefisien regresi media sosial instagram ditunjukkan dengan nilai sebesar 0,002 yang memiliki arti yaitu, setiap variabel media sosial Instagram bertambah sebesar 0,02% maka keputusan memilih akan mengalami peningkatan sebesar 0,002 dan nilai koefisien yang bertanda positif maka pengaruh media sosial Instagram terhadap beban kognitif berpengaruh secara positif. Dengan demikian persamaan regresi tersebut adalah,  $Y=24.097+0,002X$ . Sedangkan untuk nilai signifikansi menunjukkan angka  $0,000 <$  probabilitas 0,05 dan nilai t hitung sebesar  $0,196 >$  nilai t tabel 1,906. Sehingga dapat dinyatakan jika  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu, terdapat pengaruh pada variabel media sosial Instagram terhadap

keputusan memilih masyarakat Kota Malang.

Dalam pembahasan ini mengambil teori tentang komunikasi massa dan perilaku politik dalam konteks pemilu atau demokrasi electoral. Teori komunikasi politik yang digunakan merupakan teori yang dikembangkan oleh (McQuail, 1987). Media sosial memang sedikit berbeda dengan media massa pada umumnya, namun semua media memiliki konsekuensi dan nilai ekonomi serta merupakan objek persaingan untuk memperebutkan kontrol dan akses politik maupun akses ekonomi, media sosial juga banyak dimanfaatkan untuk tujuan sosial dan tujuan non ekonomi lainnya. Untuk di sisi politik media sosial juga dapat digunakan sebagai alat keefektifan karena kemampuannya untuk menarik dan mengarahkan perhatian, supaya adanya pendapat dan anggapan mempengaruhi pilihan sikap misalnya pada pemilu serta memberikan legitimasi dan membentuk persepsi (Ardha, 2014). Dengan adanya kehadiran media sosial seperti instagram, facebook dan whatsapp merupakan sebagian dari fitur media sosial yang penggunaannya paling banyak digunakan oleh warga Indonesia secara keseluruhan dan para generasi milenial secara khusus. Dalam kajian komunikasi politik strategi dalam pengemasan pesan dalam kampanye politik sangat penting karena pengemasan pesan akan mengarahkan masyarakat untuk memaknainya sehingga pesan-pesan itu harus sesuai dengan isu-isu yang berkembang dalam masyarakat (Adinugroho dkk., 2019)

Media sosial telah menjadi referensi informasi politik utama bagi generasi milenial dibandingkan dengan media konvensional. Aktivitas dari media sosial yang ditampilkan dapat mempengaruhi elektabilitas karena masyarakat mengamatinya melalui dengan mudah. Di sisi lain, media sosial dapat mendorong partisipasi politik dengan membaca berita ataupun ulasan terkait kandidat tertentu (Chan dkk., 2017). Jejaring media sosial sebagai *new media* memosisikan untuk berkontribusi dalam pendidikan politik. Media sosial juga bertindak sebagai komplemen dari media konvensional untuk mendukung aktivitas penggalan dana, mengidentifikasi dan memotivasi warga Negara aktif serta untuk komunikasi politik internal. Menurut Suhendra. (2015) menyatakan bahwa Dengan hadirnya media digital, khususnya media jejaring sosial, bisa memberikan hasil yang baik dalam budaya politik (*Politic Culture*) yang juga merupakan aspek yang penting dalam sistem politik. Budaya politik sendiri adalah keseluruhan dari pandangan-pandangan politik, seperti norma-norma, pola-pola orientasi terhadap politik dan pandangan hidup umumnya.

Dalam aktifitas politik, setiap kandidat dalam partai politik mencoba berbagai usaha untuk memperoleh dukungan dalam pencapaian tujuan politiknya. Untuk itu, diperlukan sarana komunikasi dan informasi. Media sosial sebagai salah satu sarana informasi yang sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dimasa sekarang. media sosial menurut mempunyai empat manfaat bagi aktifitas politik suatu partai

maupun kandidat yaitu sebagai *information, service, acces to political power and space* (informasi, pelayanan, akses kekuatan politik dan ruangan) (Gunanto, 2020). Menurut Astuti. (2016) menjelaskan media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik. Ini karena media sosial membuat kandidat dalam sebuah pemilihan bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tak bisa dicapai lewat pola kampanye tradisional seperti kampanye dari pintu ke pintu, brosur bahkan peliputan oleh media cetak dan televisi. Media sosial juga unggul karena memberi kesempatan para calon pemilih untuk berdialog dua arah dengan kandidat ke calon pemilih. Oleh karena itu Sifat komunikasi politik antara kandidat dan calon pemilih bisa menjadi multiarah, seperti dari kandidat ke pemilih, pemilih ke kandidat atau antar pemilih.

#### **5. Peran Kepercayaan Politik Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Memilih Masyarakat Kota Malang**

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Malang memiliki tingkat kepercayaan politik yang sedang. Ditunjukkan dengan hasil kategorisasi data sejumlah frekuensi masyarakat sebanyak 298 orang dari total keseluruhan 400 responden menjawab tingkat kepercayaannya sedang. Hal ini berhubungan erat antara keyakinan masyarakat terhadap partai politik dengan keputusan memilih didalam masyarakat. Kepercayaan

masyarakat terhadap ranah perpolitikan dapat dipengaruhi oleh faktor media sosial seperti Instagram, karena media sosial Instagram dapat digunakan untuk memperluas interaksi sosial yang bisa memberikan informasi mengenai pasangan calon (Horvath, & Paolini, 2013). Disamping itu Instagram membantu pemilih dalam menemukan informasi yang dibutuhkan, namun informasi yang tersedia di Instagram tidak semuanya fakta dan akurat. Karena itu masyarakat perlu memiliki kemampuan literasi media untuk dapat mengetahui mana informasi yang real dan mana yang hoax. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Loader. (2007) bahwa Kehadiran media sosial seperti Instagram saat ini menjadikan komunikasi politik menjadi lebih mudah diakses, tersampaikan secara langsung, dan interaktif. Keadaan ini menjadikan politisi, partai politik, organisasi non-profit, bahkan orang awam untuk mendapatkan berita secara langsung terkait politik tanpa melewati *gatekeeper* untuk berkomunikasi satu sama lain, dan menyampaikan aspirasi atau pendapatnya akan sesuatu, Namun, sisi positif ini juga memberikan kekhawatiran bahwa akan menimbulkan konsekuensi negatif bagi masyarakat.

Penelitian yang telah dilakukan pada masyarakat Kota Malang menunjukkan bahwa konsumsi media instagram meningkatkan keterlibatan masyarakat pada pemilihan partai politik. Ketika masyarakat menggunakan media sosialnya untuk mencari berita atau

menyatakan pendapatnya, hal tersebut akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas politik dan secara langsung menentukan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Menurut Astuti. (2016) menyatakan yakni media sosial dapat membantu meningkatkan partisipasi pemilih, karena bukan hanya untuk memberikan berbagai jenis informasi yang meningkatkan pengetahuan pemilih tentang calon, tetapi juga berkaitan dengan informasi dengan pemilihan itu sendiri sehingga pemilih baru dapat membuat keputusan. Selain membuat keputusan, media sosial juga memberikan kebebasan berekspresi kepada penggunanya, atas keputusan yang akan dipilihnya. Hal ini terjadi karena konten dalam media sosial bersifat bebas sehingga pemilih barupun dapat memberikan pendapatnya terkait dengan pemilihan.

Dalam kaitannya dengan komunikasi, media sosial hadir menjadi penhubung antara politik dan masyarakat. Media komunikasi politik berfungsi sebagai sarana observasi dan monitoring untuk mengetahui kondisi masyarakat sekitar dan memberikan pendidikan politik kepada masyarakat tentang makna dan fakta yang terjadi pada masyarakat itu sendiri terkait politik (Basit, 2019). Media sosial seperti instagram menampilkan tentang informasi mengenai politik yang ada di masyarakat, dan menyampaikan hal tersebut. pengaruh media sosial pada politik dapat memberikan pandangan baru pada masyarakat dan hal ini yang menjadi penentu kepercayaan masyarakat pada partai

politik. Media sosial politik juga menjadi sarana untuk menampung permasalahan politik yang berkembang di masyarakat. Dengan adanya media komunikasi politik, maka permasalahan yang berkaitan dengan politik dapat dibahas dengan jelas. Lewat media politik ini juga dapat membentuk opini publik akan hal yang berkaitan dengan pemilihan. Media komunikasi politik pada dasarnya harus menjadi sarana publikasi bagi pemerintah negara dan lembaga yang bersifat politik serta sarana advokasi kebijakan publik (Cahyono, 2020).

Perkembangan teknologi dan kehadiran media sosial saat ini dapat memberikan kesempatan bagi setiap orang, termasuk masyarakat awam untuk dapat mengungkapkan pendapatnya atas berbagai macam hal dengan mudah karena media yang ada khususnya dalam hal politik. Dijelaskan oleh Chan, dkk., (2017) bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk memiliki lebih banyak konten yang dapat mereka pilih, dan lebih banyak platform sesuai dengan selera mereka. Hal ini memberikan kesempatan lebih banyak daripada sebelumnya untuk mengomentari peristiwa politik, dan isu-isu yang terkait dengan politik itu sendiri. Pengguna memiliki kebebasan untuk memilih dan menggunakan media yang mereka sukai atau percayai.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan kesimpulan yang didapat sebagai berikut:

1. Tingkat penggunaan media sosial Instagram pada masyarakat kota Malang berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari total responden berjumlah 400, sebanyak 252 masyarakat dengan presentase 63% berada pada kategori sedang, 127 masyarakat dengan presentase 31,8% dan sebanyak 21 masyarakat berada pada kategori rendah dengan presentase 5,3%.
2. Tingkat keputusan memilih pada masyarakat kota Malang berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari total responden yang berjumlah 400, sebanyak 333 masyarakat berada pada kategori sedang dengan presentase 83,3%, kemudian sebanyak 39 masyarakat berada pada kategori tinggi dengan presentase 9,8% dan sebanyak 28 masyarakat berada pada kategori rendah dengan presentase 7%.
3. tingkat kepercayaan masyarakat kota malang terhadap partai politik berada pada kategori sedang, hal ini ditunjukkan dengan total responden sebanyak 400, sebanyak 238 masyarakat kota malang berada pada kategori sedang dengan presentase sebanyak 74,5% kemudian sebanyak 69 masyarakat berada pada kategori tinggi

4. dengan presentase 17,3% dan sebanyak 33 masyarakat berada pada kategori rendah dengan presentase 8,3%.
5. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pada pengaruh media sosial terhadap keputusan memilih pada masyarakat kota Malang. Ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien beta sebesar 0,002 yang artinya jika semakin tinggi penggunaan media sosial Instagram pada masyarakat kota Malang maka keputusan memilih semakin tinggi.
6. Adanya peran kepercayaan politik sebagai variabel moderasi pada pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih pada masyarakat kota Malang. Hal ini dapat dilihat dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi moderasi sebesar 0,002 yang artinya jika semakin tinggi pengaruh media sosial Instagram yang terdapat pada masyarakat kota Malang, maka kepercayaan politik masyarakat kota Malang juga semakin tinggi, dan peran kepercayaan politik masyarakat Kota Malang memperkuat pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan memilih. Hal ini ditunjukkan dengan nilai determinasi yang sebelumnya 0,000 setelah ditambahkan variabel moderasi menjadi 0,003. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.

## **B. Saran**

Kiranya perlu adanya kajian tentang bagaimana pentingnya peran media sosial khususnya pada media sosial Instagram untuk mengetahui isu yang sering viral dan trending, agar masyarakat lebih berhati-hati dalam bermain sosial media terutama pada isu isu politik yang sampai saat ini masih sering terjadi. Dan saran kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih berfokus pada media sosial yang lain seperti tiktok, twitter dll. Dengan adanya peran media sosial ini membuat masyarakat lebih percaya atau malah hilang rasa percaya kepada system pemerintahan atau pemilu yang akan mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, B., Prisanto, G. F., Irwansyah, I., & Ernungtyas, N. F. (2019). Media Sosial Dan Internet Dalam Ketelibatan Informasi Politik Dan Pemilihan Umum. *Representamen*, 5(02).  
<https://doi.org/10.30996/representamen.v5i02.2943>
- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–23.
- Andriyendi, O. D., & Susi, F. D. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 101(1), 2798–6020.
- Annur, C. M. (2021). Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia , Mayoritas Usia Berapa ? *Katadata.Co.Id*, November, 2021.
- Apjii. (2019). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.  
<https://www.apjii.or.id/survei2019>, 25 April 2019
- Ardha, B. (2014). Ardha: Social Media sebagai media kampanye partai SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 105–120.  
<http://oreilly.com/web2/archive/>
- Arikunto. (2002). *prosedur penelitian suatu pendekatan teori dan praktek*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Armaya, T. (2014). Terpaan Pemberitaan Media Massa dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kompetensi Jokowi sebagai Pemimpin terhadap Minat Masyarakat Memilih Jokowi .... *Interaksi* ....  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/6608>
- Arsan Mailanto. (2016). Pengguna Instagram di Indonesia Terbanyak, Mencapai 89% : Okezone techno. *Okezone.Com*, 1–5.
- Astuti, P. (2016). Freedom of Expression through Social Media and the Political Participation of Young Voters: A Case Study of Elections in Jakarta, Indonesia. *Socrates*, 4(4), 74–88.
- Azwar, S. (2000). *Sikap Manusia: teori dan pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan validitas edisi 4. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science*, 26(10), 1531–1542.  
<https://doi.org/10.1177/0956797615594620>
- Basit, L. (2019). *Social Media and Political Participation of Beginners*.  
<https://doi.org/10.4108/eai.7-12-2018.2281786>
- Bisri, A. Z. & A. (2005). Pilkada Langsung Problem dan Prospek, Sengketa Singkat Perjalanan Pilkada. *Pustaka Pelajar*.
- Blind, P. K. (2007). Building Trust in Government in the Twenty-first Century: Review of Literature and Emerging Issues. *7th Global Forum on Reinventing Government*, June, 1–31.

- Budiharjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*.
- Cahyono, A. S. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Chan, M., Chen, H. T., & Lee, F. L. (2017). Examining the roles of mobile and social media in political participation: A cross-national analysis of three Asian societies using a communication mediation approach. *New Media & Society*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444816653190>
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Rajawali Pers.
- Citrin, J. (1974). Comment: The Political Relevance of Trust in Government. *American Political Science Review*, 68(3), 973–988. <https://doi.org/10.2307/1959141>
- Dewi, F. (2019). *Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada. 2019*, 80.
- Faturochman. & Walgito, B. A. (2002). *Ketidakterdayaan Pemilik Sawah Dan Ketidakadilan Terhadap Mereka : 13*(September 2001), 67–92.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Badan Penerbit UNDIP*.
- Gunanto, D. (2020). Politisasi Birokrasi Dalam Pelaksanaan Pilkada di Indonesia. *Independen (Jurnal Politik Indonesia Global)*, 1(2), 87–94. <https://doi.org/10.24853/independen.1.2.87-94>
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Horvath, A. & Paolini, G. (2013). Political Participation and EU Citizenship: Perceptions and Behaviours of Young People. Evidence from the Eurobarometer surveys. *Report Produced by the Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA)*. <https://econtent.hogrefe.com/doi/abs/10.1027/1864-1105/a000204?journalCode=zmp>
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions*, 3(3), 710–724. <https://doi.org/10.3390/rel3030710>
- Huntington, S. P. (2004). *The Hispanic Challenge The persistent inflow of Hispanic immigrants threatens to divide the United States into two peoples, two cultures, and two languages. Unlike past immigrant groups, Mexicans and other Latinos have not assimilated into mainstream U.S. culture, forming instead their own political and linguistic enclaves-from.* 1–14. [http://www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story\\_id=2495&print=1](http://www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=2495&print=1)<http://www.foreignpolicy.com>
- Imadudin, M. (2019). *Adiwangsa Prediksi Angka Golput di Kota Malang capai 31.2 Persen*. Times Indonesia. <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-daerah/210267/adiwangsa-prediksi-angka-golput-di-kota-malang-capai-312-persen>
- Kartika, L. N., & Sugiarto, A. (2016). Pengaruh Tingkat Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Administrasi Perkantoran. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 73. <https://doi.org/10.24914/jeb.v17i1.240>
- Kartono, Kartini & Gulo, D. (2001). *Kamus Psikologi*. Pionir Jaya.
- Loader, B. D. (2007). *young citizens in the digital age*.
- Mangum, M. (2003). Psychological involvement and black voter turnout. *Political*

*Research Quarterly, 1.*

- Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1927). Monthly Report. *Journal of the Institute of Brewing*, 33(1), 43–57. <https://doi.org/10.1002/j.2050-0416.1927.tb05046.x>
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2006). Reflections on an initial trust-building model. *Handbook of Trust Research, 1979*, 29–51. <https://doi.org/10.4337/9781847202819.00008>
- McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction*. Sage Publications, Inc. <https://psycnet.apa.org/record/1987-98365-000>
- Media, K. C. (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. *KOMPAS.Com*, 2–7.
- Meliala. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Dan Penerapan Strategi Bertahan Dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan. *Jurnal Citizen Education*, 2(2), 12–24. <https://unimuda.e-journal.id/jurnalcitizen/article/view/617/491>
- Misztal. (2001). Trust and cooperation: the democratic public sphere. *Journal of Sociology*, 4.
- Muluk, Hamdi & Reksodiputro, A. (2005). Prediktor Pembeda Aktivis Mahasiswa Berdasarkan Orientasi Politik dan Partisipasi Politik. *Jurnal Psikologi Sosial*, 11.
- Nasrullah, R., & Dudi Rustandi, dan. (2016). Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial. *Ilmu Dakwa: Academic Journal for Homiletic Studies*, 10(Juni), 113–128.
- Nasution, H. (2016). *Perilaku Remaja Pengguna Media Sosial Blackberry Messenger, Line dan Whatsapp dalam Perspektif Gender*. [Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bandung]. <http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/81934/1/I16hna.pdf>
- Normasari. (2004). *Motif Sosial Remaja Suku Jawa dan Keturunan Cina Di Beberapa Sma Yogyakarta.Suatu studi perbandingan*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Prihatmoko, D. (2016). PENERAPAN INTERNET OF THINGS ( IoT ) DALAM PEMBELAJARAN DI UNISNU JEPARA. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 7(2), 567. <https://doi.org/10.24176/simet.v7i2.769>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Riyanto, B. (2004). Iklan Politik Era Image Dan Kekuasaan Media. *Nirmana*, 6(2), 143–157. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16338>
- Riyanto, G. P. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Kompas. Com, 53(9), 6.
- Rothmund, T., Otto, L., Krä, N., Bowman, N. D., Klimmt, C., Oliver, M. B., & Rieger, D. (2016). Special Issue The changing role of media use in political participation Editor-in-Chief. *Journal of Media Psychology Theories, Methods, and Applications*, 28(3). <http://econtent.hogrefe.com/>
- Sa'id, A. (2020). *Penduduk Indonesia Hasil Long Form Sensus Penduduk 2020*.

- BPS Indonesia.  
<https://www.bps.go.id/publication/2023/07/14/6f5622bb13b56c549b95b2b3/statistik-perusahaan-peternakan-ternak-besar-dan-ternak-kecil-2022.html>
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau*, 53(9), 1–13.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suhendra, A. (2015). SENJATA BARU DALAM RUANG POLITIK : Konstruksi Sosial Penggunaan Jejaring Sosial Online dalam Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2012. *Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 8(1), 1–12. <http://journal.um.ac.id/index.php/sejarah-dan-budaya/article/view/4750>
- Susanto, K. Y., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Perilaku Masyarakat Surabaya Dalam Proses Pengambilan Keputusan Memilih Produk Innisfree. *Jurnal E-Komunikasi*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11058%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/11058/9826>
- Syamsi, I. (2000). Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi. *Bumi Aksara*.
- Syarif, M. C. I., Rini, A. P., & Matulesy, A. (2022). Deprivasi Relatif, Kepercayaan Politik, dan Partisipasi Gerakan Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PolGov*, 4(1), 33–66. <https://doi.org/10.22146/polgov.v4i1.3587>
- Umami, M., & Rosdiana, A. M. (2022). Intensitas Bermedia Sosial dan Self Awareness pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9, 133–145.
- Wulan, R. (2015). Analisis Transaksi E-Commerce Melalui Jaringan Media Sosial Mobile. *Jurnal Sosio-E-Kons*, Vol.7,(No.3, Desember 2015), hal.239-245.
- Zhang, Q & Wang, E. (2010). Local political trust, the antecedents an effect on earthquake victim's choice for allocation of resource. *Social Behavior and Personalty*, 7.
- Zúñiga, Gil de . H. & Molyneux, L. (2014). *Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships*.

## LAMPIRAN

### Surat izin Badan Pengawas Pemilu Kota Malang

 **BAWASLU**  
BADAN PENGAWASAN PEMILIHAN UMUM  
KOTA MALANG

Jalan Teluk Candrawasih No. 1 Arjosari, Blimbing - Kota Malang  
Telepon 0341-4371800 Email [ket.malangkota@bawaslu.go.id](mailto:ket.malangkota@bawaslu.go.id)

No. : 004 /HM.02.04/K.JI-34/01/2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Persetujuan Ijin Penelitian

02 Januari 2023

Kepada :  
Yth. Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Di Tempat

Berkenaan dengan surat saudara nomor : 2998/Fpsi.1/PP.009.12/2022 tanggal 27 Desember 2022 perihal : Permohonan Ijin Penelitian, dari mahasiswi yang bernama :

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1	Firman Nur Wahyudi	19410233	Psikologi

Pada prinsipnya kami mengizinkan mahasiswa tersebut melakukan tugas program penelitian di Kantor Sekretariat Bawaslu Kota Malang pada tanggal 03 Januari s/d 01 Februari 2023 dengan memperhatikan penerapan protokol kesehatan dan ketentuan lebih lanjut mengenai sistem kerja di kantor sesuai arahan pemerintah.

Demikian surat persetujuan ini dibuat, atas kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ketua  
  
Alim Mustofa, S.IP, M.AP

## Quisoner penelitian

RAHASIA



### KUESIONER PENELITIAN POLITIK

Oleh:

Tim Peneliti (Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

Dibawah bimbingan skripsi Bapak M. Mahpur, M.Si dan

Bapak M. Adam Basori, MA (TESOL)

**BADAN PENGAWAS PEMILU KOTA MALANG &  
FAKULTAS PSIKOLOGI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2023**

**Skala Media Sosial (Instagram)**

Terdapat 4 pilihan jawaban yang memiliki arti yaitu:

Sangat Sering (SS) = Anda sangat sering melakukan (frekuensi lebih dari 3 kali)

Sering (S) = Anda sering melakukan (frekuensi 2-3 kali)

Jarang (J) = Anda jarang melakukan (frekuensi 1-2 kali)

Tidak Pernah (TP) = Anda tidak pernah melakukan

1. **Saya memberikan *like* pada konten-konten politik di Instagram.**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
2. **Saya membagikan informasi politik di instagram agar diketahui semua orang.**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
3. **Saya menggunakan media instagram lebih lama dari biasanya ketika menemukan isu yang membahas tentang politik di indonesia yang seru.**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
4. **Saya mencari berita politik di instagram.**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
5. **Saya sering salah faham ketika berkomunikasi dan berdiskusi tentang politik melalui instagram.**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
6. **Saya merasa bosan ketika menemukan isu politik yang ada di sosial media Instagram**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
7. **Saya sering mendapat wawasan baru tentang politik dari Instagram**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
8. **Saya selalu terpicu untuk berkomentar pada konten politik di Instagram**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
9. **Untuk menghilangkan kebosanan saya membaca komentar konten politik yang sedang ramai melalui Instagram.**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
10. **Saya sering berdiskusi dan belajar politik bersama teman melalui Instagram**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
11. **Saya tertarik isu-isu politik pada konten-konten di instagram**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
12. **Komentar konten politik yang sedang ramai di instagram sering membuat saya salah faham**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
13. **Menurut saya konten politik yang ada di instagram banyak bohongnya**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah

14. **Saya merasa komentar di konten politik pada instagram cenderung melenceng dari konteks**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah
15. **Saya sering merasa ragu-ragu dengan semua konten politik yang ada di Instagram**  
 Sangat Sering       Sering       Jarang       Tidak Pernah

#### Skala Keputusan Memilih

Terdapat 2 pilihan jawaban yang memiliki arti yaitu:

Memilih (M) : Anda memilih calon tersebut.

Tidak Memilih (TM) : Anda tidak akan memilih calon tersebut.

**Apakah ketika Calon Kandidat baik Legislatif dan Eksekutif melakukan hal dibawah ini, Bapak/Ibu akan memilihnya?**

1. **Bapak/Ibu pernah memilih calon yang melakukan politik uang**  
 Memilih       Tidak Memilih
2. **Terdapat calon yang pernah Bapak/Ibu dukung, dan melakukan korupsi. Apakah akan dipilih kembali oleh Bapak/Ibu**  
 Memilih       Tidak Memilih
3. **Seorang calon B di Kota Malang melakukan kampanye secara jujur dan bersih**  
 Memilih       Tidak Memilih
4. **Calon B tidak melakukan politik uang tetapi berasal parpol yang Bapak/Ibu tidak suka**  
 Memilih       Tidak Memilih
5. **Apabila ada calon yang pernah mempunyai kesalahan kepada Bapak/Ibu**  
 Memilih       Tidak Memilih
6. **Calon A melakukan perbuatan baik (membantu) kepada Bapak/Ibu**  
 Memilih       Tidak Memilih
7. **Bapak/Ibu memilih calon Eksekutif/ Legislatif berdasarkan kebaikan calon tersebut kepada Bapak/Ibu/Keluarga**  
 Memilih       Tidak Memilih
8. **Calon B berasal dari satu organisasi keagamaan yang sama**  
 Memilih       Tidak Memilih
9. **Calon B berasal dari salah satu saudara Bapak/Ibu**  
 Memilih       Tidak Memilih
10. **Calon Z berasal dari RT/RW yang sama dengan Bapak/Ibu**  
 Memilih       Tidak Memilih
11. **Teman mempromosikan calon A, tetapi calon A tidak sesuai dengan yang Bapak/Ibu inginkan**  
 Memilih       Tidak Memilih

12. **Saudara mempromosikan calon B, dan calon B sesuai dengan harapan dari Bapak/Ibu**  
 Memilih  Tidak Memilih
13. **Calon B pernah melakukan skandal (perselingkuhan), tetapi memiliki kinerja dalam pemerintahan yang baik**  
 Memilih  Tidak Memilih
14. **Calon C pernah melakukan skandal (perselingkuhan), dan memiliki kinerja dalam pemerintahan yang buruk.**  
 Memilih  Tidak Memilih
15. **Calon A dipilih karena kinerjanya dalam pemerintahan bukan pada identitas dan tingkah laku sosialnya**  
 Memilih  Tidak Memilih
16. **Calon B dipilih karena identitas dan tingkah laku sosialnya bukan pada kinerjanya dalam pemerintahan**  
 Memilih  Tidak Memilih

#### **Skala Kepercayaan terhadap Partai Politik**

Terdapat 5 pilihan jawaban yang memiliki arti yaitu:

Sangat Tidak Setuju (STS) = Anda benar-benar tidak setuju

Tidak Setuju (TS) = Anda tidak setuju

Netral (N) = Anda tidak berpihak

Setuju (S) = Anda setuju

Sangat Setuju (SS) = Anda benar-benar setuju

**1. Partai politik sangat mampu melakukan tugasnya**

Sangat Setuju  Tidak Setuju  Tidak Setuju  Netral  Setuju  Sangat Setuju

**2. Partai politik terkenal sukses dalam hal-hal yang telah dilakukannya**

Sangat Setuju  Tidak Setuju  Tidak Setuju  Netral  Setuju  Sangat Setuju

**3. Partai politik memiliki kemahiran tentang pekerjaan yang perlu dilakukannya**

Sangat Setuju  Tidak Setuju  Tidak Setuju  Netral  Setuju  Sangat Setuju

**4. Partai politik dikenal baik karena keahlian yang dimilikinya**

Sangat Setuju  Tidak Setuju  Tidak Setuju  Netral  Setuju  Sangat Setuju

**5. Partai politik memiliki kemampuan khusus yang dapat meningkatkan kualitas masyarakat**

Sangat Setuju  Tidak Setuju  Tidak Setuju  Netral  Setuju  Sangat Setuju

**6. Kualitas partai politik sangat memadai**

Sangat Setuju  Tidak Setuju  Tidak Setuju  Netral  Setuju  Sangat Setuju

7. **Partai politik memiliki rasa kesetaraan (keadilan) yang kuat**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
8. **Partai politik pasti akan menepati janjinya**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
9. **Partai politik berusaha keras untuk bersikap adil kepada semua golongan masyarakat**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
10. **Tindakan dan janji partai politik TIDAK selaras**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
11. **Partai politik menganut nilai-nilai tertentu yang sesuai dengan norma sosial masyarakat yang ada**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
12. **Perilaku anggota partai politik tampaknya dipandu oleh kaidah-kaidah yang baik**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
13. **Partai politik sangat memperhatikan kepentingan masyarakat**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
14. **Kebutuhan dan keinginan masyarakat sangat penting bagi Partai Politik**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
15. **Partai politik mustahil sengaja melakukan perbuatan yang menyakiti masyarakat**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
16. **Partai politik benar-benar memperhatikan apa yang bermakna bagi masyarakat**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju
17. **Partai politik sungguh-sungguh akan membantu masyarakat**  
 Sangat Setuju    Tidak     Tidak Setuju     Netral     Setuju     Sangat Setuju

**Sebaran data variabel x (media sosial Instagram)**

4	4	3	3	2	2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	40
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	29
1	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	1	2	1	1	22
2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	32
2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	37
3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	38
2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	38
2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	33
4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	1	1	1	46
3	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	53
3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	46
1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	29
1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	26
2	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	2	2	46
3	2	1	2	2	4	2	3	2	1	4	3	4	3	1	37
3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	4	3	2	3	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	47
4	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	2	1	1	2	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	48
4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	2	3	4	3	4	2	2	3	3	2	2	4	3	4	44
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	57
2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	34
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	39
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	46
2	3	2	4	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	51
2	3	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	35
2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	38
2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	37
3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	46
3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	3	2	1	1	1	38
2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	38

3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	46
3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	2	2	42
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	47
2	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	46
4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	50
4	3	2	2	4	2	3	4	2	4	4	3	2	1	2	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	1	4	1	3	1	34
2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	33
4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	43
3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	55
3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	50
2	2	1	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	3	2	32
2	2	2	3	3	2	2	2	4	3	3	2	2	3	3	38
2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	4	2	2	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	2	3	2	1	3	3	2	3	3	2	2	2	1	2	33
3	4	4	1	3	3	4	4	2	4	4	2	1	2	2	43
2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	1	2	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	47
3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	44
3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	51
3	4	3	3	4	4	2	3	2	4	2	3	3	3	4	47
2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	46
3	2	2	2	4	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	41
4	3	4	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	1	36
4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	45
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	57
3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	4	43
3	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	3	3	4	40
3	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	1	2	2	2	44
3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	2	4	4	2	2	44
2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	41

3	3	2	1	1	1	2	2	4	4	3	3	3	4	4	40
3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	45
4	3	3	4	4	1	1	4	3	4	3	1	1	1	1	38
3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	45
4	3	3	2	2	3	4	4	3	1	2	2	3	2	4	42
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	56
3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	45
3	3	4	2	2	1	2	3	3	2	3	3	1	4	4	40
4	3	3	4	2	2	1	1	3	4	3	2	2	4	4	42
4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	1	1	40
3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	45
3	2	3	4	4	2	2	3	1	4	3	3	4	4	4	46
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	46
3	2	1	2	2	2	3	4	4	2	3	3	1	4	4	40
3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	44
3	4	3	1	2	2	1	4	3	4	3	2	1	1	1	35
3	2	1	3	3	2	4	3	3	2	1	2	3	3	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	51
4	3	2	3	1	3	4	3	2	3	2	3	4	4	2	43
3	2	1	4	3	3	2	2	1	4	3	3	2	1	3	37
1	3	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	3	3	2	32
2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	36
3	2	1	2	3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	1	37
3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	2	44
3	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	4	2	2	3	41
3	3	2	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	43
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	40
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	47
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	56
3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	45
3	4	2	4	4	2	3	4	4	3	3	3	2	2	2	45
4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	2	2	4	51
3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	44
3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	47
3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	2	2	2	47
3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	2	4	3	2	3	46
3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	48
4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	48

2	4	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	47
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	52
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	3	1	1	2	4	1	3	3	3	1	3	1	2	1	31
3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	37
2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	23
2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	24
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	41
2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	39
3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	40
2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	1	3	31
2	2	2	1	3	2	3	4	2	2	2	1	2	2	2	32
2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	32
2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	3	32
4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	50
2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	2	3	2	3	34
2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	39
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	52
1	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	29
3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	44
2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	34
3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	48
2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	32
3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	4	45
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	55
3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	38
4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	43
3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	42
3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	41
4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	52
4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	48
3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	56
3	3	3	2	4	2	1	3	2	1	3	2	3	3	3	38
3	3	2	2	4	3	2	2	2	1	2	4	4	3	3	40
2	2	1	1	4	3	1	2	1	1	1	4	4	2	3	32
3	3	2	2	2	3	2	2	1	1	2	4	4	2	4	37
3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	4	4	3	3	45
3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	41









2	2	2	1	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	34
1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	3	3	3	3	25
2	2	2	1	3	4	1	3	2	1	1	2	2	3	3	32
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
3	2	2	2	3	4	2	1	2	3	2	2	2	2	2	34
2	3	2	2	3	3	1	4	2	3	2	3	4	3	3	40
3	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	2	1	2	1	34
3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	43
2	2	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	2	3	47
3	3	4	2	3	3	4	4	4	2	3	3	2	4	4	48
2	3	3	2	1	4	1	4	3	3	2	1	1	1	1	32
3	4	4	3	2	2	3	4	4	1	2	3	3	3	4	45
3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	49
2	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	4	47
4	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	47
2	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	1	2	2	2	33
2	2	2	4	2	2	3	2	3	2	3	1	2	2	2	34
2	1	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4	4	4	4	45
2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	38
3	4	2	3	3	4	2	1	1	1	2	3	4	4	4	41
3	4	3	2	2	4	4	3	3	2	2	1	2	4	4	43
2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	36
1	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1	2	3	3	3	27
1	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1	2	3	3	3	27
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	49
2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	37
2	2	2	2	3	3	2	3	4	2	2	2	3	2	2	36
2	2	1	1	3	3	1	2	1	1	1	2	3	3	3	29
1	2	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	35
2	2	3	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
1	1	1	2	3	3	1	4	1	2	2	3	3	3	4	34
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	51
3	2	4	4	4	3	2	3	4	1	2	4	3	4	4	47
3	4	3	3	4	2	3	4	1	4	3	2	2	1	1	40
2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	1	2	29
1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	3	2	3	26
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	48
4	4	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	41
2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	4	31
3	3	2	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	50

3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	55
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
2	3	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	4	3	3	44
2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	51
2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	35
3	3	4	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	3	3	32
3	3	2	2	3	4	4	4	2	2	2	3	3	2	3	42
2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	45
3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	51
2	2	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	49
3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3	4	3	2	43
2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	4	48
3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	48
3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	52
3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	46
3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	44
3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	40
3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	49
3	4	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	37
3	4	3	3	3	1	3	3	2	3	3	4	1	1	2	39
3	4	2	3	3	2	2	3	4	4	2	2	2	2	2	40
4	4	4	4	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	44
3	4	3	3	3	2	2	3	2	4	2	4	3	3	3	44
3	4	2	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	38
4	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	3	2	2	2	44
3	3	4	4	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	3	47
2	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	35
2	2	3	2	3	2	3	1	2	4	2	3	2	1	2	34
3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	2	1	45
3	2	1	3	3	3	2	3	1	2	2	2	1	1	2	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
4	2	2	4	3	2	2	4	1	4	3	3	2	1	2	39
4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	46
3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	45
3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	51
3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	44

## Sebaran data variabel Y (keputusan memilih)

2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	18
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	21
1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	24
2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	23
2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	21
2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	25
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	21
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	22
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	23
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	22
1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	23
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	21
2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	24
1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	23
2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	25
2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	29
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	19
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	20
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	21
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	21
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	27
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	24
2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	22
2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	23
1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	24
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	22

2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	25
2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	22
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	22
2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	28
2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	26
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	23
2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	24
2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	25
2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	24
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	23
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	29
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	30
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	21
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	27
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	22
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	24
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	21
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	22
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	26
1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	24
2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	27
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	26
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	30
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	24
1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	25
2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	24
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	26
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	22
2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	25
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22

2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	24
2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	23
1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	25
2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	20
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	21
2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	24
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	24
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	22
2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	25
2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	24
2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	22
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	24
2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	25
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	31
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	22
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	24
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	29
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	31
2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	22
2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	24
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	24
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	22
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	23
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	22

1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	24
1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	24
2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28
2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	25
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	22
1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	22
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	30
1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	28
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	28
1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	22
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	31
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	31
2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	31
1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	23
2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	27
1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	21
2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	25
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	28
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	29
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	29
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	27
2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	26
2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	25

2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	26
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	28
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	28
2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	24
2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	24
2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	24
2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	26
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	22
1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	27
1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	27
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	22
2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	26
2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	24
2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	25
1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	24
2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	25
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	23
2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	26
1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	25
2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	27
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	25
2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	28
2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	26
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	23
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	24
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	29
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	26
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	21
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	24
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	24
2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	24
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	26

1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	26
2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	26
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	27
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	27
2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	25
2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	22
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	24
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	25
1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	23
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	26
2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	25
1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	23
2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	26
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	24
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	26
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	22
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	26
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	24
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	27
2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	23
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	24
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	29
2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	24
2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	25
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	22
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	24
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	25
2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	24
2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	26
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	23

2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	23
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	24
2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	28
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	21
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	27
1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	19
2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	26
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	27
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	22
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	24
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	24
2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	24
2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	27
1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	25
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	24
1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	24
1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	22
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	23
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	27
1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	24
2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	22
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	26
1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	22
1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	24
2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	26
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	23
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	18
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	22
1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	23

2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	27
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	24
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	21
2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	26
1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	22
2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	25
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	24
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	26
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	31
1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	22
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	20
1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	21
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	22
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	23
1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	25
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	19
1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	24
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	24
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	24
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	24
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	26
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	25
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	26
2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	27

2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	27
2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	26
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	22
1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	22
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	25
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	22
1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	23
2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	27
2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	27
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	22
2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	25
2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	22
2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	24
2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	24
2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	26
2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	26
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	25
2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	26
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	22
2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	26
2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	23
2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	26
2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	25
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	23
2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	24
1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	23
1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	20
2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	24
2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	24
2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	22
1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	23
2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	24
1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	24
2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	24



2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	25
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**Sebaran data variabel Z (kepercayaan politik)**

4	4	2	2	4	2	1	1	4	1	2	5	4	4	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	66
3	3	4	4	4	4	4	1	1	4	4	3	2	2	2	3	50
2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	38
2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	50
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	60
3	3	1	1	1	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	61
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	63
1	1	1	3	1	2	2	2	5	4	3	3	2	4	3	3	43
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	53
2	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	64
3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	2	3	3	54
3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	4	3	3	49
3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	52
1	1	1	2	2	1	2	2	3	5	4	5	4	4	4	3	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	53
3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	2	3	3	53
2	3	1	3	2	2	4	4	5	3	2	3	2	2	4	4	48
4	4	4	3	2	2	3	2	5	3	2	2	4	2	4	4	55
3	3	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	37
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	21
3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	49
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	54
4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	2	4	57
5	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	5	4	5	4	68
3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	60
4	3	4	4	4	2	2	2	1	5	4	4	3	4	3	3	54
2	2	3	4	4	2	2	3	4	2	2	3	2	4	4	2	48
5	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	50
3	3	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	44
3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	52
3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	48
3	2	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	2	4	2	2	53
3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	3	2	2	3	3	46
1	3	1	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	1	3	50

2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	46
3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	62
3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	5	3	4	3	52
3	3	3	4	5	4	3	1	5	5	4	3	3	5	1	3	4	59
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	61
3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	5	3	4	3	52
2	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	4	2	3	2	2	2	47
3	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	3	2	3	3	57
5	4	4	5	5	4	5	5	5	2	2	3	5	3	4	2	2	65
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	55
2	3	3	4	2	2	2	3	2	5	3	3	2	2	3	2	2	45
4	4	3	3	5	4	4	4	4	1	2	4	4	3	1	4	3	57
1	3	2	3	2	3	1	3	1	2	1	2	1	3	1	3	3	35
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	36
3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	60
5	4	4	4	4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	76
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	59
3	4	4	4	4	2	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	61
3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	51
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	2	3	4	4	4	59
3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	61
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	82
4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	2	4	4	2	4	2	4	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	81
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	70
4	4	4	3	4	3	5	4	4	2	4	4	5	5	1	2	5	63
4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	52
4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	2	4	4	3	64
2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	1	49
3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	5	4	67
2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	1	1	1	3	2	51
4	4	4	4	5	4	4	3	5	1	3	4	5	4	3	4	4	65
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	57
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	67
2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	2	2	4	48
5	2	5	4	3	2	3	4	4	5	4	5	4	5	3	4	5	67
4	4	5	5	5	5	4	5	5	1	3	5	5	5	3	3	5	72
3	2	1	1	2	2	2	1	2	4	3	3	1	2	4	1	1	35
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	56

5	5	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	4	4	66
2	3	3	3	4	4	4	5	5	1	4	4	4	3	3	3	3	58
3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	58
3	4	4	3	3	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	1	46
2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1	3	3	3	3	37
4	3	3	5	1	2	2	3	3	5	3	2	4	5	3	3	3	54
4	4	3	4	5	4	4	3	5	1	3	4	5	4	3	5	4	65
5	5	4	3	3	3	4	2	2	5	3	3	2	5	5	1	2	57
4	4	4	4	5	4	4	3	5	1	3	4	5	4	3	5	4	66
4	2	2	4	3	3	3	2	2	5	2	2	2	1	2	3	3	45
4	5	5	4	2	4	1	3	3	3	3	3	4	5	2	1	1	53
4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	5	4	3	5	4	70
4	5	2	2	4	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	68
4	5	2	3	4	4	1	2	3	4	4	5	2	2	1	1	1	48
4	4	5	2	4	5	4	2	2	5	2	4	4	5	2	4	4	62
4	3	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	5	4	3	5	4	69
5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	2	5	2	4	3	66
4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	5	4	3	5	4	70
4	2	4	2	4	2	2	1	1	5	4	2	2	4	2	4	2	47
3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	55
4	2	4	1	4	4	2	1	3	5	4	4	2	3	1	4	2	50
3	4	4	2	1	4	3	1	2	4	3	4	3	2	2	4	4	50
5	5	5	5	5	3	5	1	3	3	3	4	5	5	1	5	5	68
2	2	3	4	1	2	1	1	3	5	3	4	4	2	2	4	3	46
4	2	4	3	2	4	1	1	1	4	2	3	4	5	4	2	3	49
3	3	4	2	3	2	2	2	4	5	3	3	2	3	1	3	3	48
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	60
3	2	4	4	3	4	4	2	4	5	2	4	3	4	2	2	4	56
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	5	5	46
4	2	4	4	4	3	2	4	2	4	4	3	4	5	2	2	4	57
3	3	4	4	2	2	4	5	4	2	2	3	3	3	3	4	3	54
3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	59
3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	60
3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	63
4	3	4	3	5	4	4	3	5	5	3	4	5	4	3	5	4	68
3	2	4	2	3	3	2	2	2	5	4	4	1	2	2	4	2	47
3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	51
4	4	4	4	5	4	4	3	5	1	3	4	5	4	3	5	4	66
4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	66
4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	55

3	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	45
4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	65
4	4	5	5	4	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	68
4	4	4	4	5	5	5	4	4	2	2	4	4	4	4	5	5	69
2	3	2	2	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	66
2	3	2	2	2	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	5	54
2	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	4	5	5	4	5	4	71
4	4	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	67
1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	2	5	5	74
3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	46
3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	62
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	60
3	2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	56
3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	53
4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	54
3	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	5	2	3	3	51
3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	56
2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	46
3	2	1	1	2	2	3	3	3	1	2	2	2	3	3	4	4	41
2	2	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	52
3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	58
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	55
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
4	4	4	5	4	3	3	2	3	3	3	4	5	4	5	5	5	66
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	55
4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	56
4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	3	58
3	3	3	4	4	3	4	2	2	4	3	3	3	4	2	3	3	53
3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	56
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	2	2	47
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	55
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	55
3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	5	3	2	48
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	50
3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	5	5	3	4	56

3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	55
3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	4	3	46
3	3	3	3	4	4	3	4	5	1	5	5	4	5	3	5	5	65
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	53
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	53
3	2	2	2	3	2	1	2	2	4	2	3	3	4	2	3	3	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	3	2	3	3	4	3	53
3	3	3	3	4	5	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	3	47
2	2	2	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	44
3	5	5	3	2	2	3	2	4	4	3	2	2	2	1	4	5	52
4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	66
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	59
5	5	5	5	3	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	70
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	56
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	51
3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	56
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	80
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	4	3	52
4	4	4	4	2	4	5	3	4	2	5	5	4	4	4	4	5	67
2	2	2	2	1	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	38
4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	69
4	4	4	4	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	5	5	5	75
3	4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	63
3	2	2	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1	5	1	1	30
2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	81
4	2	1	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	83
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	2	4	3	4	1	2	2	2	4	2	3	3	2	2	2	1	42
2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	4	2	1	2	3	2	1	34
2	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	3	2	3	2	44
3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
4	3	3	4	5	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3	4	4	62
3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	45

2	2	3	3	3	1	2	1	3	5	4	5	5	5	3	4	5	56
3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	2	2	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52
2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	47
2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	47
3	2	4	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	50
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	3	2	3	2	40
3	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	45
2	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	57
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
4	4	3	3	2	4	3	2	3	1	2	4	2	4	3	4	3	51
2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	5	2	2	2	40
3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	2	51
2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	1	1	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	81
2	2	3	1	3	2	1	1	2	5	1	2	2	1	1	2	1	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
2	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	43
2	2	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	1	3	2	2	2	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	47
2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	1	1	1	1	33
2	3	2	2	3	2	2	1	2	5	2	3	2	3	3	2	3	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	48
3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	48
3	2	1	2	2	1	1	1	2	5	3	3	1	1	1	1	2	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
2	3	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	1	3	3	39
3	3	3	2	3	3	1	1	3	5	2	3	2	3	2	3	3	45
4	3	4	3	5	2	3	2	2	5	3	3	3	4	4	4	2	56
4	3	3	2	3	4	2	3	2	4	3	2	3	2	4	2	2	48
4	3	2	3	2	3	2	2	3	5	3	3	2	1	2	1	3	44
3	2	3	3	2	3	2	2	3	5	3	2	3	3	2	3	3	47
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	49
3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	2	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	46
3	3	3	3	3	3	2	1	2	5	3	2	3	2	3	2	1	44
3	3	2	2	2	3	4	2	3	5	3	2	3	3	2	2	2	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	48

4	4	3	4	4	4	3	5	4	2	4	5	4	4	3	3	4	64
3	2	2	3	2	2	3	2	2	5	3	2	2	3	2	2	1	41
3	3	3	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	39
3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	5	3	4	3	57
3	2	2	3	3	2	3	2	4	4	3	2	4	3	3	2	3	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	58
4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	59
2	2	2	2	1	3	2	1	3	5	2	1	1	2	1	1	1	32
4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	54
1	1	1	1	2	1	1	1	1	5	2	2	1	2	1	1	2	26
3	3	3	4	3	3	3	4	5	2	2	4	4	4	4	4	3	58
5	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	64
4	3	3	4	5	4	4	2	2	4	3	4	2	4	5	4	2	59
4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	57
3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	2	4	4	4	4	55
4	2	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	3	46
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	62
2	2	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	3	44
3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	48
5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	5	3	4	5	66
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	3	50
1	4	2	2	2	3	3	4	5	2	5	4	5	5	4	5	5	61
4	5	2	1	2	3	3	3	4	5	3	2	1	2	2	3	3	48
4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	70
2	3	4	5	4	4	3	2	1	3	2	4	4	4	3	3	2	53
3	3	4	5	3	1	1	3	3	4	2	1	3	3	2	4	4	49
3	3	4	4	3	2	3	4	2	5	4	3	3	3	4	5	5	60
4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	44
3	3	4	4	4	3	3	2	3	5	3	2	2	4	2	2	3	52
1	1	1	1	2	2	3	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	30
5	5	4	2	3	2	2	3	3	4	2	3	3	5	2	4	3	55
3	3	4	3	2	2	1	3	2	3	4	2	2	1	1	2	2	40
2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	2	2	2	55
4	2	5	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	5	3	3	56
2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	46
4	2	2	1	3	4	2	1	2	2	3	3	3	3	4	2	2	43
2	3	3	4	4	1	3	3	4	5	2	4	3	3	3	2	2	51
2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	42
4	3	3	2	1	2	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	51



3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
2	2	2	2	3	1	2	1	2	5	2	2	2	1	2	2	1	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
2	2	3	4	4	3	2	2	3	4	3	4	3	4	2	3	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	66
2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
2	2	3	2	4	2	3	1	3	4	4	4	3	4	1	2	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	4	5	4	5	77
3	4	4	2	4	1	2	2	2	2	2	4	5	2	2	2	1	44
3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	47
4	2	3	5	3	2	2	2	3	4	3	3	2	2	2	3	4	49
3	4	5	3	3	2	2	3	4	2	3	4	5	5	4	4	3	59
5	5	5	5	5	3	2	1	2	4	4	2	2	2	2	2	2	53
3	4	4	2	2	3	3	3	3	5	5	3	4	2	2	2	2	52
2	3	3	3	3	4	1	1	2	3	2	2	3	4	5	5	5	51
2	3	3	3	4	2	1	2	3	5	5	4	3	3	3	2	2	50
3	3	3	4	3	4	5	2	2	1	2	2	3	3	4	3	5	52
4	4	4	5	5	3	2	2	3	5	4	5	2	5	2	5	4	64
2	2	3	4	3	3	2	1	4	4	4	3	3	3	2	2	2	47
3	4	4	3	2	1	3	4	4	2	3	2	3	4	4	5	5	56
4	4	4	4	3	2	1	1	1	2	3	3	2	1	2	2	1	40
3	3	3	2	3	4	5	5	5	3	3	3	4	2	2	3	3	56
3	4	5	2	2	3	3	5	4	2	5	5	4	3	3	3	3	59
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	63
2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	4	3	3	3	44
2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	45
1	1	1	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	1	3	3	3	48
3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	46
3	3	4	4	4	4	2	2	1	4	3	3	2	2	2	2	2	47
2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	45
2	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	4	2	2	3	2	3	48
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	58
2	3	4	4	4	5	2	2	3	3	3	4	4	3	2	5	5	58
1	2	2	3	3	2	4	4	4	2	2	3	3	4	5	5	5	54
2	4	4	4	2	3	2	2	3	4	4	3	2	5	2	2	3	51
4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	59

4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	66	
3	3	1	4	3	2	3	4	1	5	4	4	4	3	2	2	4	52
3	3	4	2	1	3	4	5	4	2	2	4	5	5	5	5	62	
4	3	2	2	3	1	1	5	5	4	3	5	2	1	1	3	3	48
3	3	4	5	5	4	3	2	2	3	3	4	3	4	5	5	4	62
3	3	4	4	4	5	5	3	2	2	3	4	3	3	4	4	4	60
2	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	3	2	2	57
3	4	5	4	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	55
2	2	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	4	56
3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	63
3	3	4	5	5	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	63
3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2	2	3	54
3	3	4	5	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	52
3	4	5	5	3	1	1	1	1	2	3	3	2	2	4	2	1	43
3	4	5	5	5	3	4	2	2	3	4	5	5	4	4	4	3	65
3	3	4	4	4	4	4	3	2	5	4	5	4	3	3	4	3	62
2	3	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	3	2	2	58
3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	58
3	3	4	5	4	3	3	4	4	5	3	4	2	2	2	2	3	56
4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	59
3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	45
4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	5	4	4	71
2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	43
3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	42
4	4	2	3	2	1	2	2	3	4	3	2	2	4	2	3	3	46
2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	42
4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	68
2	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	45
4	5	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	65
2	4	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	2	5	3	5	4	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	81
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
1	2	1	2	3	2	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	2	28
2	2	3	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	1	2	1	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
4	3	2	3	3	2	3	3	2	5	3	3	2	3	2	3	2	48



Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	Media Sosial
X1 Pearson Correlation	1	.69 6**	.64 0**	.55 4**	.38 1**	.31 0**	.45 5**	.41 8**	.41 7**	.45 3**	.53 3**	.36 9**	.27 4**	.34 1**	.27 5**	.707**
Sig. (2-tailed)		.00 0	.000													
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2 Pearson Correlation	.696**	1	.61 9**	.47 7**	.37 4**	.30 3**	.40 3**	.47 9**	.46 7**	.50 5**	.50 1**	.36 5**	.23 8**	.30 0**	.19 1**	.688**
Sig. (2-tailed)	.000		.00 0	.000												
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3 Pearson Correlation	.640**	.61 9**	1	.59 3**	.39 6**	.26 4**	.51 5**	.45 0**	.56 4**	.51 2**	.59 3**	.40 0**	.31 2**	.34 4**	.31 0**	.752**
Sig. (2-tailed)	.000	.00 0		.00 0	.000											
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X4 Pearson Correlation	.554**	.47 7**	.59 3**	1	.44 0**	.24 9**	.48 0**	.38 8**	.46 5**	.47 4**	.55 3**	.45 2**	.31 7**	.31 1**	.27 3**	.702**
Sig. (2-tailed)	.000	.00 0	.00 0		.00 0	.000										
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X5 Pearson Correlation	.381**	.37 4**	.39 6**	.44 0**	1	.39 5**	.33 1**	.39 5**	.33 1**	.39 0**	.38 1**	.42 8**	.29 6**	.28 0**	.28 8**	.608**
Sig. (2-tailed)	.000	.00 0	.00 0	.00 0		.00 0	.000									
N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X6 Pearson Correlation	.310**	.30 3**	.26 4**	.24 9**	.39 5**	1	.39 0**	.25 3**	.23 6**	.21 6**	.23 1**	.37 3**	.45 2**	.41 4**	.37 1**	.550**



	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1	Pearson	.369	.36	.40	.45	.42	.37	.43	.42	.42	.34	.43	1	.54	.49	.43	.697**
2	Correlation	**	5**	0**	2**	8**	3**	8**	7**	1**	8**	6**		8**	6**	1**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1	Pearson	.274	.23	.31	.31	.29	.45	.37	.28	.28	.11	.22	.54	1	.67	.62	.612**
3	Correlation	**	8**	2**	7**	6**	2**	2**	2**	2**	3*	1**	8**		6**	8**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.02	.00	.00		.00	.00	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1	Pearson	.341	.30	.34	.31	.28	.41	.35	.26	.36	.15	.29	.49	.67	1	.69	.640**
4	Correlation	**	0**	4**	1**	0**	4**	4**	1**	4**	8**	7**	6**	6**		4**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X1	Pearson	.275	.19	.31	.27	.28	.37	.30	.17	.30	.07	.22	.43	.62	.69	1	.566**
5	Correlation	**	1**	0**	3**	8**	1**	7**	4**	4**	2	2**	1**	8**	4**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.14	.00	.00	.00	.00		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Me	Pearson	.707	.68	.75	.70	.60	.55	.71	.65	.70	.62	.72	.69	.61	.64	.56	1
dia	Correlation	**	8**	2**	2**	8**	0**	3**	8**	9**	6**	6**	7**	2**	0**	6**	
Sos	Sig. (2-tailed)	.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
ial	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

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





Y1 0	Pearson Correlation	.280**	.088	.261**	.023	.128*	.157**	.215**	.314**	.384**	1	.184**	.042	.042	.101*	-.002	-.021	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000	.079	.000	.646	.011	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.405	.404	.043	.976	.668	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y1 1	Pearson Correlation	.139**	.238**	-.033	-.062	.182**	-.164**	-.038	-.087	-.019	.184**	1	-.213**	.068	.258**	-.092	.018	.181**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.508	.216	.000	.001	.453	.084	.705	.000	.000	.172	.000	.0068	.721	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y1 2	Pearson Correlation	.116*	-.061	.229**	.127*	-.071	.372**	.204**	.160**	.154**	.042	-.213**	1	-.023	-.185**	.207**	-.036	.366**
	Sig. (2-tailed)	.020	.224	.000	.011	.156	.000	.000	.001	.002	.405	.000	.648	.000	.000	.478	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y1 3	Pearson Correlation	.054	.088	.138**	-.026	.032	.024	.177**	-.059	-.023	.042	.068	-.023	1	.108*	.106*	-.293**	.232**
	Sig. (2-tailed)	.280	.080	.006	.598	.519	.628	.000	.241	.639	.404	.172	.648	.031	.035	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y1 4	Pearson Correlation	.095	.322**	-.106*	.062	.106*	-.151**	-.036	.045	-.049	.101*	.258**	-.185**	.108*	1	-.073	.069	.195**

	Sig. (2-tailed)	.059	.000	.035	.213	.035	.002	.467	.368	.325	.043	.000	.000	.031		.148	.167	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y1	Pearson Correlation	-.043	-.068	.078	.030	-.011	.212**	.057	.069	.146**	-.002	-.092	.207**	.106*	-.073	.1	.120*	.333**	
	Sig. (2-tailed)	.389	.176	.121	.553	.829	.000	.252	.171	.003	.976	.068	.000	.035	.148		.017	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y1	Pearson Correlation	.018	.026	.161**	.078	-.021	-.018	-.179**	.014	-.012	-.021	.018	-.036	.293**	.069	.120*	.1	.129**	
	Sig. (2-tailed)	.718	.604	.001	.120	.682	.713	.000	.779	.811	.668	.721	.478	.000	.167	.017		.010	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Ke	Pearson Correlation	.437**	.253**	.501**	.306**	.257**	.477**	.463**	.519**	.572**	.566**	.181**	.366**	.232**	.195**	.333**	.129**	.1	
put	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.010		
us	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	
an																			
Me																			
mil																			
ih																			

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



Z4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.415** .000 400	.471** .000 400	.618** .000 400	1 .000 400	.597** .000 400	.421** .000 400	.360** .000 400	.276** .000 400	.249** .000 400	-.214** .000 400	.309** .000 400	.370** .000 400	.385** .000 400	.322** .000 400	.289** .000 400	.311** .000 400	.355** .000 400	.626** .000 400
Z5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.424** .000 400	.425** .000 400	.530** .000 400	.597** .000 400	1 .000 400	.545** .000 400	.413** .000 400	.246** .000 400	.327** .000 400	-.197** .000 400	.307** .000 400	.428** .000 400	.428** .000 400	.360** .000 400	.243** .000 400	.361** .000 400	.314** .000 400	.649** .000 400
Z6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.365** .000 400	.432** .000 400	.441** .000 400	.421** .000 400	.545** .000 400	1 .000 400	.570** .000 400	.400** .000 400	.371** .000 400	-.338** .000 400	.359** .000 400	.423** .000 400	.447** .000 400	.368** .000 400	.312** .000 400	.375** .000 400	.382** .000 400	.658** .000 400
Z7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.295** .000	.365** .000	.350** .000	.360** .000	.413** .000	.570** .000	1 .000	.586** .000	.523** .000	-.317** .000	.389** .000	.423** .000	.487** .000	.363** .000	.360** .000	.447** .000	.458** .000	.685** .000



	tailed) N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Z12	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.360**	.396**	.412**	.370**	.428**	.423**	.423**	.426**	.443**	-.188**	.569**	1	.595**	.484**	.337**	.494**	.500**	.718**
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Z13	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.375**	.458**	.442**	.385**	.428**	.447**	.487**	.478**	.500**	-.306**	.405**	.595**	1	.582**	.462**	.573**	.576**	.765**
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Z14	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.314**	.389**	.381**	.322**	.360**	.368**	.363**	.304**	.399**	-.128*	.361**	.484**	.582**	1	.396**	.553**	.560**	.686**
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Z15	Pearson Correlation	.316**	.280**	.260**	.289**	.243**	.312**	.360**	.367**	.340**	-.320**	.250**	.337**	.462**	.396**	1	.487**	.447**	.567**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Z16	Pearson Correlation	.332**	.417**	.354**	.311**	.361**	.375**	.447**	.405**	.503**	-.282**	.376**	.494**	.573**	.553**	.487**	1	.721**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Z17	Pearson Correlation	.308**	.365**	.331**	.355**	.314**	.382**	.458**	.424**	.514**	-.273**	.379**	.500**	.576**	.560**	.447**	.721**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Kep erca yaan Terh adap Part ai Politi k	Pearson Correlation	.604**	.663**	.661**	.626**	.649**	.658**	.685**	.620**	.663**	-.272**	.614**	.718**	.765**	.686**	.567**	.724**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

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

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



### Hasil uji coba skala penelitian

#### Hasil Uji reabilitas media sosial Instagram Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	400	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	15

**Hasil Uji reabilitas keputusan memilih****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	400	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.567	16

**Hasil Uji reabilitas kepercayaan****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	400	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	17

**Hasil Uji normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>
---

		Unstandardized Residual	
N		400	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.45707902	
Most Extreme Differences	Absolute	.085	
	Positive	.085	
	Negative	-.061	
Test Statistic		.085	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.005 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.003
		Upper Bound	.006

**Hasil Uji Normalitas setelah Eliminasi Outlier  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		358	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.92305753	
Most Extreme Differences	Absolute	.060	
	Positive	.060	
	Negative	-.038	
Test Statistic		.060	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.142 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.133
		Upper Bound	.151

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

**Hasil Uji linieritas  
ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Keputusan Memilih * Media Sosial Instagram	Between Groups	(Combined)	163.310	35	4.666	1.241	.171
		Linearity	.148	1	.148	.039	.843
		Deviation from Linearity	163.162	34	4.799	1.277	.145
	Within Groups		1210.210	322	3.758		
Total		1373.520	357				

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Memilih * Kepercayaan Partai Politik	Between Groups	(Combined)	230.181	43	5.353	1.470	.035
		Linearity	52.550	1	52.550	14.432	.000
		Deviation from Linearity	177.632	42	4.229	1.162	.237
	Within Groups		1143.338	314	3.641		
Total		1373.520	357				

Hasil Uji Homoskeditas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.850	.500		3.703	.000
	Media Sosial Instagram	-.008	.007	-.059	-1.118	.264
	Kepercayaan Partai Politik	.000	.007	.002	.043	.965

a. Dependent Variable: abs\_RES

**Hasil Uji multikolenaritas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26.385	.806		32.754	.000		
Media Sosial Instagram	.005	.012	.023	.443	.658	.996	1.004
Kepercayaan Partai Politik	-.045	.012	-.197	3.780	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

**Hasil uji regresi sederhana**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.010 <sup>a</sup>	.000	-.003	1.964

a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.097	.541		44.504	.000
Media Sosial Instagram	.002	.012	.010	.196	.845

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

**Hasil uji regresi Moderasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.197 <sup>a</sup>	.039	.033	1.928

a. Predictors: (Constant), Media Sosial\*Kepercayaan Partai politik, Media Sosial Instagram

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.327	2	26.663	7.170	.001 <sup>b</sup>
	Residual	1320.193	355	3.719		
	Total	1373.520	357			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

b. Predictors: (Constant), Media Sosial\*Kepercayaan Partai politik, Media Sosial Instagram

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.172	3.152		7.986	.000
	Media Sosial Instagram	<b>.033</b>	.071	.144	.467	.641
	Kepercayaan Partai Politik	<b>-.022</b>	.059	-.098	-.382	.703
	Total	<b>-.001</b>	.001	-.163	-.398	.691

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

