

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TIKTOK TERHADAP PERILAKU PEMILIH MUDA  
(GEN Z DAN MILENIAL) DALAM PEMILU 2024:  
STUDI KASUS KEMENANGAN PRABOWO-GIBRAN  
DI KOTA SEMARANG**

**Skripsi**

Program Sarjana S1  
Jurusan Ilmu Politik



Oleh:

**TEGAR KURNIAWAN**

**2106016116**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2025**

## NOTA PEMBIMBING

### NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 Eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi/ Proposal Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi/ skripsi saudara/i:

Nama : Tegar Kurniawan

NIM : 2106016116

Jurusan : Ilmu Politik

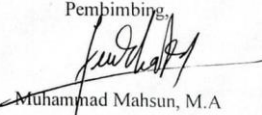
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku  
Pemilih Muda Pada Pemilu 2024: Studi Kasus Kemenangan Prabowo  
Gibran Di Kota Semarang.

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas  
perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Juni 2025

Pembimbing,



Muhammad Mahsun, M.A.

NIP. 19851118201601190

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU PEMILIH MUDA DALAM PEMILU 2024: STUDI KASUS KEMENANGAN PRABOWO GIBRAN DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh:

**Tegar Kurniawan**

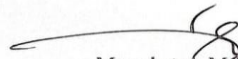
2106016116

Telah dipertahankan di depan majelis penguji sidang skripsi pada tanggal 25 Juni  
2025 dan telah dinyatakan LULUS,

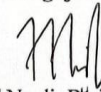
**Susunan Dewan Penguji**

  
**Ketua Sidang**  
  
**Muhammad Mahsun, M.A**  
NIP: 198511182023211019

**Sekretaris Sidang**

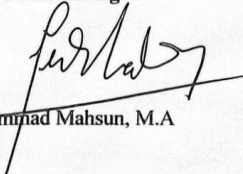
  
**Masrohatus, M.Si**  
NIP: 198806212018012001

**Penguji I**

  
**Muhammad Nuqlir Bariklana, M.Si**  
NIP: 198505022019031007

**Mengetahui,**

**Pembimbing**

  
**Muhammad Mahsun, M.A**

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Dengan ini, saya Tegar Kurniawan menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU PEMILIH MUDA PADA PEMILU 2024: STUDI KASUS KEMENANGAN PRABOWO GIBRAN DI KOTA SEMARANG” Saya menyusun skripsi ini murni berdasarkan pemikiran dan kerja keras saya sendiri. Tidak ada bagian dari tulisan ini yang saya salin atau ambil dari karya orang lain yang sudah pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di UIN Walisongo Semarang maupun di kampus lain. Semua informasi yang saya gunakan—baik dari buku, jurnal, maupun sumber lain. sudah saya cantumkan dengan jelas di dalam isi tulisan dan daftar pustaka. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya siap bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima segala konsekuensinya. Terima kasih.

Semarang, 17 Juni 2025



Tegar Kurniawan  
NIM 2106016116

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Pemilih Muda Dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Kemenangan Prabowo Gibran Di Kota Semarang". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menempuh pendidikan serta menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Prof. Dr. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, atas bimbingan dan arahannya selama masa perkuliahan.
3. Muhammad Nuqlir Bariklana, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Politik FISIP UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses akademik penulis.

4. Masrohatun, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Politik FISIP UIN Walisongo, atas ilmu, motivasi, dan bantuannya selama masa perkuliahan.
5. Muhammad Mahsun, M.A., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, saran, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, atas segala ilmu, bantuan, dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama menjalani masa studi.
7. Kepada Bapak Kusnadi, mungkin raga mu sudah tidak mendampingiku menjadi tumbuh dewasa dan menyelesaikan skripsi ini. Bapak kaulah alasanmu untuk menjadi sarjana. Saya sangat berterimakasih sudah menjadi motivator saya, dan mendidik saya sehingga saya mampu menyelesaikan program studi ini sampai selesai.
8. Kepada pintu surgaku, Ibu Kuswanti. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi ini, tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan semangat, serta doa yang selalu mengiringi langkahku. Saya yakin 100% bahwa doa Ibu yang telah menyelamatkanmu dalam menjalani hidup yang keras, Ibu alasanmu masih bertahan sampai sekarang. Terima Kasih Banyak Ibu.

9. Kepada saudaraku mas dan mbak ku yaitu Taufan dan Tanti, terimakasih atas kasih sayang, semangat, hiburan, dukungan, dan pengorbanan dalam kehidupan penulis.
10. KARANGTARUNA Pandawa yang telah menemani proses ber-organisasi selama kuliah dan memberikan banyak pengalaman yang membuat diri ini berkembang dan tumbuh dewasa
11. Kepada teman-teman magang, Teman-teman KKN posko 47 yang telah menjadi rekan kerja sekaligus sahabat selama menjalankan program ini. Kerjasama, kebersamaan, dan canda tawa yang kita bagikan memberikan warna tersendiri yang tak terlupakan.
12. Saya juga ingin menyampaikan apresiasi kepada seperjuangan Ilmu Politik D. Rifqi, Hafidz, Syaif, Maulina, Wahyu, Uus, Joha, Ridwan, Akmal, Yasinta, Alip dan lainnya. Telah menjadi tempat berbagi ilmu, berdiskusi, dan saling mendukung selama masa pendidikan. Semangat dan persahabatan yang terjalin memberikan motivasi besar bagi saya untuk terus belajar dan berkembang.
13. Kepada gadis cantiku. Terima kasih sudah memberikan tempat yang nyaman dan menemani kepada penulis dikala berada di titik terendah, kecewa, maupun berbahagia. Terima kasih sudah memberikan motivasi, dukungan moral, dan semangat dalam setiap kata yang ditulis dalam skripsi ini.
14. Tidak lupa menyampaikan rasa terima kasih kepada diri saya sendiri atas usaha, ketekunan, dan semangat yang telah saya tunjukkan sepanjang perjalanan ini. Setiap langkah yang saya

ambil telah membawa saya ke titik ini, dan saya bangga atas pencapaian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi kecil dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semarang, 17 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tegar Kurniawan' with a stylized flourish at the end.

Tegar Kurniawan

NIM 2106016116

## **PERSEMBAHAN**

Segenap rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua Bapak Kusnadi, pahlawanku tanpa tanda jasa. Walaupun ragamu tidak berada di sampingku, tetapi kaulah alasan untuk menyelesaikan sarjana ini, pak anakmu sarjana. Ibunda Kuswanti, wanita kuat yang selalu sabar menuntunku. Setiap tetes keringat yang Ibu curahkan dalam mencari nafkah, setiap air mata Ibu yang terjatuh saat merawatku sakit, adalah bukti cinta yang tak ternilai harganya. Skripsi sederhana ini adalah persembahanku, sebuah ungkapan terima kasih yang tak pernah cukup untuk membalas semua pengorbanan kalian. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan untuk Ayah dan Ibu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan dan kebahagiaan kepada kalian, Ayah dan Ibu.

## **MOTTO**

**فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا**

**“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”**

**(Q.S Al-Insyirah:5)**

**“Kamu Tidak Perlu Menjadi Luar Biasa Untuk Memulai, Tapi  
Kamu Harus Memulai Untuk Menjadi Luar Biasa”**

**(Zig Ziglar)**

## ABSTRAK

TikTok, sebagai salah satu media sosial yang paling populer di kalangan generasi muda, kini telah berkembang menjadi alat kampanye politik yang efektif. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya partisipasi politik melalui media sosial dan adanya pergeseran preferensi pemilih muda di daerah-daerah yang sebelumnya bukan merupakan basis dukungan pasangan tertentu. Salah satu contohnya adalah kemenangan pasangan Prabowo–Gibran di Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan TikTok terhadap perilaku pemilih muda, khususnya Generasi Z dan Milenial, pada Pemilu 2024. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode korelasional. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 pemilih muda di Kota Semarang yang aktif menggunakan TikTok dan telah mengikuti Pemilu 2024. Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori perilaku politik dari Saiful Mujani yang mencakup faktor sosiologis, psikologis, dan rasional serta teori terpaan media dari Severin & Tankard. Data kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dan uji t untuk mengetahui pengaruh yang signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berpengaruh signifikan terhadap perilaku memilih pemuda di Kota Semarang, dengan kontribusi sebesar 69,1%. Sisanya, yaitu 30,9%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Paparan konten politik di TikTok, baik dari sisi frekuensi maupun durasi, berperan penting dalam membentuk sikap dan preferensi politik pemilih muda, termasuk dalam keputusan mendukung pasangan Prabowo–Gibran. Faktor psikologis, rasional, dan sosiologis terbukti menjadi pengaruh dominan dalam membentuk keputusan memilih. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa TikTok menjadi media yang strategis dalam memengaruhi perilaku politik generasi muda pada Pemilu 2024.

**Kata Kunci: TikTok, Perilaku Pemilih Muda, Pemilu 2024, Generasi Z, Prabowo-Gibran, Media Sosial**

## **ABSTRACT**

*TikTok, as one of the most popular social media platforms among young people, has now evolved into an effective political campaign tool. This study is motivated by the increasing political participation through social media and the shifting preferences of young voters in areas that were previously not strongholds for certain political pairs. One example is the victory of the Prabowo–Gibran pair in the city of Semarang.*

*This study aims to analyze the influence of TikTok usage on the behavior of young voters, particularly Generation Z and Millennials, in the 2024 elections. The approach used is quantitative with a correlational method. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 young voters in Semarang City who actively use TikTok and have participated in the 2024 elections. The instruments in this study were developed based on Saiful Mujani's political behavior theory, which includes sociological, psychological, and rational factors, as well as Severin & Tankard's media exposure theory. The data was then analyzed using simple linear regression and t-tests to determine significant influences.*

*The results of the study indicate that TikTok usage significantly influences the voting behavior of young people in Semarang City, contributing 69.1%. The remaining 30.9% is influenced by other factors not discussed in this study. Exposure to political content on TikTok, both in terms of frequency and duration, plays an important role in shaping the political attitudes and preferences of young voters, including in their decision to support the Prabowo–Gibran pair. Psychological, rational, and sociological factors have proven to be dominant influences in shaping voting decisions. From these findings, it can be concluded that TikTok is a strategic medium in influencing the political behavior of the younger generation in the 2024 elections.*

**Keywords:** *TikTok, Young Voter Behavior, 2024 Elections, Generation Z, Prabowo-Gibran, Social Media*

## DAFTAR ISI

|                                        |       |
|----------------------------------------|-------|
| NOTA PEMBIMBING .....                  | ii    |
| LAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....          | iii   |
| HALAMAN PERNYATAAN .....               | iv    |
| KATA PENGANTAR .....                   | v     |
| PERSEMBAHAN .....                      | ix    |
| MOTTO.....                             | x     |
| ABSTRAK .....                          | xi    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                  | xii   |
| DAFTAR ISI.....                        | xiii  |
| DAFTAR TABEL .....                     | xvii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                    | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                  | xx    |
| BAB 1.....                             | 1     |
| PENDAHULUAN.....                       | 1     |
| A. Latar Belakang .....                | 1     |
| B. Rumusan Masalah .....               | 7     |
| C. Tujuan Penelitian .....             | 8     |
| D. Manfaat Penelitian .....            | 8     |
| E. Tinjauan Pustaka .....              | 9     |
| 1. Pengaruh media sosial TikTok.....   | 9     |
| F. Sistematika Penulisan Skripsi ..... | 14    |
| BAB II.....                            | 16    |
| KERANGKA TEORI.....                    | 16    |
| A. Perilaku Politik.....               | 16    |
| B. Terpaan Media .....                 | 19    |

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| C. Hipotesis.....                             | 20 |
| BAB III.....                                  | 22 |
| METODE PENELITIAN .....                       | 22 |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....       | 22 |
| B. Definisi Konseptual.....                   | 23 |
| 1. Media Sosial Tiktok .....                  | 23 |
| 2. Gen Z dan Milenial .....                   | 24 |
| C. Definisi Operasional.....                  | 25 |
| D. Sumber dan jenis data .....                | 28 |
| E. Populasi Dan Sampel .....                  | 29 |
| 1. Populasi .....                             | 29 |
| 2. Sampel.....                                | 30 |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....               | 31 |
| G. Validitas dan Reabilitas data .....        | 41 |
| 1. Uji Validitas .....                        | 41 |
| 2. Uji Reliabilitas .....                     | 42 |
| H. Teknik Analisis Data.....                  | 42 |
| 1. Variabel Independen (Variabel Bebas) ..... | 42 |
| BAB IV .....                                  | 49 |
| GAMBARAN OBYEK PENELITIAN .....               | 49 |
| A. PROFIL KOTA SEMARANG.....                  | 49 |
| 1. Kondisi Geografis .....                    | 49 |
| 2. Kondisi Demografis .....                   | 54 |
| 3. Kondisi Sosial Politik Dan Ekonomi .....   | 59 |
| 4. Aspek Ekonomi .....                        | 67 |
| BAB V.....                                    | 71 |
| HASIL PENELITIAN.....                         | 71 |

|                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| A. Identitas Responden .....                                                                           | 71  |
| 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                                       | 72  |
| 2. Data Responden Berdaarkan Usia.....                                                                 | 72  |
| 3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                                                           | 73  |
| 4. Data Responden Menggunakan Aplikasi TikTok<br>dalam sehari .....                                    | 74  |
| B. Hasil Kuisisioner (X/Penggunaan Media Sosial TikTok)                                                | 74  |
| C. Hasil Kuisisioner (Y/Perilaku Pemilih Muda).....                                                    | 84  |
| D. Hasil Pengujian .....                                                                               | 96  |
| 1. Uji Validitas .....                                                                                 | 96  |
| 2. Uji Reliabilitas .....                                                                              | 98  |
| 3. Uji Normalitas .....                                                                                | 99  |
| 4. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .....                                                         | 100 |
| 5. Uji Koefisien Korelasi.....                                                                         | 101 |
| 6. Uji Koefisien Determinasi.....                                                                      | 102 |
| 7. Uji Hipotesis.....                                                                                  | 103 |
| BAB VI .....                                                                                           | 105 |
| PEMBAHASAN DAN ANALISIS .....                                                                          | 105 |
| A. Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap<br>Perilaku Pemilih.....                           | 105 |
| B. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media<br>Sosial TikTok Terhadap Perilaku Pemilih ..... | 109 |
| BAB VII .....                                                                                          | 113 |
| PENUTUP.....                                                                                           | 113 |
| A. Kesimpulan .....                                                                                    | 113 |
| B. Refleksi Teoritik.....                                                                              | 114 |
| C. Keterbatasan Penelitian.....                                                                        | 117 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| LAMPIRAN.....             | 123 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 142 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 3. 1 Tabel Metode Pengukuran .....                                            | 32  |
| Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Y .....                          | 32  |
| Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel X .....                          | 37  |
| Tabel 4. 1 Luas Wilayah Kecamatan di Kota Semarang.....                             | 54  |
| Tabel 4. 2 Jumlah Kependudukan Di Kota Semarang Berdasarkan Wilayah Kecamatan ..... | 56  |
| Tabel 4. 3 Kepadatan Penduduk Kota Semarang 2024 .....                              | 58  |
| Tabel 4. 4 Banyaknya TPS dan Pemilih di Kota Semarang .....                         | 66  |
| Tabel 5. 1 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel X .....                            | 97  |
| Tabel 5. 2 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Y .....                            | 97  |
| Tabel 5. 3 Interpretasi R.....                                                      | 102 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4 1. Peta Kota Semarang .....                                            | 49 |
| Gambar 5 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.                      | 72 |
| Gambar 5 2. Identitas Reponden Berdasarkan Usia.....                            | 72 |
| Gambar 5 3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                      | 73 |
| Gambar 5 4. Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Tiktok dalam Sehari..... | 74 |
| Gambar 5 5. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 1 Variabel X.                    | 75 |
| Gambar 5 6. Hasil Kuisisioner Pernyataan Nomor 2 variabel X.                    | 76 |
| Gambar 5 7. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 3 Variabel x ...                 | 77 |
| Gambar 5 8. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 4 variabel x ....                | 78 |
| Gambar 5 9. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 5 variabel X ..                  | 79 |
| Gambar 5 10. Hasil Kusisioner pernyataan nomor 6 variabel X .                   | 80 |
| Gambar 5 11. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 7 variabel X .                  | 81 |
| Gambar 5 12. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 8 variabel X                    | 82 |
| Gambar 5 13. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 9 variabel X                    | 83 |
| Gambar 5 14. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 10 variabel X                   | 84 |
| Gambar 5 15. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 1 variabel Y                    | 85 |

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 5 16. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 2 variabel Y . | 86  |
| Gambar 5 17. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 3 variabel Y . | 87  |
| Gambar 5 18. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 4 variabel Y   | 88  |
| Gambar 5 19. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 5 variabel Y   | 89  |
| Gambar 5 20. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 6 variabel Y   | 90  |
| Gambar 5 21. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 7 variabel Y   | 91  |
| Gambar 5 22. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 8 variabel Y   | 92  |
| Gambar 5 23. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 9 variabel Y   | 93  |
| Gambar 5 24. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 10 variabel Y  | 94  |
| Gambar 5 25. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 11 variabel Y  | 95  |
| Gambar 5 26. Hasil Kuisoner pernyataan nomor 12 variabel Y  | 96  |
| Gambar 5 27. Hasil Uji Reliabilitas .....                   | 98  |
| Gambar 5 28. Hasil Uji Normalitas.....                      | 99  |
| Gambar 5 29. Hasil Uji Analisis Regresi Linear.....         | 100 |
| Gambar 5 30. Hasil Uji Koefisien Korelasi .....             | 101 |
| Gambar 5 31. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....          | 102 |
| Gambar 5 32. Hasil Uji Hipotesis F .....                    | 104 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. 1. . Kuisioner.....                    | 123 |
| Lampiran 2 1. Permohonan Ijin Penelitian.....      | 127 |
| Lampiran 3 1 Hasil Tabulasi Data Penelitian.....   | 127 |
| Lampiran 4 1. Hasil Pengujian Kuisioner SPSS ..... | 136 |
| Lampiran 5 1. F tabel & R tabel.....               | 140 |
| Lampiran 6 1 Dokumentasi Penelitian .....          | 141 |

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia, khususnya di Kota Semarang, media sosial, terutama TikTok, memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi politik dan keputusan politik pemilih pemula (Gunawan, 2022). TikTok menjadi platform yang populer dalam perbincangan mengenai isu-isu sosial dan politik. Dalam dekade terakhir, transformasi teknologi dan perubahan dalam perilaku komunikasi telah secara signifikan mengubah paradigma kampanye politik dan promosi politik (Kominfo.go.id,2019).

Kaum muda sekarang sering menggunakan TikTok sebagai platform untuk mengeksplorasi dan menunjukkan jati diri mereka di depan umum. Sejak diluncurkan, TikTok telah menjadi pemain penting dalam politik di sejumlah negara termasuk Indonesia, terutama di bidang pembentukan ideologi, aktivisme politik, dan penyebaran troll secara online, meskipun pada awalnya platform ini tidak ditujukan untuk komunikasi politik atau keterlibatan politik (Herman, 2020). Di ranah publik digital, TikTok dapat menjadi alat komunikasi politik yang sangat sukses untuk memengaruhi suara publik dan menjangkau banyak pemilih muda. Memang, aplikasi media sosial secara umum diantisipasi akan menjadi salah satu alat sangat penting untuk keterlibatan politik yang akan datang (Vitak, 2009).

TikTok telah mentransformasi media sosial dan kini menjadi salah satu aplikasi terpopuler, terutama di kalangan remaja dan anak muda (Widiawanti, 2023). Data BPS menunjukkan bahwa 91,33% penduduk Jawa Tengah, termasuk Kota Semarang, mengakses internet dan menggunakan media sosial seperti TikTok. TikTok memungkinkan pembuatan tren dan fenomena viral melalui konten video di platformnya. Di Indonesia, pada awal tahun 2024, pengguna internet mencapai 221,5 juta jiwa, di antaranya menggunakan aplikasi media sosial tiktok mencapai 157,6 juta jiwa dengan generasi muda sebagai kelompok usia yang paling banyak terhubung (Tekno.kompas.com). Menurut survei CSIS (2022), 95,3% anak muda terhubung internet, dan 56% di antaranya menggunakan TikTok. Hal ini diperkuat oleh survei internet 2023 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mencatat 225.625.156 pengguna internet di Indonesia dengan tingkat penetrasi 78,19%, di mana mayoritasnya adalah anak muda (Asfar, 2024).

Generasi muda adalah kelompok yang sejak kecil sudah akrab dengan teknologi dan internet. Mereka sangat antusias terhadap hal-hal baru di dunia digital. Bagi mereka, teknologi terbaru seperti "air segar" yang harus segera dicoba agar bisa merasakan manfaatnya. Pemilih muda, yang juga sering disebut sebagai generasi digital, tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Gaya hidup mereka sangat dipengaruhi oleh ketergantungan terhadap perangkat digital seperti ponsel pintar dan internet (Noordiono, 2016). Fear of

Missing Out (FoMO) atau rasa takut ketinggalan merupakan salah satu masalah yang dimiliki Generasi Z sebagai akibat dari penggunaan media sosial. Tanpa mempertimbangkan dampaknya bagi diri sendiri dan masyarakat, kondisi ini membuat orang selalu ingin mengikuti tren yang sedang populer (Agata, 2023). Ketika seseorang tidak mengikuti aktivitas viral atau merasa tertinggal, mereka mengalami FoMO. Menurut VeryWellMind, fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat memengaruhi siapa saja tanpa memandang jenis kelamin dan usia. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan terus-menerus membandingkan diri dengan kehidupan orang lain, yang pada akhirnya menurunkan kualitas hidup individu yang mengalami FoMO (Very, 2024).

Media sosial, terutama TikTok, semakin banyak digunakan dalam aspek politik, terutama di kalangan generasi muda (Andriadi, 2017). Di Kota Semarang, TikTok menjadi platform media sosial utama yang memengaruhi preferensi dan keputusan pemilih dari generasi muda (Andriadi, 2017). Mengingat suara pemilih di Kota Semarang mencapai 53% berasal dari pemilih muda, sehingga Algoritma unik TikTok mendorong konten yang melibatkan interaksi pengguna dan penyebaran informasi politik yang berpotensi viral, sehingga lebih mudah menjangkau audiens muda dibandingkan platform media sosial lainnya. Hal ini menciptakan peluang besar bagi calon pemimpin Indonesia, seperti pasangan Prabowo-Gibran, untuk memanfaatkan platform ini dalam memengaruhi suara generasi muda di Kota Semarang (Vitak, 2009).

Di DPT pemilu 2024 di Kota Semarang, jumlah daftar pemilih tetap pada Pemilu 2024 adalah 1.239.669 jiwa, dengan 602.143 pemilih laki-laki dan 637.526 pemilih Perempuan, 275.137 (22,2%) adalah anggota Generasi Z, sementara 405.558 (32,7%) adalah generasi milenial, Pemilih muda di kota ini mencapai 681.000 jiwa (53%). Besarnya proporsi pemilih muda (usia 17-40 tahun) ini akan sangat menentukan arah masa depan Indonesia. Partisipasi pemilih muda dan generasi Z sangat penting dalam menentukan hasil pemilu, mengingat persentase mereka yang signifikan dalam populasi pemilih. Hal ini sejalan dengan data KPU yang menunjukkan bahwa sekitar 53% suara berasal dari pemilih muda. Perlu dipahami bahwa preferensi politik generasi ini sangat dipengaruhi oleh media sosial, termasuk platform TikTok (Komisi Pemilihan Umum Kota Semarang).

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih muda. Salah satunya adalah penelitian oleh Yovita Octafitria (2014), yang menemukan bahwa media sosial berperan sebagai sumber informasi politik utama bagi kalangan muda. Hal ini secara tidak langsung turut mendorong meningkatnya ketertarikan mereka terhadap aktivitas politik. Dan menurut nazah dwi, afifah intan, nasywa delia, dan alif rohmatuf (2024) menjelaskan bagaimana pengaruh media sosial TikTok secara signifikan dapat memengaruhi perilaku politik pemilih muda dalam artikel jurnal mereka tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku politik pemilih muda. Media sosial seperti

TikTok telah memudahkan orang untuk membentuk gerakan sosial, berpartisipasi dalam politik, dan memberikan dampak pada kebijakan publik, hal ini menunjukkan bagaimana media sosial termasuk TikTok memiliki dampak yang signifikan untuk mempengaruhi masyarakat untuk terlibat dalam politik.

Sebagai pengamatan, kita dapat melihat bagaimana konten di TikTok dengan tagar #prabowopresiden2024 mencapai 1,4 juta, #gemoy mencapai 1,3 juta, dan #prabowogibran2024 mencapai 1,2 juta. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO, yaitu keinginan untuk selalu mengikuti tren publik, menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku pemilih generasi Z di Pemilu 2024, khususnya di Kota Semarang (Platform TikTok).

Oleh karena itu studi ini ingin mengangkat terkait pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang atas kemenangan Prabowo gibran, karena selama media sosial digital berkembang hingga kini dimanfaatkan oleh medium menguatkan fungsi media sosial sebagai konten-konten kampanye yang dilakukan Prabowo dan gibran beserta tim pendukungnya untuk mempengaruhi perilaku pemilih gen Z di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang dalam Pemilu 2024. Secara khusus, penelitian ini akan mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih muda, dengan di perkuat teori perilaku politik sebagaimana dijelaskan oleh

Saiful Mujani dalam buku “Kuasa Rakyat: analisis tentang perilaku memilih dalam pemilihan legislatif dan Presiden Indonesia pasca-orde baru” Mujani mendefinisikan perilaku politik sebagai kecenderungan individu atau kelompok untuk berpartisipasi dalam proses politik, baik melalui pemilu, dukungan terhadap kebijakan, maupun bentuk partisipasi lainnya. Perilaku politik, menurutnya, dipengaruhi oleh tiga factor utama: sosiologis, psikologis, dan rasional, yang saling berinteraksi dalam membentuk preferensi politik individu atau kelompok (mujani,2012).

Fenomena kemenangan pasangan Prabowo-Gibran di Kota Semarang, yang notabene merupakan basis kuat partai PDIP, menjadi sorotan menarik. Dominasi PDIP khususnya di Kota Semarang, tercermin dari kemenangan kader mereka dalam pemilihan gubernur tahun 2008 sampai tahun 2019 serta kemenangan walikota Kota Semarang dari tahun 2013-2024 dan mayoritas kepala daerah yang berasal dari partai tersebut. Hal ini menjadi indikator awal bahwa PDIP memiliki potensi besar untuk meraih suara mayoritas pada pemilu 2024. Peluang politik para calon legislatif dari PDIP di Kota Semarang juga signifikan, mengingat para kepala daerah yang merupakan kader PDIP dan dominasi kursi di parlemen oleh mereka (Cholil, 2019). Namun Setelah pasangan Prabowo-Gibran menjadi viral di media sosial TikTok dengan berbagai konten dan tagar, Kota Semarang yang sebelumnya dikenal sebagai basis kuat PDIP dari tahun 2009 hingga 2024, menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam preferensi politik. Latar

belakang ini penting untuk memberikan konteks mengapa kemenangan Prabowo-Gibran di "kandang banteng" menjadi fenomena menarik yang layak dikaji.

Meski sudah ada beberapa penelitian yang membahas pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku politik, penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik. Tujuannya adalah untuk melihat apakah penggunaan TikTok benar-benar memengaruhi perilaku pemilih muda di Kota Semarang, terutama dalam konteks terjadinya pergeseran suara yang cukup signifikan dari basis partai-partai kuat di wilayah tersebut. Penelitian ini ingin mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana TikTok, sebagai media sosial yang sangat populer di kalangan anak muda, berperan dalam membentuk pilihan politik mereka pada Pemilu 2024. Peneliti meyakini bahwa TikTok memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pemilih muda, terutama karena tingginya tingkat penggunaan aplikasi ini di kalangan mereka. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui penelitian yang berjudul: "Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Pemilih Muda dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Kemenangan Prabowo-Gibran di Kota Semarang."

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan mengacu pada konteks yang telah diberikan sebelumnya, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media sosial TikTok dapat mempengaruhi perilaku pemilih muda pada pilpres 2024 di kota Semarang?
2. Apa yang membuat penggunaan media sosial TikTok berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap perilaku pemilih muda pada pilpres 2024 di Kota Semarang?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mencari tahu apakah penggunaan media sosial TikTok dapat mempengaruhi perilaku pemilih muda pada pilpres 2024 di kota Semarang.
2. Untuk mencari tahu Apakah yang membuat penggunaan media sosial TikTok berpengaruh dan tidak berpengaruh perilaku pemilih muda pada pilpres 2024 di Kota Semarang.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat praktis

Peneliti mengantisipasi bahwa temuan penelitian ini akan berguna untuk menjadi panduan bagi penelitian sejenis di masa depan dengan topik yang lebih spesifik dan luas.

Melalui studi kasus kemenangan Prabowo-Gibran di Kota Semarang, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang bermanfaat, baik bagi masyarakat umum maupun kalangan akademisi. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana media sosial TikTok berperan dalam memengaruhi perilaku memilih generasi Z pada Pemilu 2024.

## 2. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang bagaimana penggunaan media sosial TikTok mempengaruhi perilaku memilih Generasi Z pada pemilu 2024: Analisis kemenangan Prabowo-Gibran di Semarang.

## E. Tinjauan Pustaka

Penelitian mengkaji pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih gen Z telah banyak dilakukan. Berdasarkan hasil studi literatur peneliti melakukan penengelompokan terhadap jurnal yang akan dimanfaatkan sebagai acuan dalam melakukan penelitian:

### 1. Pengaruh media sosial TikTok

Pengaruh TikTok terhadap preferensi pemilih sangat signifikan dalam menentukan kemenangan calon presiden dan wakil presiden pada Pemilu 2024. Studi yang dilakukan oleh Velantin (2024) meneliti penggunaan media sosial TikTok sebagai alat untuk memengaruhi preferensi pemilih, dengan tujuan meningkatkan eksistensi calon. Media digital memungkinkan politisi berinteraksi langsung dengan masyarakat melalui forum atau platform media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh penggunaan media digital sebagai alat kampanye untuk memengaruhi preferensi pemilih, terutama di kalangan generasi muda. Sejalan dengan studi ini, Nakayana (2023) berargumen bahwa TikTok memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian produk di kalangan generasi

muda melalui konten video *fashion haul*. Dengan analogi serupa, pendekatan yang sama dapat diterapkan dalam konteks politik, di mana konten yang menarik dan keterlibatan tinggi dapat memengaruhi preferensi pemilih generasi muda.

## 2. Media Sosial dan pemilih muda (Z dan Milenial)

Penelitian lain yang secara khusus mengkaji TikTok dan Generasi Z (Gen Z) sebagian besar berfokus pada penggunaan platform TikTok di kalangan Gen Z. Penelitian yang dilakukan oleh Nazah Dwi (2024) menyoroti bagaimana media sosial dalam partisipasi politik dapat memberikan pengaruh yang cukup besar. Hal ini disebabkan oleh Gen Z sebagai pengguna media sosial terbanyak, menjadikan mereka sebagai salah satu generasi yang berpartisipasi aktif dalam partisipasi politik di media sosial terutama di TikTok. Selanjutnya, Masagus (2023) mengemukakan bahwa Generasi milenial dan anggota Generasi Z yang baru pertama kali memilih sudah cukup umur untuk memilih. Mereka yang lahir antara tahun 1990-an hingga akhir 2000-an disebut sebagai generasi milenial. Partisipasi pemilih di kalangan milenial dan Gen Z adalah metrik utama untuk menilai kinerja suatu negara. Rendahnya partisipasi pemilih di kalangan Gen Z dan milenial dalam pemilihan umum suatu negara menunjukkan adanya masalah yang membutuhkan perhatian. Gen Z dan Milenial adalah dua generasi yang terbiasa dengan teknologi baru. Sebagai generasi penerus bangsa, milenial dan Gen Z

sangat dibutuhkan dalam kancah politik Sebuah negara tidak akan memiliki penerus politik jika keterlibatan mereka rendah. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z akan terus memainkan peran penting di beberapa negara demokrasi di masa depan, dan karena mereka merupakan 40-50% dari pemilih dalam pemilihan umum, setiap tim sukses harus dapat membuat rencana yang unik untuk menarik para pemilih ini. Oleh karena itu, partisipasi pemilih di kalangan milenial dan Gen Z sangat diharapkan.

Selanjutnya Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Ichlas dan Ilham Ayatullah pada tahun 2020 berjudul *“Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z dalam Pemilu 2019 (Studi pada Mahasiswa Universitas Pertamina)”*. Penelitian ini membahas bagaimana Generasi Z memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasi sekaligus sebagai media untuk berkomunikasi dalam konteks politik, khususnya pada Pemilu 2019. Generasi Z menjadi fokus penelitian karena memiliki beberapa karakteristik penting, antara lain: adanya pergeseran cara berkomunikasi pelaku politik yang kini lebih banyak menggunakan media sosial, tingginya aktivitas Generasi Z di platform media sosial, posisi mereka sebagai pemilih pemula, serta cara khas mereka dalam merespons isu-isu politik (El Qudsi & Syamdar, 2020).

Berikutnya, Penelitian yang dilakukan oleh Heni Putri dan Umar Halim pada tahun 2020 berjudul “Partisipasi

Politik Online Generasi Z pada Pemilu 2019". Penelitian ini menggambarkan bagaimana Generasi Z terlibat dalam aktivitas politik secara daring, dengan mengaitkannya pada konsep digital divide atau kesenjangan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z lebih banyak terlibat dalam bentuk partisipasi politik yang bersifat informatif, seperti mencari dan membaca informasi seputar politik, serta berdiskusi atau berdebat dengan orang lain di media sosial. Sebaliknya, mereka cenderung kurang aktif dalam bentuk partisipasi politik yang lebih strategis atau langsung terlibat dalam kegiatan politik nyata (Yolanda & Halim, 2020).

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024", Agata Fanny Pakpahan menyoroti bagaimana pertumbuhan media sosial yang cepat menciptakan berbagai arus informasi, termasuk berita yang tidak terverifikasi atau palsu. Hal ini dapat mengubah persepsi Gen Z tentang isu-isu politik yang penting dan mengganggu pemahaman yang adil tentang politik. Akibatnya, Gen Z dapat menjadi bingung terkait pilihan partai demokratis mereka, yang dapat menyebabkan mereka memiliki FOMO terhadap keputusan yang dibuat oleh teman terdekat atau pahlawan mereka tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya. Menurut pandangan mereka tentang keterlibatan politik, fenomena FoMO yang tidak menguntungkan dari Gen Z dapat

menghalangi mereka untuk berpartisipasi secara penuh dan otentik. Kajian kajian yang membahas peran media sosial dalam mempengaruhi perilaku pemilih pemula. Menurut Dewi Putri (2024), yang menggunakan metode kualitatif deskriptif, pemilu merupakan cerminan dari partisipasi politik masyarakat dalam sistem pemerintahan. Ia menyoroti bahwa pemilih pemula yang umumnya berusia 17 tahun semakin terpengaruh oleh media sosial dalam menentukan pilihan politik mereka. Media sosial kini memainkan peran penting dalam kampanye politik karena memungkinkan kandidat berkomunikasi langsung dengan pemilih, menyebarkan informasi, serta membangun dukungan. Seiring meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan anak muda, akses terhadap informasi politik pun menjadi lebih mudah. Namun, tantangan seperti penyebaran informasi yang keliru (*misinformasi*) dan polarisasi opini masih menjadi persoalan yang perlu diwaspadai. Selanjutnya pengaruh media sosial TikTok terhadap keputusan pemilih. Kajian yang dilakukan oleh (Martini&Dewi, 2021) bahwasanya pengaruh signifikan antara media promosi TikTok dengan keputusan pembeli. Dan kajian (Putri, 2016) bahwa media sosial berpengaruh sebesar 81,5% terhadap minat beli konsumen dan media sosial pun berpengaruh secara tidak langsung signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Peneliti menyusun skripsi dalam lima bab untuk memudahkan pemahaman dan mempermudah pembaca dalam mengerti isi skripsi. Penulisan dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut adalah uraian mengenai sistematika penulisan tersebut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan secara menyeluruh berkaitan dengan latar belakang penelitian, selanjutnya terdapat rumusan masalah hingga Tujuan penelitian dan manfaat yang ditawarkannya dalam hal teori dan aplikasi. Mengenai bagian terakhir dari bab ini, yang menjelaskan organisasi metodis penulisan untuk menciptakan unit tesis yang utuh, saya akan membahas metode dan pendekatan penelitian serta definisi dan gagasan teori dalam bab ini

### **BAB II KERANGKA TEORI**

Dalam bab ini, Penulis menjelaskan beberapa konsep dan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Penulis menjelaskan berisi penjabaran mengenai teori dalam penelitian yang dipakai penulis. Untuk menjawab dari rumusan masalah.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian dijelaskan oleh penulis dalam bab ini, bersama dengan populasi dan sampel, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis data.

## **BAB IV GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan gambaran umum mengenai Kota Semarang yang menjadi objek penelitian. Gambaran umum tersebut mencakup beberapa aspek, antara lain:

1. Profil lengkap Kota Semarang
2. Populasi pemilih Kota Semarang dalam pemilu 2024

## **BAB V HASIL PENELITIAN**

Pada BAB ini, akan dipaparkan hasil penelitian dan hasil Uji SPSS. Sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap Keputusan pemilih generasi z dalam pemilu 2024: studi kasus kemenangan Prabowo Gibran di Kota Semarang.

## **BAB VI PEMBAHASAN**

Pada Bab ini, akan dipaparkan semua hasil pembahasan penelitian beserta analisis penelitian ini pada teori

## **BAB VII PENUTUP**

Bab ini akan mencakup ringkasan temuan dari seluruh prosedur penelitian yang telah dilakukan serta pengajuan solusi dari penulis terhadap rumusan masalah. Selain itu, untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik dan produktif, bab ini juga memberikan rekomendasi untuk penelitian terkait di masa mendatang dan manfaat yang berhubungan dengan Bagaimana pengaruh penggunaan media social TikTok terhadap Keputusan pemilih generasi z dalam pemilu 2024: studi kasus kemenangan Prabowo Gibran di Kota Semarang.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. Perilaku Politik**

Penelitian ini berlandaskan pada teori perilaku politik sebagaimana dijelaskan oleh Saiful Mujani dalam buku “Kuasa Rakyat: analisis tentang perilaku memilih dalam pemilihan legislatif dan Presiden Indonesia pasca-orde baru” Mujani mendefinisikan perilaku politik sebagai kecenderungan individu atau kelompok untuk berpartisipasi dalam proses politik, baik melalui pemilu, dukungan terhadap kebijakan, maupun bentuk partisipasi lainnya. Perilaku politik, menurutnya, dipengaruhi oleh tiga factor utama: sosiologis, psikologis, dan rasional, yang saling berinteraksi dalam membentuk preferensi politik individu tau kelompok. Kerangka teori ini menjadi dasar untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan perilaku pemilih generasi Z dalam mendukung kemenangan Prabowo-gibran di Kota Semarang (mujani,2012).

Pendekatan untuk memahami bagaimana pemilih mendasarkan Keputusan politik mereka pada berbagai elemen social, psikologis, dan rasional disediakan oleh pendekatan tiga model perilaku pemilih dari mujani. Masing-masing dari tiga teori utama yang membentuk pendekatan ini Model Sosiologis, Model Psikologis, Model Pilihan Rasional, menjelaskan aspek yang berbeda dari perilaku pemilih:

- Faktor Sosiologis

Pendekatan sosiologis pendekatan mula dalam studi perilaku memilih yang dimana menekankan bagaimana

latar belakang social, seperti usia, jenis kelamin, Pendidikan, agama, dan hubungan kekerabatan, mempengaruhi perilaku memilih. Menurut mujani, elemen-elemen social ini membentuk kerangka kerja social yang dapat mempengaruhi preferensi politik. Misalnya, pemilih dari kelompok agama tertentu mungkin mendukung kandidat yang dianggap mewakili identitas atau nilai-nilai keagamaan mereka. Namun, di era modern, pengaruh factor sosiologis mulai bersaing dengan pertimbangan rasional karena akses informasi yang lebih luas. Dalam konteks Kota Semarang, analisis factor ini akan mengungkap apakah latar belakang sosial komunitas memainkan peran penting dalam pilpres 2024 di Kota Semarang (Mujani,2012).

- Faktor Psikologis

Pendekatan psikologis focus pada peran emosi, loyalitas sentimental, dan presepsi terhadap kandidat. Mujani menegaskan bahwa hubungan emosional yang kuat antara pemilih dengan kandidat atau partai tertentu dapat mempengaruhi Tingkat loyalitas pemilih, terlepas dari perubahan keadaan. Dalam penelitian ini, factor psikologis akan dikaji untuk memahami sejauh mana daya Tarik visual, citra personal, dan presepsi terhadap Prabowo-Gibran mempengaruhi Keputusan pemilih. Elemen-elemen seperti optimism, rasa percaya diri, dan keterikatan emosional dengan kandidat akan diukur untuk

menentukan dominasi faktor ini dalam perilaku pemilih (Mujani,2012).

- Faktor Rasional

Model pilihan rasional pemilih membuat Keputusan berdasarkan pertimbangan logis dan pragmatis, seperti evaluasi terhadap rekam jejak kandidat, janji kampanye, atau progam kerja yang ditawarkan. Mujani berpendapat bahwa pemilih cenderung mendukung kandidat yang dianggap mampu memberikan manfaat nyata, terutama jika kondisi social-ekonomi yang ada dipandang kurang memuaskan. Dalam penelitian ini, analisis factor rasional akan mengidentifikasi sejauh mana pemilih mempertimbangkan aspek-aspek objektif ini dalam mendukung Prabowo-Gibran (Mujani,2012).

Untuk menjawab rumusan masalah penelitian, pendekatan ini akan digunakan sebagai kerangka evaluasi untuk mengukur dominasi masing-masing factor terhadap perilaku pemilih. Data yang dikumpulkan melalui survei akan dianalisis untuk menentukan kontribusi relatif dari faktor sosiologis, psikologis, dan rasional. Analisis kuantitatif deskriptif akan membantu menjelaskan ketiga factor ini berinteraksi dan mana yang paling dominan dalam mempengaruhi Keputusan pemilih melalui penggunaan media social TikTok di Kota Semarang. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan strategis yang relavan bagi aktor politik untuk memahami dinamika pemilih di Tingkat lokal.

## **B. Terpaan Media**

Teori terpaan media membahas bagaimana paparan individu terhadap media, baik dari segi frekuensi, durasi, maupun intensitas, dapat memengaruhi wawasan, sikap, serta perilaku seseorang. Dalam ranah komunikasi massa dan era media digital saat ini, teori ini menjadi pijakan penting untuk memahami sejauh mana konten media dapat memberikan pengaruh terhadap audiens, terutama apabila paparan terjadi secara terus-menerus dan dalam jangka waktu yang lama.

Severin dan Tankard (2005) menyebut bahwa terpaan media merupakan elemen kunci dalam menimbulkan efek media terhadap masyarakat. Semakin tinggi intensitas dan frekuensi seseorang terpapar media, semakin besar peluang media tersebut membentuk persepsi dan tingkah laku. McQuail (2011) juga menambahkan bahwa terpaan media menunjukkan tingkat keterlibatan audiens dengan konten media, yang menjadi syarat utama munculnya pengaruh dari media tersebut.

Effendy (2003) menambahkan bahwa terpaan media bisa terjadi secara aktif maupun pasif. Seseorang dapat secara sengaja mencari informasi melalui media (aktif), atau secara tidak sadar menerima informasi karena paparan yang tidak disengaja (pasif). Keduanya tetap memiliki potensi untuk memengaruhi opini dan tindakan seseorang.

Dalam teori ini, terdapat beberapa elemen penting yang memengaruhi dampak media:

1. Frekuensi: Seberapa sering individu mengakses media.
2. Durasi: Lamanya waktu yang digunakan untuk mengonsumsi konten media.
3. Atensi: Tingkat fokus terhadap isi pesan media.
4. Konten: Jenis informasi yang diterima, seperti konten politik, hiburan, edukatif, dan lain-lain.

### C. Hipotesis

Menurut Sugiono (2010:66), Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah dalam sebuah penelitian. Disebut sementara karena jawaban ini belum didukung oleh data nyata dari lapangan, melainkan masih berdasarkan teori atau dugaan yang masuk akal. Dengan kata lain, hipotesis adalah perkiraan awal yang dibuat peneliti sebelum data dikumpulkan, sebagai dasar untuk diuji kebenarannya melalui penelitian.

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis secara parsial, atau yang dikenal sebagai **uji t**. Menurut Ghazali (2013), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk melihat seberapa besar dan seberapa signifikan pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi. Proses ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien regresi dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hal tersebut, berikut adalah rumusan hipotesis dalam penelitian ini:

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih Muda Gen Z dan milenial pada pemilu 2024 di Kota Semarang.

H1: Terdapat pengaruh dan tidak terpengaruh penggunaan media sosial TikTok terkait berita politik dalam mempengaruhi perilaku pemilih muda Gen Z dan milenial pada pemilu 2024 di Kota Semarang.

Keterangan: Ho ditolak jika nilai signifikan  $> \alpha$  5%.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel utama dalam studi ini, yaitu penggunaan media sosial TikTok dan keputusan memilih pada Generasi Z. Metode korelasional dalam penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana keterkaitan antar variabel melalui teknik analisis statistik. Hal ini sejalan dengan pendapat Creswell (2014) yang menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif korelasional dapat digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel secara statistik.

Metode ini disusun secara spesifik, terencana, dan tersusun secara sistematis sejak awal, mulai dari perencanaan hingga penentuan desain penelitian yang digunakan untuk mengkaji populasi dan sampel tertentu. Pendekatan kuantitatif sendiri merupakan jenis penelitian yang berlandaskan pada pandangan positivisme, yang menekankan pada objektivitas dan pengukuran. Menurut Siyoto (2015), penelitian kuantitatif menggambarkan proses pengukuran terhadap berbagai variabel, dimulai dari pengumpulan data hingga analisis secara angka atau statistik.

Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian kuantitatif ini. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer di lokasi tertentu. Informasi

diperoleh melalui wawancara terstruktur, penyebaran kuesioner, dan respon kuesioner (Sugiyono, 2013).

## **B. Definisi Konseptual**

### **1. Media Sosial Tiktok**

Nunik Retno H (2022), Tiktok adalah aplikasi media sosial yang menekankan pada berbagi gambar dan video. Platform lain yang dapat digunakan untuk berinteraksi secara online adalah media sosial TikTok. Pengguna TikTok dapat mengekspresikan diri mereka melalui gambar, video, dan layanan lain yang ditawarkan oleh platform tersebut. Karena perubahan politik yang dibawa oleh media sosial TikTok, setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk mengekspresikan diri mereka melalui diskusi, pertukaran ide dan kritik, dan ekspresi opini.

TikTok berfungsi sebagai wadah untuk menyebarkan beragam konten kreatif, seperti video tantangan, lip sync, performa musik, tarian, nyanyian dan materi edukasi lainnya (Supangat&Saringat, 2020). Kenaikan jumlah penggunaan TikTok membuka peluang untuk memanfaatkan sebagai media promosi yang efektif (Hasiholan dll, 2020).

Dalam pandangan (Oktaheriyani, 2020), beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh para pelaku melalui penggunaan TikTok meliputi: Mengikuti trend yang sedang populer di TikTok dapat membantu meningkatkan kesadaran, sebab strategi pemasaran yang beradaptasi dengan apa yang sedang trend di platform ini memiliki potensi yang signifikan untuk meningkatkan kesadaran. Hal

ini karena gaya pemasaran yang sesuai dengan trend dapat menarik perhatian pengguna media sosial TikTok. Penggunaan hastag (#) yang relevan dengan topik memungkinkan pengguna platform ini sedang mencari informasi atau topik tertentu di TikTok untuk dengan lebih mudah menemukan informasi yang sedang trend.

## **2. Gen Z dan Milenial**

Generasi, menurut Mannheim (1952), adalah sebuah konstruksi sosial yang terdiri dari kumpulan orang dengan usia dan pengalaman hidup yang sebanding. Selain itu, menurut Mannheim (1952), orang-orang yang lahir dalam periode 20 tahun dan memiliki karakteristik sosial dan historis yang sebanding dianggap sebagai anggota suatu generasi.

Generasi demografis yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga pertengahan tahun 2000-an disebut sebagai Generasi Z, atau hanya Gen Z. Mereka dibesarkan di masa teknologi digital yang berkembang pesat, di mana media sosial dan internet merupakan komponen penting dalam kehidupan sehari-hari. Ciri-ciri Generasi Z termasuk kecenderungan mereka untuk menggunakan teknologi, kapasitas mereka untuk melakukan banyak hal, daya cipta mereka, toleransi mereka terhadap keragaman, minat mereka terhadap pekerjaan yang fleksibel dan pilihan pendidikan, serta keterlibatan aktif mereka dalam aktivisme dan gerakan sosial.

Istilah generasi milenial pertama kali diperkenalkan oleh William dan Neil, seperti dikutip oleh Budiati (2018). Generasi ini merujuk pada kelompok orang yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000, dan sering juga disebut sebagai Generasi Y. Milenial dikenal memiliki karakteristik yang beragam, tergantung pada tempat tinggal dan kondisi sosial ekonomi mereka. Namun, salah satu ciri paling menonjol dari generasi ini adalah kedekatan mereka dengan teknologi—terutama dalam hal komunikasi dan media digital. Generasi milenial dikenal sebagai individu yang kreatif, informatif, serta memiliki semangat (*passion*) dan produktivitas tinggi yang sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini.

### **C. Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini, ada dua variabel: variabel independen (variabel X) dan variabel dependen (variabel Y). Variabel-variabel ini disebut sebagai judul penelitian, yaitu "Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap keputusan perilaku pemilih gen Z dalam pemilu 2024, Studi kasus: kemenangan Prabowo-Gibran di kota Semarang", maka variabel penelitian yaitu:

- Media sosial TikTok – X (Independen)
- Perilaku pemilih Generasi muda (Z) – Y (Dependen)

Definisi operasional penelitian ini, yang mengikuti gagasan Saiful Mujani dalam buku “Kuasa Rakyat: analisis tentang perilaku memilih dalam pemilihan legislatif dan Presiden Indonesia pasca-orde baru” Mujani mendefinisikan

perilaku politik sebagai kecenderungan individu atau kelompok untuk berpartisipasi dalam proses politik, baik melalui pemilu, dukungan terhadap kebijakan, maupun bentuk partisipasi lainnya. Perilaku politik, menurutnya, dipengaruhi oleh tiga factor utama: sosiologis, psikologis, dan rasional, yang saling berinteraksi dalam membentuk preferensi politik individu atau kelompok. Kerangka teori ini menjadi dasar untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan perilaku pemilih generasi Z dalam mendukung kemenangan Prabowo-gibran di Kota Semarang (Mujani,2012).

Pendekatan untuk memahami bagaimana pemilih mendasarkan Keputusan politik mereka pada berbagai elemen social, psikologis, dan rasional disediakan oleh pendekatan tiga model perilaku pemilih dari mujani. Masing-masing dari tiga teori utama yang membentuk pendekatan ini Model Sosiologis, Model Psikologis, Model Pilihan Rasional, menjelaskan aspek yang berbeda dari perilaku pemilih:

- Faktor Sosiologis

Pendekatan sosiologis pendekatan mula dalam studi perilaku memilih yang dimana menekankan bagaimana latar belakang sosial, seperti usia, jenis kelamin, Pendidikan, agama, dan hubungan kekerabatan, mempengaruhi perilaku memilih. Menurut mujani, elemen-elemen sosial ini membentuk kerangka kerja sosial yang dapat mempengaruhi preferensi politik. Misalnya, pemilih dari kelompok agama tertentu mungkin mendukung kandidat yang dianggap mewakili identitas

atau nilai-nilai keagamaan mereka. Namun, di era modern, pengaruh faktor sosiologis mulai bersaing dengan pertimbangan rasional karena akses informasi yang lebih luas. Dalam konteks Kota Semarang, analisis faktor ini akan mengungkap apakah latar belakang sosial komunitas memainkan peran penting dalam mendukung Prabowo-gibran.

- Faktor Psikologis

Pendekatan psikologis fokus pada peran emosi, loyalitas sentimental, dan persepsi terhadap kandidat. Mujani menegaskan bahwa hubungan emosional yang kuat antara pemilih dengan kandidat atau partai tertentu dapat mempengaruhi Tingkat loyalitas pemilih, terlepas dari perubahan keadaan. Dalam penelitian ini, faktor psikologis akan dikaji untuk memahami sejauh mana daya Tarik visual, citra personal, dan persepsi terhadap Prabowo-Gibran mempengaruhi Keputusan pemilih. Elemen-elemen seperti optimism, rasa percaya diri, dan keterikatan emosional dengan kandidat akan diukur untuk menentukan dominasi factor ini dalam perilaku pemilih.

- Faktor Rasional

Model pilihan rasional bahwa pemilih membuat Keputusan berdasarkan pertimbangan logis dan pragmatis, seperti evaluasi terhadap rekam jejak kandidat, janji kampanye, atau progam kerja yang ditawarkan. Mujani berpendapat bahwa pemilih cenderung mendukung kandidat yang dianggap mampu memberikan manfaat

nyata, terutama jika kondisi sosial-ekonomi yang ada dipandang kurang memuaskan. Dalam penelitian ini, analisis faktor rasional akan mengidentifikasi sejauh mana pemilih mempertimbangkan aspek-aspek objektif ini dalam memilih calon presiden Indonesia khususnya di Kota Semarang.

#### **D. Sumber dan jenis data**

Segala sesuatu yang bisa memberikan informasi atau data dianggap sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui survei, di mana semua responden dalam populasi diberikan kuesioner. Data primer diperoleh langsung dari jawaban para responden melalui kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup. Sementara itu, data sekunder diambil dari berbagai referensi seperti buku, jurnal, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

##### **1. Data primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh peneliti dari sumber informasi atau narasumber (Sugiyono, 2014). Sumber data primer dikumpulkan melalui observasi langsung atau pengamatan lapangan, dilengkapi dengan survei partisipan. Evaluasi skala likert disertakan dalam kuisisioner tertutup yang digunakan dalam penelitian ini. Kuisisioner tersebut disebarkan kepada Pemilih Generasi Z yang terdaftar di DPT Pemilu Kota Semarang.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan dikumpulkan dan dicatat oleh pihak lain sebelumnya. Data ini bisa berupa bukti, dokumen, atau catatan sejarah yang tersimpan dalam arsip—baik yang sudah dipublikasikan maupun belum (Indrianto & Bambang, 2002). Dalam konteks penelitian ini, yang membahas pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap keputusan dan perilaku pemilih generasi Z pada Pemilu 2024, khususnya dalam studi kasus kemenangan Prabowo-Gibran di Kota Semarang, data sekunder digunakan sebagai pelengkap. Data tersebut bisa berasal dari buku, jurnal, laporan penelitian, berita, hingga dokumen resmi yang relevan dengan topik yang dibahas.

## **E. Populasi Dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2014), Populasi adalah sekelompok orang atau wilayah yang telah dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil Kesimpulanya berdasarkan ukuran dan karakteristik tertentu. Penelitian ini melibatkan pemilih muda (Gen Z) dari kota Semarang yang telah memilih dan menggunakan hak mereka untuk memilih pada pemilihan presiden 2024, yang berusia antara 17 sampai 40 tahun. Pemilih muda di kota Semarang pemilu 2024 yang berusia 17-40 tahun sebanyak 681.000 (53%) terdaftar sebagai daftar pemilih tetap (DPT) pada pilpres 2024.

## **2. Sampel**

Menurut (Sugiyono,2014), Sampel adalah bagian dari ukuran dan karakteristik dari populasi. Pemilihan sampel yang tepat sangat penting untuk penelitian, terutama Ketika populasi terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, metode penggunaan sampel menggunakan non-probabilitas, non-probabilitas adalah tidak semua sampel dalam populasi diberi kesempatan yang sama. Penelitian ini juga menggunakan Teknik Purposive Sampling adalah Teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai kebutuhan penelitian (Sugiyono,2014). Dalam konteks ini, anda dapat memilih responden pemilih muda generasi Z dan milenial yang sudah menggunakan hak pilihnya di pemilu 2024 di Kota Semarang. Selanjutnya, dihitungnya sampel berdasarkan jumlah populasi dan karakteristiknya (Sugiyono, 2019), ada yang perlu diikuti dalam penelitian ini: pemilih muda (gen z) di kota Semarang yang terdaftar sebagai DPT, menggunakan hak pilih pada pemilihan presiden 2024, dan menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Jumlah sampel penelitian dapat di hitung dengan rumus:

Rumus Slovin adalah sebagai berikut

$$n = 1 + \frac{N}{1 + Ne}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

E : Presisi (telah diterapkan 10% dengan tingkatan kepercayaan 90%)

$$n = \frac{681.000}{1 + 681.000 (0,01)}$$

Mendapatkan hasil  $100 = 100$  responden

Untuk penelitian ini, metode random sampling akan digunakan, yaitu sampling acak sederhana dengan teknik non probability. Peneliti menggunakan margin 10% karena membantu mengurangi potensi kesalahan dalam pengambilan keputusan atau interpretasi hasil, tetapi untuk penelitian skripsi menggunakan margin 10% tetap diterima dalam konteks ilmiah.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Kuisisioner merupakan alat yang digunakan selama proses pengumpulan data yang memberikan partisipan atau responden seperangkat pertanyaan untuk dijawab secara tertulis (Sugiyono, 2014). Pengumpulan teknik data ini menggunakan beberapa pertanyaan bertujuan mendapatkan data atau informasi dari responden. Kuisisioner terdiri dari lembaran yang berisi beberapa pertanyaan, dan masing-masing pertanyaan terdiri dari dua bentuk, yaitu kuisisioner dengan pertanyaan

terbuka (syahrums, 2012). Kuisiometer dalam penelitian ini berbentuk non probability karena peneliti mencari responden melalui google form yang akan dibagikan di group whatsapp karang taruna Kota Semarang. Dalam penelitian penulis menggunakan skala likert dengan ukuran 1-5 untuk mendapatkan beberapa skor yang dihasilkan tiap responden.

*Tabel 3. 1 Tabel Metode Pengukuran*

| No | Alternatif Jawaban       | Skor |
|----|--------------------------|------|
| 1. | SS: Sangat Setuju        | 5    |
| 2. | S: Setuju                | 4    |
| 3. | N: Netral                | 3    |
| 4. | TS: Tidak Setuju         | 2    |
| 5. | STS: Sangat Tidak Setuju | 1    |

Indikator yang diubah menjadi pernyataan atau pertanyaan untuk menentukan pertanyaan yang perlu dipelajari. Indikator merupakan sumber kisi instrumen. Adapun kisi-kisi instrumen yang diturunkan dari indikator

*Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Y*

| No | Variabel                                                           | Indikator         | Instrumen                                                                                            |
|----|--------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Perilaku pemilih generasi Z (Variabel Y atau dependen/dipengaruhi) | Faktor Sosiologis | 1. Keputusan pemilih memilih kandidat paslon presiden berdasarkan identitas agama paslon (paslon 2). |

|  |  |                   |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--|--|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |                   | <p>2. Keputusan pemilih memilih kandidat paslon presiden berdasarkan identitas jenis kelamin dan jejak Pendidikan paslon (paslon 2).</p> <p>3. Keputusan pemilih memilih kandidat paslon presiden berdasarkan merasa dekat (kerabat) dengan paslon (paslon 2).</p> |
|  |  | Faktor psikologis | <p>1. Pandangan pemilih tentang kemampuan, kepribadian, dan penampilan Prabowo-Gibran sebagai calon</p>                                                                                                                                                            |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p>presiden Indonesia</p> <p>2. Pandangan pemilih mengenai sikap kejujuran, etika, dan integritas pribadi paslon Prabowo-Gibran</p> <p>3. Para pemilih cenderung memilih Prabowo-Gibran karena terpengaruh oleh lingkungan sosial seperti keluarga, teman, atau kelompok Masyarakat yang mendukung kandidat tersebut</p> <p>4. Tingkat keyakinan pemilih bahwa Prabowo-Gibran dapat</p> |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |                 |                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|--|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |                 | <p>menjalankan tugas sebagai presiden Indonesia</p> <p>5. Perasaan positif pemilih, seperti harapan atau antusias terhadap Prabowo-Gibran</p>                                                                                               |
|  |  | Faktor Rasional | <p>1. Para pemilih percaya bahwa Prabowo-Gibran akan menepati janji-janji kampanye atau program kerja melalui informasi dari medsos TikTok maupun di berita elektronik, yang mempengaruhi pemilih</p> <p>2. Pemilih memilih berdasarkan</p> |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p>rekam jejak politik digital paslon Prabowo-gibran.</p> <p>3. Para pemilih memilih Prabowo-Gibran berdasarkan penilaian positif atas kinerja sebelumnya, baik di bidang politik maupun sosial</p> <p>4. Preferensi pemilih karena terpengaruh konten-konten politik terkait Prabowo-Gibran di media sosial TikTok</p> |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel X*

| <b>No</b> | <b>Variabel</b>                                                | <b>Indikator</b>               | <b>Instrumen</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Media sosial TikTok (Variabel X atau independent/mempengaruhi) | Penggunaan media sosial TikTok | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai aplikasi TikTok dan Pengguna aplikasi media sosial TikTok</li> <li>2. Menggunakan TikTok setiap hari</li> <li>3. Menggunakan TikTok sehari <ol style="list-style-type: none"> <li>A. 2-4 jam</li> <li>B. 5-10 jam</li> <li>C. 12-20 jam</li> </ol> </li> </ol>                                        |
|           |                                                                | Aktivitas media sosial TikTok  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Branda isi TikTok terdapat berita terkait politik maupun issue politik</li> <li>2. Selalu mengikuti trend TikTok politik</li> <li>3. Mengetahui calon kandidat presiden paslon 2 (Prabowo-Gibran) dari TikTok</li> <li>4. Mengikuti trend Prabwo-Gibran di TikTok</li> <li>5. Memilih calon presiden</li> </ol> |

|  |  |                                              |                                                                                                                                                                             |
|--|--|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |                                              | <p>Indonesia berdasarkan trend informasi terkait paslon presiden dari media social TikTok</p> <p>6. Mengikuti berita update konten politik video tentang Prabowo-gibran</p> |
|  |  | Kejelasan informasi dari media sosial TikTok | <p>1. Percaya berita/issue di TikTok merupakan berita valid</p> <p>2. Tingkat kepercayaan terkait issue/konten di TikTok sebesar 90%</p>                                    |

Adapun instrument dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kuisisioner tentang pengaruh penggunaan media sosial TikTok

| No  | Pernyataan                                                                       | jawaban |   |   |    |     |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
|     |                                                                                  | SS      | S | N | TS | STS |
| 1.  | Mempunyai aplikasi TikTok dan pengguna aplikasi TikTok                           |         |   |   |    |     |
| 2.  | Menggunakan TikTok setiap hari                                                   |         |   |   |    |     |
| 3.  | Menggunakan TikTok sehari<br>a. 2-4 jam<br>b. 5-10 jam<br>c. 12-20 jam           |         |   |   |    |     |
| 4.  | Beranda TikTok terdapat berita politik dan issue politik                         |         |   |   |    |     |
| 5.  | Selalu mengikuti trend TikTok politik                                            |         |   |   |    |     |
| 6.  | Mengetahui paslon presiden no 2 (Prabowo-gibran) dari TikTok                     |         |   |   |    |     |
| 7.  | Mengikuti Trend TikTok politik Prabowo-Gibran                                    |         |   |   |    |     |
| 8.  | Memilih paslon presiden no 2 (Prabowo-Gibran) berdasarkan trend dari TikTok      |         |   |   |    |     |
| 9.  | Mengikuti berita update konten-konten politik tentang Prabowo-Gibran di TikTok   |         |   |   |    |     |
| 10. | Percaya berita/issue politik di TikTok merupakan berita valid                    |         |   |   |    |     |
| 11. | Tingkat kepercayaan terkait issue, konten, berita politik di TikTok mencapai 90% |         |   |   |    |     |

## 2. Kuisioner tentang perilaku pemilih Generasi Z

| No  | Pernyataan                                                                                                                                          | jawaban |   |   |    |     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
|     |                                                                                                                                                     | SS      | S | N | TS | STS |
| 1.  | Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan identitas agama paslon (paslon 2)                                                             |         |   |   |    |     |
| 2.  | Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan idenitas jenis kelamin dan jejak Pendidikan paslon (paslon 2)                                 |         |   |   |    |     |
| 3.  | Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan merasa dekat (kerabat) dengan paslon (paslon 2)                                               |         |   |   |    |     |
| 4.  | Pandangan pemilih memilih tentang kemampuan, kepribadian, dan penampilan paslon Prabowo-Gibran sebagai calon presiden Indonesia                     |         |   |   |    |     |
| 5.  | Pandangan pemilih memilih dengan menilai mengenai sikap kepribadian, dan integritas pribadi paslon Prabowo-Gibran tanpa melihat progam kerja paslon |         |   |   |    |     |
| 6.  | Pemilih memilih paslon presiden no 2 karena citra personal paslon tanpa memandang visi misi dan progam kerja paslon                                 |         |   |   |    |     |
| 7.  | Mengetahui visi misi dan progam kerja paslon presiden Prabowo-gibran                                                                                |         |   |   |    |     |
| 8.  | Pemilih memilih paslon presiden Prabowo-gibran karena tingkat keyakinan bahwa paslon tersebut dapat menjalankan tugas sebagai presiden dengan baik  |         |   |   |    |     |
| 9.  | Mengetahui rekam jejak politik paslon presiden Prabowo-gibran                                                                                       |         |   |   |    |     |
| 10. | Percaya bahwa paslon Prabowo-Gibran akan menepati janji janji kampanye atau progam kerja                                                            |         |   |   |    |     |
| 11. | Memilih paslon presiden Prabowo-gibran berdasarkan rekam jejak politik                                                                              |         |   |   |    |     |

|     |                                                                                                                                       |  |  |  |  |  |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 12. | Para pemilih memilih paslon Prabowo-Gibran berdasarkan penilaian positif atas kinerja sebelumnya baik di bidang politik maupun sosial |  |  |  |  |  |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|

## G. Validitas dan Reabilitas data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merujuk pada pemeriksaan bertahap atau pemeriksaan analisis data yang didasarkan pada data objektif yang telah dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2014). Hal ini membantu dalam menentukan validitas data kuisioner penelitian. Dalam mengukur kevalidan data diterapkan Teknik pearson correlation. Teknik tersebut adalah Teknik korelasi melalui score yang dihasilkan dari hasil pertanyaan yang telah peneliti lakukan, jika nilai korelasi kurang 0,005 atau 5%, pertanyaan ini dapat dianggap valid (Ghozali, 2006).

Metode matematika untuk menentukan validitas berdasarkan Teknik pearson correlation:

$$R = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x^2))(N \sum Y^2 - (\sum Y^2))}}$$

Keterangan:

Rxy: Koefisien korelasi antara X dan Y

N: Jumlah sampel

$\sum xy$ : Jumlah total data

$\sum x$ : Jumlah total data variable X

$\sum Y$ : Jumlah total data variable Y

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014), uji reliabilitas adalah proses untuk melihat sejauh mana alat ukur dalam penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan pada objek yang sama. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan benar-benar layak dan dapat dipercaya dalam mengumpulkan data.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach melalui program SPSS untuk menguji reliabilitas kuesioner tersebut.

Rumus Alpha Cronbach:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{s_i^2}{s_t^2}\right)$$

Keterangan:

$\alpha$  : Koefisien realibilitas alpha

k : banyaknya butir yang valid

$s_t^2$  : varian skor total

$s_i^2$  : varian skor butir

Jika setiap tanggapan responden terhadap suatu pertanyaan kurang dari atau sama dengan 0,6, Cronbach's Alpha dapat dianggap reliabel, jika lebih dari atau sama dengan 0,6 maka tidak dapat dianggap reliabel.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut (Sugiyono, 2014), variable independent adalah variable yang memiliki dampak pada proses yang

menghasilkan perubahan yang menghasilkan variabel dependen. Media social TikTok adalah variabel bebas dalam penelitian ini, sering dikenal dengan variabel independent (X).

## **2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)**

Menurut Sugiyono (2014), variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, atau dengan kata lain, variabel ini muncul sebagai akibat dari adanya variabel independen. Variabel dependen juga sering disebut sebagai variabel hasil, kriteria, atau dampak. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen (Y) adalah keputusan dan perilaku memilih generasi Z dalam Pemilu 2024.

## **3. Uji Normalitas**

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independent, variabel dependen, atau keduanya dalam sebuah model regresi memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Temuan yang berakibat dari uji statistik dapat dikaitkan dengan variabel yang tidak terdistribusi secara normal, Untuk pengujian normalitas digunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan SPSS.

Rumus uji Kolmogrov Smirnov sebagai berikut:

$$D = |f_s(x) - f_t(x)| \max$$

Keterangan:

D: Nilai Statistik KS.

$f_n(x)$ : fungsi distribusi kumulatif empiris (data sampel)

$f_t(x)$ : fungsi distribusi kumulatif teoritis (dalam hal ini distribusi normal).

*max*: Nilai maksimum dari selisih absolut antara dua fungsi distribusi kumulatif.

Jika tingkat signifikansi lebih tinggi dari 5% atau 0,05, hal ini menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal, sebaliknya jika hasil uji signifikan lebih kecil dari 5% atau 0,05, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

#### 4. Uji Analisis Regresi Linear

Analisis linear mengenai hubungan antara variabel (X) dan (Y) disebut dengan uji regresi linear. (Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa hubungan kausal dan fungsional antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen merupakan dasar dari regresi sederhana.

Rumus analisis regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

keterangan:

Y: Variabel dependen

X: Variabel Independen

a: Konstanta (intersep)

b: Konstanta regresi (slop)

## 5. Uji Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa kuat hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah hubungan ini bisa positif (jika kedua variabel bergerak searah) atau negatif (jika bergerak berlawanan arah). Sementara itu, tingkat kekuatan hubungan ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ). Koefisien korelasi ini menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Nilainya berada dalam rentang -1 hingga +1, di mana:

- Nilai mendekati +1 berarti hubungan sangat kuat dan searah,
- Nilai mendekati -1 berarti hubungan sangat kuat tapi berlawanan arah,
- Sedangkan nilai mendekati 0 berarti hubungan lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.

Situasi ini meliputi yang berikut:

- a) Tanda positif menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diteliti memiliki korelasi positif, berarti bahwa setiap perubahan dalam nilai  $X$  akan disertai dengan perubahan yang sesuai dalam  $Y$ . Jika  $r = +1$  atau sangat dekat dengan 1, ada pengaruh positif yang sangat kuat antara variabel-variabel yang diteliti.
- b) Tanda negatif menunjukkan hubungan terbalik antara variabel yang diteliti, menyatakan bahwa akan terjadi penurunan nilai  $Y$  untuk setiap kenaikan nilai  $X$  dan sebaliknya, jika  $r = -1$  atau sangat mendekati -1, hal

ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi yang rendah antara variabel-variabel yang diteliti.

- c) Korelasi yang rendah atau tidak ada hubungan sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dengan evaluasi diindikasikan jika  $r = 0$  atau sangat mendekati 0.

## 6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi guna menentukan sejauh mana hubungan dari beberapa variabel (Sugiyono, 2014). Koefisien determinasi menggambarkan bagaimana perubahan dalam satu variabel dapat dijelaskan dalam variabel lainnya. Koefisien determinasi secara sederhana menyatakan dalam bentuk presentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk memahami beberapa teori yang menyakinkan mengenai hubungan antara X. Kontribusi variabel X dan Y dapat dipahami dengan menerapkan rumus koefisien tertentu.

Berikut ini adalah rumus koefisien determinasi:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Nilai koefisien Determinasi

$r^2$ : Koefisien Korelasi yang dikuadratkan

## 7. Uji t ( Uji Hipotesis)

Uji T adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis, dengan tujuan mengetahui apakah ada perbedaan rata-rata antara dua kelompok (Ghozali, 2013). Jika ingin mengetahui apakah dua kelompok memiliki rata-rata yang sama atau berbeda, digunakan uji Independent

Sample t-Test. Dalam penelitian ini, uji tersebut digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan dalam keputusan dan perilaku memilih generasi Z, berdasarkan variabel yang diteliti.

Rumus untuk uji-t menggunakan uji-t sampel independent:

$$t = \frac{x_1 - x_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

Keterangan:

$x_1$  : Rata-rata kelompok pertama (misalnya, pemilih factor sosiologis)

$x_2$  : Rata-rata kelompok kedua (misalnya, pemilih factor psikologis)

$s_1^2$ : varian kelompok pertama

$s_2^2$ : varian kelompok kedua

$n_1$ : Ukuran sampel kelompok pertama

$n_2$ : Ukuran sampel kelompok kedua

Dalam uji t, Keputusan diambil berdasarkan nilai signifikan:

- 1)  $H_0 = b1, b2 = 0$ , yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang terlihat antara variabel independent dan dependen.

- 2)  $H_a = b_1, b_2 \neq 0$ , yang menunjukkan bahwa variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Prosedur pengambilan Keputusan pengujian didasarkan pada perhitungan nilai  $t$  hitung dan  $t$  table:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.  
Ini adalah contoh hipotesis yang signifikan, yang mencakup bukti parsial tentang hubungan yang cukup besar antara variabel independent ( $x$ ) dan variabel dependen ( $y$ ).
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak, yang menunjukkan bahwa Sebagian dari variabel independent  $X$ , memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen  $Y$ . Dalam hal ini,  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak.

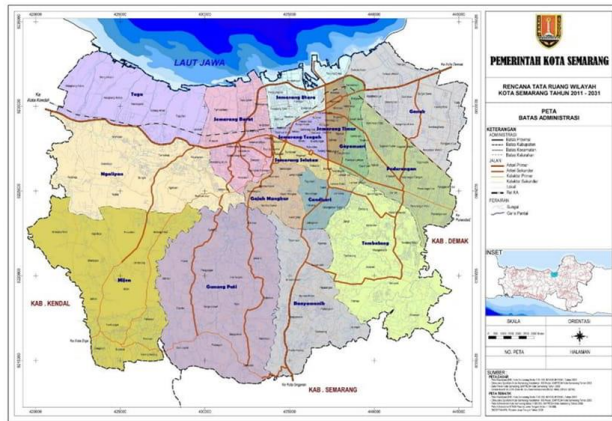
## BAB IV

### GAMBARAN OBYEK PENELITIAN

#### A. PROFIL KOTA SEMARANG

##### 1. Kondisi Geografis

*Gambar 4 1. Peta Kota Semarang*



*Sumber: Website Resmi Kota Semarang*

Didirikan pada tanggal 2 Mei 1547, Semarang berfungsi sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah. Kota ini terletak di sepanjang Rute Pantura, yang juga dikenal sebagai Rute Jawa Utara, yang menghubungkan Jakarta dan Surabaya, dua kota penting. Semarang berada di antara 6°50' dan 7°10' Lintang Selatan dan 109°35' dan 110°50' Bujur Timur. Suhu rata-rata di Semarang berkisar antara 20 dan 30°C, dengan rata-rata harian sekitar 27°C. Berkat posisinya yang strategis, Semarang berfungsi sebagai pusat administrasi provinsi Jawa Tengah dan pusat

perdagangan regional yang penting. Berkat lokasinya dan aksesibilitasnya yang baik, Semarang memainkan peran penting dalam perdagangan, layanan publik, dan logistik Pulau Jawa.

Dengan empat pintu masuk utama koridor pesisir utara, koridor selatan, koridor timur, dan koridor barat Kota Semarang menempati posisi strategis sebagai koridor pengembangan di Provinsi Jawa Tengah. Selain itu, Pelabuhan Tanjung Emas, Bandara Internasional Ahmad Yani, Terminal Terboyo, serta Stasiun Kereta Api Tawang dan Poncol merupakan beberapa dari banyak pusat transportasi penting yang mendukung Kota Semarang. Ketersediaan opsi transportasi yang luas ini memperkuat posisi Semarang sebagai pusat pengembangan dan pintu gerbang ekonomi bagi wilayah inti Jawa dan wilayah inti Pulau Jawa secara keseluruhan.

Kota Semarang memiliki batas-batas sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Laut Jawa,
- Sebelah Timur : Kabupaten Demak,
- Sebelah Barat : Kabupaten Kendal, dan
- Sebelah Selatan : Kabupaten Semarang.

Secara topografi, Kota Semarang terdiri dari tiga bentuk wilayah utama: wilayah pantai, dataran rendah, dan perbukitan. Wilayah pantai terletak di bagian utara kota yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa, dengan kemiringan tanah berkisar antara 0% hingga 2%. Di bagian tengah kota terdapat wilayah dataran rendah dengan

kemiringan antara 2% hingga 15%. Sementara itu, wilayah perbukitan berada di bagian selatan, dengan tingkat kemiringan antara 15% hingga 40%, bahkan di beberapa area mencapai lebih dari 40%. Kondisi kemiringan lahan di Kota Semarang dibagi menjadi empat kelas. Untuk kelas lereng I (0–2%), wilayahnya mencakup Kecamatan Genuk, Pedurungan, Gayamsari, Semarang Timur, Semarang Utara, dan Tugu, serta sebagian dari Kecamatan Tembalang, Banyumanik, dan Mijen.

Semarang memiliki topografi yang bervariasi. Lereng landai (II), dengan kemiringan 2–5%, terdapat di wilayah Semarang Barat, Semarang Selatan, Candisari, Gajahmungkur, Gunungpati, dan Ngaliyan. Lereng yang lebih curam (III), dengan kemiringan 15–40%, terdapat di sekitar kawasan Kaligarang dan Kali Kreo di Kecamatan Gunungpati, sebagian wilayah Kecamatan Mijen (khususnya Wonoplumbon), serta sebagian wilayah Kecamatan Banyumanik dan Candisari. Daerah dengan kemiringan tercuram (IV), melebihi 50%, terdapat di bagian tenggara Kecamatan Banyumanik dan sebagian Kecamatan Gunungpati, khususnya di sekitar Kaligarang dan Kali Kripik. Secara geografis, Semarang memiliki iklim tropis yang dipengaruhi oleh angin muson, sehingga memiliki musim kemarau dari April hingga September dan musim hujan dari Oktober hingga Maret. Wilayah ini menerima curah hujan tahunan rata-rata 2.790 mm. Suhu

biasanya berkisar antara 23°C hingga 34°C, dengan kelembapan tahunan rata-rata 77%.

Kota Semarang memiliki karakter geografis yang beragam, terdiri dari wilayah pantai, dataran rendah, hingga perbukitan. Karena perbedaan kondisi ini, kota ini dikenal dengan sebutan Kota Bawah dan Kota Atas. Kota Bawah terletak di bagian utara Semarang dan didominasi oleh tanah berjenis pasir dan lempung. Wilayah ini dimanfaatkan untuk berbagai keperluan seperti pemukiman, jalan, kawasan industri, tambak, empang, hingga persawahan. Di wilayah ini pula terpusat berbagai aktivitas penting seperti pemerintahan, perdagangan, pendidikan, kebudayaan, transportasi, perindustrian, dan perikanan. Sementara itu, Kota Atas mencakup wilayah perbukitan yang struktur geologinya didominasi oleh batuan beku. Ketinggian wilayah di Kota Semarang bervariasi, mulai dari sekitar 0,75 meter hingga 348 meter di atas permukaan laut (mdpl). Wilayah perbukitan memiliki ketinggian antara 90 hingga 348 mdpl, yang mencakup daerah seperti Jatingaleh, Gombel, Semarang Selatan, Tugu, Mijen, dan Gunungpati. Sedangkan di wilayah dataran rendah, ketinggiannya dimulai dari sekitar 0,75 mdpl.

Jika dilihat dari pembagian wilayah, Kota Semarang termasuk dalam kawasan Kedungsepur, yaitu wilayah pengembangan yang mencakup Kabupaten Kendal, Demak, Semarang, Grobogan, Kota Semarang,

dan Kota Salatiga. Secara keseluruhan, kawasan ini terdiri atas 85 kecamatan, sementara Kota Semarang sendiri memiliki 16 kecamatan. Dalam konteks pembangunan di Jawa Tengah, Kota Semarang memiliki peran yang sangat strategis. Letaknya yang didukung oleh pelabuhan laut, jalur kereta api, jalan raya, serta bandara udara menjadikan kota ini sebagai simpul penting transportasi regional, sekaligus kota transit utama di wilayah tengah Pulau Jawa. Tidak hanya itu, Kota Semarang juga memiliki koneksi kuat dengan wilayah luar Pulau Jawa, sehingga memperkuat posisinya sebagai salah satu pusat pertumbuhan nasional di bagian tengah Indonesia.

Visi kota Semarang adalah “Semarang Kota Metropolitan yang Religius, Tertib, dan Berbudaya”. Misi Kota Semarang adalah sebagai berikut:

1. Mewujudkan kehidupan masyarakat yang berbudaya dan berkualitas.
2. Mewujudkan pemerintahan yang semakin handal untuk meningkatkan pelayanan publik.
3. Mewujudkan kota metropolitan yang dinamis dan berwawasan.
4. Memperkuat ekonomi kerakyatan berbasis keunggulan lokal.

**Tabel 4. 1 Luas Wilayah Kecamatan di Kota Semarang**

| kecamatan        | Luas Wilayah |
|------------------|--------------|
| Mijen            | 56,52        |
| Gunung Pati      | 58,27        |
| Banyumanik       | 29,74        |
| Gajah Mungkur    | 9,34         |
| Semarang Selatan | 5,95         |
| Candisari        | 6,40         |
| Tembalang        | 39,47        |
| Pedurungan       | 21,11        |
| Genuk            | 25,98        |
| Gayamsari        | 6,22         |
| Semarang Timur   | 5,42         |
| Semarang Utara   | 11,39        |
| Semarang Tengah  | 5,17         |
| Semarang Barat   | 21,68        |
| Tugu             | 28,13        |
| Ngaliyan         | 42,99        |
| Kota Semarang    | 373,78       |

## **2. Kondisi Demografis**

Semarang: Kota dengan Kontras dalam Ukuran dan Fungsi Secara administratif, Semarang dibagi menjadi 16 kecamatan dan 177 kelurahan, mencakup area seluas sekitar 373,78 kilometer persegi. Ukuran kecamatan-kecamatan ini bervariasi secara signifikan. Dua kecamatan terbesar adalah Mijen, seluas 57,55 km<sup>2</sup>, dan Gunungpati, seluas 54,11 km<sup>2</sup>. Keduanya terletak di bagian selatan kota

dan masih mempertahankan potensi pertanian dan perkebunan yang signifikan. Sebaliknya, distrik terkecil adalah Semarang Selatan, seluas 5,93 km<sup>2</sup>, dan Semarang Tengah, seluas 6,14 km<sup>2</sup>. Kedua distrik ini membentuk pusat kota Semarang yang ramai dan pusat ekonomi kota. Akibatnya, keduanya didominasi oleh landmark sejarah terkenal seperti Simpang Lima, Tugu Muda, Pasar Bulu, Pasar Peterongan, dan Pasar Johar, yang secara kolektif membentuk kawasan “Kota Lama” Semarang yang terkenal.

Pada tahun 2024, jumlah penduduk Kota Semarang tercatat sebanyak 1.656.564 jiwa. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, dan juga lebih tinggi dibandingkan data pada akhir tahun 2021. Meski demikian, dalam lima tahun terakhir, laju pertumbuhan penduduk tahunan rata-rata (CAGR) di kota ini justru mengalami penurunan sebesar 1,3%. Penurunan ini cukup signifikan jika dibandingkan dengan periode lima tahun sebelumnya yang mencatat pertumbuhan sebesar 1,32% per tahun. Kota Semarang dikenal sebagai kota yang multikultural. Penduduknya berasal dari berbagai latar belakang etnis, seperti Jawa, Tionghoa, Arab, serta keturunan lainnya. Selain itu, banyak pula pendatang dari berbagai daerah di Indonesia yang datang ke Semarang untuk bekerja, menempuh pendidikan, atau bahkan menetap secara permanen. Meskipun dihuni oleh masyarakat yang beragam,

mayoritas warga Kota Semarang memeluk agama Islam. Keberagaman ini juga terlihat dalam sektor pekerjaan. Masyarakatnya bekerja di berbagai bidang, mulai dari pegawai negeri, buruh pabrik, hingga wirausaha. Data lebih rinci mengenai jumlah penduduk berdasarkan kelompok usia dan jenis kelamin tersedia dalam laporan resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang tahun 2024.

**Tabel 4. 2 Jumlah Kependudukan Di Kota Semarang Berdasarkan Wilayah Kecamatan**

| Kelompok<br>Umur Age<br>Groups | Jumlah Penduduk Menurut Jenis<br>Kelamin (Jiwa) |            |
|--------------------------------|-------------------------------------------------|------------|
|                                | Jumlah<br>Jiwa                                  | Presentase |
| (1)                            | (2)                                             | (3)        |
| 0-4                            | 9.172                                           | 5,40%      |
| 5-9                            | 12.624                                          | 7,43%      |
| 10-14                          | 13.474                                          | 7,93%      |
| 15-19                          | 13.256                                          | 7,80%      |
| 20-24                          | 13.075                                          | 7,69%      |
| 25-29                          | 12.581                                          | 7,40%      |
| 30-34                          | 12.743                                          | 7,50%      |
| 35-39                          | 12.368                                          | 7,28%      |
| 40-44                          | 14.099                                          | 8,30%      |
| 45-49                          | 12.915                                          | 7,60%      |
| 50-54                          | 11.442                                          | 6,73%      |
| 55-59                          | 10.319                                          | 6,07%      |

|        |         |       |
|--------|---------|-------|
| 60-64  | 8.342   | 4,91% |
| 65-69  | 631     | 3,71% |
| 70-74  | 3.792   | 2,23% |
| 75+    | 3.447   | 2,03% |
| Jumlah | 164.280 | 100%  |

Sumber: BPS Kota Semarang

Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur mencerminkan komposisi demografis suatu wilayah dan dapat memberikan gambaran mengenai struktur usia serta potensi perkembangan sosial dan ekonomi di masyarakat. Berdasarkan data yang tersedia, jumlah total penduduk adalah 164.280 jiwa, dengan distribusi yang cukup merata di berbagai kelompok usia.

Kelompok usia 0-4 tahun tercatat sebanyak 9.172 jiwa atau sekitar 5,40% dari total populasi. Kelompok usia anak-anak dan remaja, yaitu 5-9 tahun (7,43%), 10-14 tahun (7,93%), dan 15-19 tahun (7,80%), memiliki jumlah penduduk yang cukup signifikan, menandakan bahwa wilayah ini memiliki potensi sumber daya manusia muda yang cukup besar di masa depan. Penduduk usia produktif, yang umumnya berada dalam rentang 20-64 tahun, mendominasi populasi dengan persentase yang cukup besar. Kelompok usia 20-24 tahun mencakup 7,69%, 25-29 tahun sebanyak 7,40%, 30-34 tahun sebesar 7,50%, dan 35-39 tahun mencapai 7,28%. Jumlah penduduk tertinggi dalam kelompok ini berada pada rentang 40-44 tahun, yaitu 14.099 jiwa (8,30%), menunjukkan bahwa sebagian

besar masyarakat masih berada dalam usia produktif dan berpotensi berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. Namun, mulai usia 50 tahun ke atas, terjadi penurunan jumlah penduduk secara bertahap. Kelompok usia 50-54 tahun berjumlah 11.442 jiwa (6,73%), sedangkan 55-59 tahun sebanyak 10.319 jiwa (6,07%). Semakin mendekati usia lanjut, jumlahnya semakin berkurang, misalnya 60-64 tahun (4,91%), 65-69 tahun (3,71%), 70-74 tahun (2,23%), dan kelompok 75 tahun ke atas hanya mencapai 3.447 jiwa atau sekitar 2,03% dari total populasi.

Dari data ini dapat disimpulkan bahwa wilayah ini memiliki populasi yang didominasi oleh penduduk usia produktif, yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Namun, dengan adanya kelompok usia lanjut yang juga cukup signifikan, pemerintah dan masyarakat perlu memperhatikan kebijakan yang mendukung kesejahteraan lansia, termasuk layanan kesehatan dan jaminan sosial. Selain itu, dengan besarnya jumlah penduduk usia muda dan remaja, diperlukan strategi untuk mempersiapkan mereka dalam bidang pendidikan dan lapangan pekerjaan guna mendukung pembangunan berkelanjutan.

**Tabel 4. 3 Kepadatan Penduduk Kota Semarang 2024**

| Kecamatan   | Presentase Penduduk | Kepadatan Penduduk Per Km <sup>2</sup> |
|-------------|---------------------|----------------------------------------|
| Mijen       | 5,31                | 1.591,35                               |
| Gunung Pati | 5,94                | 1.729,00                               |

|                  |       |           |
|------------------|-------|-----------|
| Banyumanik       | 8,45  | 4.822,53  |
| Gajah Mungkur    | 3,32  | 6.030,73  |
| Semarang Selatan | 3,67  | 10.456,73 |
| Candisari        | 4,46  | 11.820,08 |
| Tembalang        | 11,73 | 5.038,38  |
| Pedurungan       | 11,6  | 9.309,77  |
| Genuk            | 7,82  | 5.099,22  |
| Gayamsari        | 4,15  | 11.319,94 |
| Semarang Timur   | 3,92  | 12.261,64 |
| Semarang Utara   | 6,96  | 10.347,60 |
| Semarang Tengah  | 3,26  | 10.672,11 |
| Semarang Barat   | 8,81  | 6.888,81  |
| Tugu             | 1,99  | 1.201,59  |
| Ngaliyan         | 8,5   | 3.384,58  |
| Kota Semarang    | 100   | 4.534,07  |

Sumber: BPS Kota Semarang 2025

### **3. Kondisi Sosial Politik Dan Ekonomi**

#### **a. Kondisi Sosial**

Masjid Kauman: Pusat Signifikansi Sosial-Budaya di Semarang, Menurut Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Semarang tahun 2011–2031, Masjid Agung Semarang atau Masjid Kauman merupakan kawasan strategis utama untuk pengembangan sosial-budaya. Terletak di kawasan Kauman, di dalam distrik

perdagangan dan jasa Petawangan yang ramai, masjid ini memiliki makna historis dan budaya yang sangat besar. Dibangun pada tahun 1575 M, Masjid Kauman erat terkait dengan sejarah awal Semarang. Desa Kauman di sekitarnya, yang dihuni oleh pelajar Muslim lokal dan penduduk keturunan Arab, sangat mempengaruhi aktivitas sosial masjid dengan budaya Islam yang kuat. Yang patut diperhatikan adalah kawasan Chinatown yang terletak di dekatnya, pusat budaya Tionghoa yang dinamis. Perpaduan harmonis antara budaya Islam dan Tionghoa ini memperkaya kawasan dengan nilai-nilai sosial dan budaya yang unik, secara signifikan berkontribusi pada keragaman budaya Semarang secara keseluruhan (BAPPEDA, 2024).

Salah satu kawasan strategis sosial budaya yang tercantum dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Semarang tahun 2011–2031 adalah Kawasan Masjid Agung Jawa Tengah. Lokasinya berada di Kecamatan Gayamsari, sekitar 4,5 kilometer dari pusat kota. Kawasan ini memiliki makna sosial dan budaya yang sangat penting, bukan hanya bagi warga Semarang, tetapi juga bagi masyarakat di seluruh Provinsi Jawa Tengah. Masjid Agung ini termasuk bangunan yang relatif baru. Pembangunannya dimulai pada tahun 2002 dan secara resmi dibuka pada tahun 2006. Salah satu daya tarik utama kawasan ini adalah

desain arsitekturnya yang unik dan megah, yang merupakan perpaduan dari tiga gaya arsitektur, menjadikannya destinasi wisata religi yang populer. Sebagai pusat kegiatan keagamaan di tingkat provinsi, Masjid Agung Jawa Tengah tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga mendorong tumbuhnya berbagai aktivitas sosial dan budaya di Kota Semarang. Keberadaannya memperkuat peran kota ini sebagai pusat peradaban dan kehidupan masyarakat yang beragam. (BAPPEDA, 2024)

Pendidikan sebagai Pusat Strategis Sosial-Budaya di Semarang. Rencana Tata Ruang Semarang 2011–2031 menetapkan kawasan Tembalang dan Gunungpati sebagai kawasan strategis untuk pengembangan sosial-budaya, khususnya di bidang pendidikan. Hal ini terutama disebabkan oleh keberadaan dua universitas besar: Universitas Diponegoro (UNDIP) di Tembalang dan Universitas Negeri Semarang (UNNES) di Gunungpati. Kedua institusi ini mengubah kawasan tersebut menjadi pusat layanan pendidikan tinggi tingkat nasional, menarik mahasiswa dari seluruh Indonesia. Untuk memfasilitasi layanan yang optimal, pengembangan infrastruktur pendukung yang kokoh sangatlah penting. Selain itu, konsentrasi institusi pendidikan skala nasional ini mendorong pertumbuhan nilai-nilai sosial dan budaya. Keragaman budaya yang melekat di kawasan ini, yang

dipengaruhi oleh aktivitas akademik di UNDIP dan UNNES, melahirkan gaya hidup baru dan terus berkembang (BAPPEDA, 2024).

Perkembangan kawasan kota yang menyesuaikan kebutuhan generasi muda, khususnya mahasiswa, turut mendorong tumbuhnya berbagai fasilitas hiburan seperti kafe dan ruang kerja bersama. Salah satu kawasan strategis sosial budaya yang penting di Kota Semarang adalah Kawasan Gedong Batu, yang terletak di Kecamatan Semarang Barat. Kawasan ini lebih dikenal masyarakat luas sebagai Sam Poo Kong, sebuah tempat bersejarah sekaligus ikon wisata Kota Semarang. Meskipun memiliki fungsi utama sebagai tempat ibadah bagi umat Tionghoa, Sam Poo Kong juga menarik perhatian wisatawan karena arsitekturnya yang indah serta nilai sejarah yang terkandung di dalamnya. Keistimewaan Sam Poo Kong terletak pada akulturasi budaya antara Tionghoa dan Islam. Tempat ini didirikan oleh seorang pelaut asal Tiongkok yang memeluk agama Islam, dan hingga kini, Sam Poo Kong masih dikunjungi oleh berbagai kalangan, termasuk umat Islam Kejawaen yang menjaga tradisi leluhur. Kawasan ini merepresentasikan perpaduan harmonis dua budaya besar yang hidup berdampingan di Kota Semarang, yaitu budaya Tionghoa dan budaya Islam. Keberadaan Sam Poo Kong tidak hanya memperkuat identitas multikultural

kota ini, tetapi juga berkontribusi besar dalam membentuk dinamika sosial dan budaya masyarakat Semarang. (BAPPEDA, 2024)

Kota Lama Semarang merupakan salah satu kawasan strategis sosial budaya yang penting di kota ini. Ciri khas bangunan-bangunan bergaya arsitektur kolonial Belanda memberikan gambaran nyata tentang sejarah panjang dan perkembangan budaya yang pernah tumbuh di wilayah tersebut. Dahulu, kawasan Kota Lama berfungsi sebagai pusat pemerintahan kolonial Belanda. Kini, peranannya telah berubah menjadi destinasi wisata sejarah yang membawa pengunjung kembali ke masa kejayaan kolonial di Semarang. Namun, kawasan ini bukan hanya tempat untuk mengenang Sejarah berbagai acara dan kegiatan publik, baik yang digagas oleh pemerintah maupun pihak swasta, juga rutin digelar di sini. Bangunan di kawasan ini dimiliki oleh berbagai pihak, ada yang dikelola oleh pemerintah dan ada pula yang dimiliki perorangan. Dalam beberapa tahun terakhir, upaya revitalisasi kawasan Kota Lama dilakukan dengan menonjolkan keunikan arsitektur lamanya. Hal ini tidak hanya menjadi strategi untuk menjaga warisan sejarah, tetapi juga menjadi bagian dari pengembangan ekonomi kreatif di kota ini. Melalui pelestarian arsitektur khas tersebut, kawasan Kota Lama berhasil menjaga nilai-nilai sosial budaya yang hidup di tengah

masyarakat. Lebih dari sekadar tempat wisata, Kota Lama juga berperan sebagai ruang yang merepresentasikan identitas sejarah dan kebudayaan Kota Semarang secara menyeluruh. (BAPPEDA, 2024)

b. Kondisi Politik

Hevearita Gunaryanti Rahayu, yang lebih dikenal sebagai Ita, memegang jabatan Wali Kota Semarang untuk periode 2021–2024. Ia menggantikan Hendrar Prihadi, yang ditunjuk sebagai Kepala Badan Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) untuk periode 2022–2027. Ita secara resmi dilantik oleh Gubernur Jawa Tengah saat itu, Ganjar Pranowo, pada Senin, 30 Januari 2023, di Gedung Gradhika Bhakti Praja di Semarang. Pelantikannya menjadi momen bersejarah, karena ia menjadi wanita pertama yang memimpin kota sebagai wali kota. Selain tugasnya sebagai wali kota, Ita juga aktif dalam politik sebagai Wakil Ketua Partai PDI Perjuangan Cabang Kota Semarang. Dedikasinya terhadap tata kelola dan pembangunan telah diakui secara luas, membuatnya menerima berbagai penghargaan. Di antaranya adalah Penghargaan Satyalancana Pembangunan atas kontribusinya di sektor koperasi dan UMKM, serta Penghargaan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) tingkat Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2019.

Semarang Menjalin Hubungan Kota Kembar dengan Fuzhou, China Pada Rabu, 10 Mei 2023, Wali

Kota Semarang Hevearita Gunaryanti Rahayu, yang akrab disapa Ita, menandatangani Nota Kesepahaman (MoU) dengan Pemerintah Kota Fuzhou, China. Upacara penandatanganan berlangsung di Gedung Gradhika Bhakti Praja di Semarang, bertepatan dengan peringatan ke-20 hubungan kota kembar antara Provinsi Jawa Tengah dan Provinsi Fujian. Kerja sama baru ini akan mendorong kolaborasi di berbagai sektor, termasuk ekonomi, pendidikan, dan budaya, dengan program-program konkret yang akan diikuti. Tujuan utama kerja sama ini adalah pertukaran pengetahuan dan pengalaman, terutama di industri pariwisata dan budaya. Wali Kota Ita menekankan sifat saling melengkapi dari aliansi ini, dengan mengatakan, “Jika Fuzhou memiliki sesuatu yang tidak kami miliki, kami dapat belajar dari mereka. Sebaliknya, jika mereka membutuhkan sesuatu yang kami miliki, kami dapat mendukung mereka.” Kerjasama ini diharapkan dapat memperkuat ikatan antarwilayah sambil memperkaya keahlian dan potensi kedua kota.

**Tabel 4. 4 Banyaknya TPS dan Pemilih di Kota Semarang**

| <b>Banyaknya TPS</b>     |             |             |             |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>2009</b>              | <b>2014</b> | <b>2019</b> | <b>2014</b> |
| 4.072                    | 3.258       | 4.538       | 4.637       |
| <b>Banyaknya Pemilih</b> |             |             |             |
| <b>2009</b>              | <b>2014</b> | <b>2019</b> | <b>2024</b> |
| 1.087.463                | 1.101.290   | 1.176.074   | 1.239.669   |

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah

Kondisi politik di Kota Semarang dapat tercermin dari tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum (Pemilu) 2024, yang tercatat mencapai 1.239.669 jiwa. Angka ini menunjukkan adanya peningkatan partisipasi pemilih dibandingkan Pemilu sebelumnya. Sebagai perbandingan, pada Pemilu 2019, jumlah partisipan sebanyak 1.176.074 jiwa. Selain itu, jumlah Tempat Pemungutan Suara (TPS) di Kota Semarang dari tahun 2009 hingga 2024 mengalami fluktuasi, yakni sempat mengalami penurunan dan kemudian kembali meningkat. Misalnya, pada Pemilu 2009, jumlah TPS yang tersedia di Kota Semarang tercatat berbeda dengan tahun-tahun berikutnya, seiring dengan penyesuaian kebijakan dan kebutuhan teknis pelaksanaan pemilu. Perubahan jumlah TPS dan peningkatan partisipasi ini

menunjukkan adanya dinamika politik lokal yang terus berkembang, serta mencerminkan antusiasme masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya untuk menentukan arah kepemimpinan di tingkat nasional maupun daerah.

#### 4. Aspek Ekonomi

Kota Semarang terus dikembangkan sebagai pusat perdagangan dan jasa, dan hal ini sangat berkaitan erat dengan pembangunan kawasan-kawasan strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kota. Salah satu kawasan ekonomi strategis yang menjadi andalan Kota Semarang adalah kawasan CBD Pemuda, Pandanaran, Gajah Mada, yang sering disebut dengan singkatan Pandama. Kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat aktivitas ekonomi dan bisnis, tetapi juga menjadi lokasi pusat pemerintahan. Seiring waktu, wilayah ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan kini lebih dikenal masyarakat dengan nama Petawangi. Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Semarang tahun 2011–2031, terdapat dua kawasan yang ditetapkan secara resmi sebagai zona strategis pengembangan ekonomi. Keberadaan kawasan-kawasan ini menunjukkan komitmen pemerintah kota dalam memperkuat daya saing ekonomi dan menarik lebih banyak investasi di masa depan.

Petawangi: Pusat Kekuatan Ekonomi Semarang  
Kawasan Peterongan, Tawang, Siliwangi, atau Petawangi,

menonjol sebagai zona strategis utama di Semarang, dengan potensi ekonomi yang signifikan, terutama di bidang perdagangan dan jasa. Aktivitas ekonomi yang dinamis ini didorong oleh banyaknya hotel, pusat perdagangan, dan Stasiun Tawang yang strategis, sebagai gerbang utama menuju Semarang. Peningkatan jumlah hotel di kawasan ini secara langsung terkait dengan pertumbuhan aktivitas MICE (Pertemuan, Insentif, Konferensi, dan Pameran) di Semarang. Acara-acara MICE ini menjadi pendorong utama meningkatnya permintaan akan akomodasi dan layanan bisnis di sekitar Petawangi. Dampak terhadap ekonomi Semarang sangat signifikan; sektor hotel saja menyumbang 70% dari total pendapatan kota, dengan kawasan strategis Petawangi menjadi kontributor utama kesuksesan ini (BAPPEDA, 2024).

Pelabuhan Tanjung Emas merupakan kawasan strategis yang krusial bagi pertumbuhan ekonomi Semarang, dengan status nasional sebagai titik sandar kapal internasional. Pelabuhan ini berperan penting dalam mengalirkan barang dan jasa melalui rute laut. Namun, pelabuhan ini menghadapi tantangan alam, terutama penurunan tanah, yang dapat mengganggu operasionalnya. Menangani masalah ini dengan solusi berkelanjutan menjadi prioritas untuk memastikan kinerja optimal pelabuhan secara berkelanjutan. Aktivitas ekonomi di sekitar Pelabuhan Tanjung Emas memiliki dampak yang

luas dan berkelanjutan, terutama didorong oleh industri pengolahan yang banyak terdapat di Jawa Tengah. Industri-industri ini meningkatkan permintaan akan layanan pelabuhan, memperkuat peran Tanjung Emas sebagai pusat logistik regional. Lokasi strategisnya, yang terletak di antara pelabuhan-pelabuhan besar seperti Tanjung Priok di Jakarta dan Tanjung Perak di Surabaya, semakin menonjolkan pentingnya Tanjung Emas dalam melayani angkutan laut dan perdagangan di seluruh Indonesia Tengah (BAPPEDA, 2024).

Meskipun dengan keberagaman penduduknya yang tinggi, masyarakat kota Semarang mampu menciptakan suasana yang harmonis dan toleran. Toleransi antar umat beragama menjadi salah satu pilar penting dalam menjaga kerukunan sosial di kota ini. Selain itu, kota Semarang juga telah tumbuh menjadi pusat ekonomi yang dinamis di Jawa Tengah, ditandai dengan keberadaan berbagai fasilitas publik yang lengkap seperti pusat pendidikan, kesehatan, dan kawasan bisnis. Sebagai ibukota provinsi, Semarang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Jawa Tengah.

Sebagai kota yang terus berkembang, Semarang tidak hanya dikenal sebagai pusat perdagangan, tetapi juga semakin memantapkan posisinya sebagai destinasi wisata. Peningkatan konektivitas melalui Bandara Internasional Ahmad Yani dan berbagai moda transportasi darat lainnya

telah mendorong pertumbuhan sektor pariwisata. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya hotel-hotel baru yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan akomodasi wisatawan.

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN**

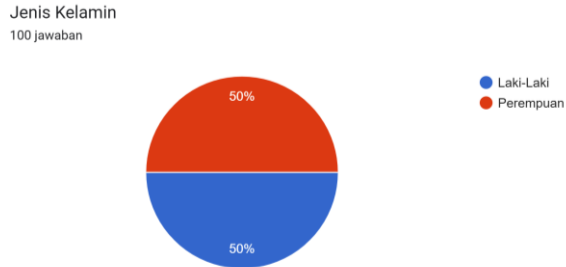
Pada bab lima, peneliti memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Data yang dikumpulkan mencakup identitas responden serta jawaban kuesioner yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, dimulai dari uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Kemudian, dilakukan uji normalitas data dengan metode Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Setelah itu, digunakan analisis regresi linear sederhana, yang mencakup uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji T untuk menguji pengaruh secara parsial, serta uji F untuk melihat pengaruh secara simultan. Seluruh pengujian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu apakah penggunaan media sosial TikTok berpengaruh terhadap perilaku pemilih muda dalam Pemilu Presiden 2024 di Kota Semarang.

#### **A. Identitas Responden**

Dalam penelitian ini, peneliti berhasil mendapatkan 100 responden sebagai sampel penelitian yang diambil dari jumlah populasi yakni pemilih muda pada pilpres 2024 di Kota Semarang dan dihitung menggunakan Teknik slovin. Adapun identitas responden yakni usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan penggunaan TiKTok dalam sehari. Berikut penjelasan lebih lanjut:

## 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

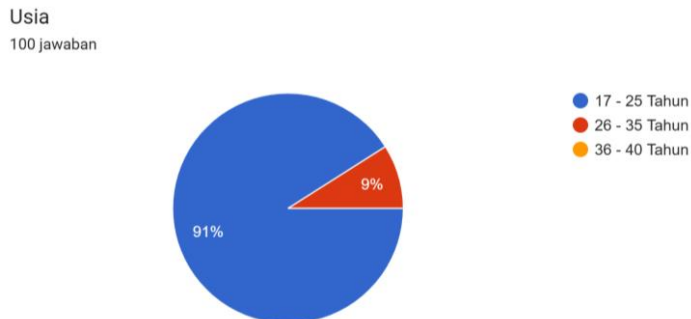
*Gambar 5 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*



Berdasarkan hasil diagram lingkaran diatas, menggambarkan bahwa data responden 50 orang (50%) berjenis kelamin perempuan dan 50 orang (50%) berjenis kelamin laki-laki.

## 2. Data Responden Berdaarkan Usia

*Gambar 5 2. Identitas Reponden Berdasarkan Usia*

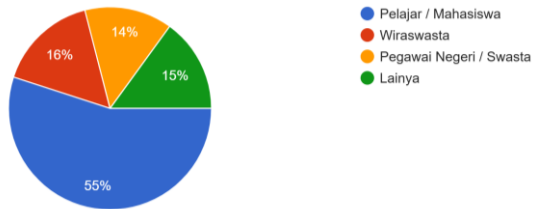


Berdasarkan diagram lingkaran diatas menggambarkan bahwa responden terbanyak adalah responden dengan usia 17-25 tahun sejumlah 91 orang atau 91%. Sementara responden lainnya adalah responden dengan usia 26-35 tahun sejumlah 9 orang atau 9%.

### 3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

*Gambar 5 3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan*

Pekerjaan  
100 jawaban

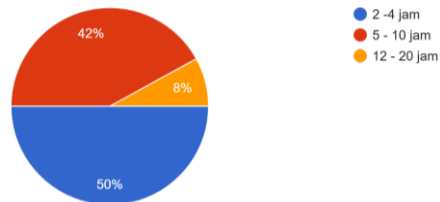


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, dapat dijelaskan bahwa data responden yang masih berstatus pelajar / mahasiswa paling terbanyak yakni 55% atau 55 orang. Sementara responden lainnya yakni pekerjaan wiraswasta 16% atau 16 orang, dan yang memiliki pekerjaan lainnya sebesar 15% atau 15 orang. Pada urutan terbawah yakni responden dengan pekerjaan pegawai negeri / swasta sebesar 14% atau 14 orang.

#### 4. Data Responden Menggunakan Aplikasi TikTok dalam sehari

*Gambar 5 4. Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Tiktok dalam Sehari*

Menggunakan TikTok sehari  
100 jawaban



Berdasarkan diagram lingkaran diatas menunjukan data responden dalam menggunakan tiktok dalam sehari terbanyak yaitu penggunaan 2-4 jam dalam sehari sebesar 50% atau 50 orang. Selanjutnya disusul 5-10 jam yaitu 42% atau 42 orang. Sementara 12-20 jam sebesar 8% atau 8 orang.

#### B. Hasil Kuisisioner (X/Penggunaan Media Sosial TikTok)

Pada bagian ini, peneliti menyajikan hasil kuesioner dari variabel independen, yaitu penggunaan media sosial TikTok, dalam bentuk diagram lingkaran. Penyajian ini bertujuan agar pembaca dapat lebih mudah memahami dan mencerna hasil penelitian secara menyeluruh. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan skala Likert melalui Google Form, yang terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skala ini digunakan untuk mengetahui tingkat

persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan TikTok.

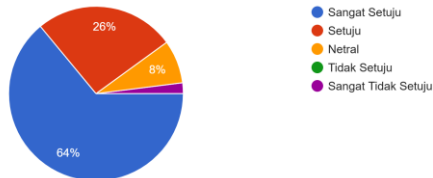
Adapun variabel independen atau variabel X yakni penggunaan media sosial tiktok dari beberapa indicator diantaranya penggunaan media sosial tiktok, aktivitas media sosial tiktok, dan kejelasan informasi dari media sosial tiktok. Variabel tersebut memiliki 10 pernyataan yang dijabarkan jawabannya sebagai berikut:

### 1. Indikator Penggunaan TikTok

- a. Pernyataan nomor 1 menyatakan bahwa “Memiliki aplikasi tiktok dan pengguna aplikasi tiktok”

*Gambar 5.5. Hasil Kuis pernyataan nomor 1  
Variabel X*

Memiliki aplikasi TikTok dan Pengguna aplikasi TikTok  
100 jawaban



Berdasarkan diagram batang diatas, dapat dilihat bahwa responden banyak yang memilih sangat setuju yakni sebesar 64% atau 64 orang, sedangkan 26% atau 26 orang memilih setuju. Hanya Sebagian kecil, yaitu 8% atau 8 orang memilih sikap netral dan 2% atau 2 orang memilih sangat tidak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden Sebagian besar

dengan pernyataan “Memiliki aplikasi tiktok dan pengguna aplikasi tiktok” memilih sangat setuju dan dapat dikatakan rata rata responden mempunyai aplikasi tiktok dan pengguna aplikasi tiktok.

- b. Pernyataan nomor 2 menyatakan bahwa “Menggunakan TikTok setiap hari”

*Gambar 5 6. Hasil Kuisioner Pernyataan Nomor 2 variabel X*



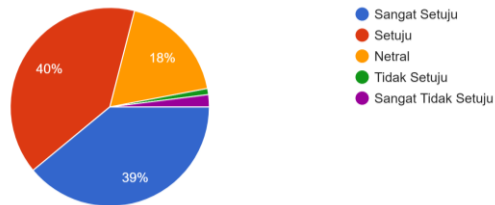
Berdasarkan diagram lingkaran diatas, menunjukan hasil responden yang menggunakan tiktok setiap hari 51% atau 51 orang memilih sangat setuju, sedangkan 37% atau 37 orang memilih setuju. Dan sedikit yang memilih netral yakni 10% atau 10 orang, 2% atau 2 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menggunakan aplikasi tiktok setiap hari.

## 2. Indikator Aktivitas Media Sosial TikTok

- a. Pernyataan nomor 3 menyatakan bahwa “Beranda TikTok terdapat berita politik dan issue politik”

*Gambar 5 7. Hasil Kuisioner pernyataan nomor 3*  
*Variabel x*

Beranda TikTok terdapat berita politik dan issue politik  
100 jawaban

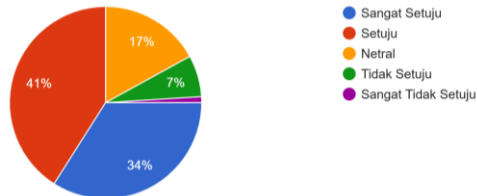


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden memilih beranda tiktok terdapat berita politik dan issue politik sangat setuju yakni 39% atau 39 orang, sedangkan 40% atau 40 orang memilih setuju, dan 18% atau 18 orang memilih Netral. Dan sedikit yang memilih tidak setuju yakni 1% atau 1 orang, dan 2% atau 2 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa beranda tiktok terdapat berita politik dan issue politik.

- b. Pernyataan nomor 4 menyatakan bahwa “Selalu mengikuti trend tiktok”

*Gambar 5 8. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 4 variabel x*

Selalu mengikuti trend TikTok Politik  
100 jawaban

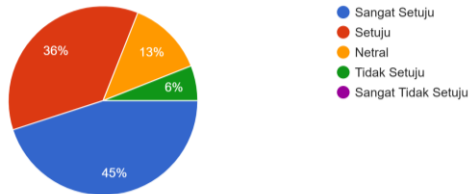


Berdasarkan diagram lingkaran diatas, menunjukan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebesar 34% atau 34 orang, dan 41% atau 41 orang memilih setuju, sedangkan netral yakni 17% atau 17 orang. Dan sedikit yang memilih tidak setuju sebesar 7% atau 7 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan nomor 4 yaitu selalu mengikuti tred tiktok responden condong menjawab setuju dan sangat setuju.

- c. Pernyataan nomor 5 menyatakan bahwa “Mengetahui paslon Prabowo-gibran dari tiktok”

*Gambar 5 9. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 5 variabel X*

Mengetahui paslon prabowo-gibran dari media sosial TikTok  
100 jawaban

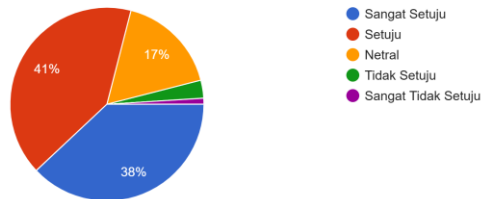


Berdasarkan hasil diatas, menunjukan bahwa mengetahui paslon Prabowo Gibran dari tiktok, responden condong memilih sangat setuju yakni 45% atau 45 orang, sedangkan 36% atau 36 orang memilih setuju. Dan Sebagian kecil memilih netral yakni 13% atau 13 orang dan 6% atau 6 orang memilih tidak setuju.

- d. Pernyataan nomor 6 menyatakan bahwa “Mengikuti berita politik trend/ viral di medsos tiktok terkait Prabowo Gibran”

*Gambar 5 10. Hasil Kusioner pernyataan nomor 6 variabel X*

Mengikuti berita politik trend / viral di TikTok terkait prabowo-gibran  
100 jawaban

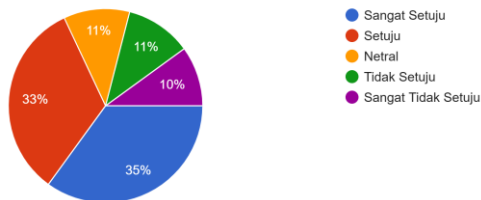


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden memilih setuju yakni 41% atau 41 orang mengikuti berita politik trend/ viral di tiktok terkait Prabowo Gibran, 38% atau 38 orang memilih sangat setuju. Sedangkan responden yang memilih netral sebesar 17% atau 17 orang, dan sedikit responden memilih tidak setuju sebesar 3% atau 3 orang.

- e. Pernyataan nomor 7 menyatakan bahwa “Memilih paslon Prabowo Gibran karena pengaruh trend / viral di medsos”

*Gambar 5 11. Hasil Kuisioner pernyataan nomor 7 variabel X*

Memilih paslon prabowo-gibran karena pengaruh trend / viral di medsos TikTok  
100 jawaban

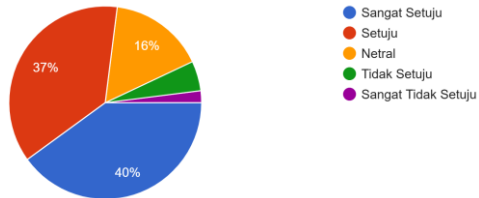


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden dalam pernyataan ini sangat bervariasi namun banyak responden yang memilih sangat setuju sebanyak 35% atau 35 orang, di urutan kedua 33% atau 33 orang memilih setuju, dan di urutan ketiga dan keempat memperoleh hasil yang sama yaitu 11% atau 11 orang yang menjawab netral dan tidak setuju, sedangkan di posisi terakhir 10% atau 10 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa walaupun menunjukkan banyak variasi namun tetap responden banyak yang memilih sangat setuju dengan pernyataan memilih paslon Prabowo Gibran karena pengaruh trend / viral di medsos.

- f. Pernyataan nomor 8 menyatakan bahwa “Mengikuti berita update konten-konten politik tentang Prabowo Gibran”

*Gambar 5 12. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 8 variabel X*

Mengikuti berita update konten-konten politik tentang prabowo-gibran  
100 jawaban



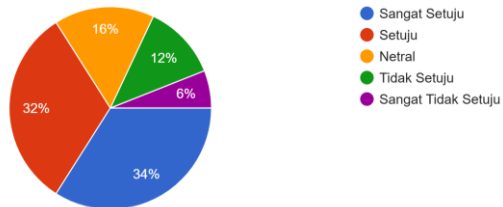
Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, yang mengikuti berita update konten konten politik tentang Prabowo Gibran responden menjawab paling terbanyak yakni sangat setuju sebesar 40% atau 40 orang, di susul oleh jawaban setuju sebesar 37% atau 37 orang. Sedangkan yang menjawab netral yakni 16% atau 16 orang, dan sedikit responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini dapat dikatakan dan disimpulkan bahwa responden setuju dan fakta akan hal mengikuti berita update konten konten politik tentang prabowo Gibran.

### 3. Indikator Kejelasan Informasi Dari Media Sosial TikTok

- a. Pernyataan nomor 9 menyatakan bahwa “Percaya bahwa berita/issue politik di TikTok merupakan berita valid”

*Gambar 5 13. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 9 variabel X*

Percaya berita/issue politik di TikTok merupakan berita valid  
100 jawaban

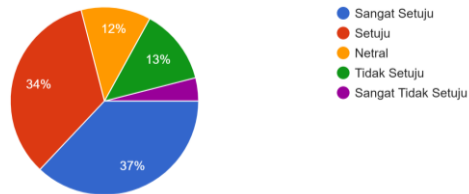


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, responden menjawab di urutan pertama yakni sangat setuju sebesar 34% atau 34 orang, di susul setuju sebesar 32% atau 32 orang, dan posisi netral sebesar 16% atau 16 orang. Sedikit yang menjawab tidak setuju yakni 12% atau 12 orang, dan 6% atau 6 orang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan pernyataan nomor 9 bahwa responden percaya bahwa berita politik/issue politik di tiktok merupakan berita valid.

- b. Pernyataan nomor 10 menyatakan bahwa “Tingkat kepercayaan terkait berita,issue,konten politik di TikTok mencapai 90%”

*Gambar 5 14. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 10 variabel X*

Tingkat kepercayaan terkait berita,issue,konten politik di TikTok mecapai 90%  
100 jawaban



Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden percaya bahwa berita,issue,konten politik di TikTok dapat di percaya 90% karena hasil menunjukkan responden memilih sangat setuju sebesar 37% atau 37 orang, dan memilih setuju sebesar 34% atau 34 orang hasil tersebut sudah sangat jelas menunjukan bahwa responden percaya. Sedangkan sedikit responden yang memilih netral yaitu 12% atau 12 orang, sedangkan tidak setuju 13% atau 13 orang.

### **C. Hasil Kuisisioner (Y/Perilaku Pemilih Muda)**

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan hasil kuisisioner variabel dependen yakni perilaku pemilih muda dalam bentuk diagram lingkaran. Hal tersebut bertujuan agar pembaca memahami dan mencerna hasil penelitiannya secara komprehensif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan

rumus skala likert dalam google form untuk memperoleh jumlah jawaban responden yang meliputi sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju.

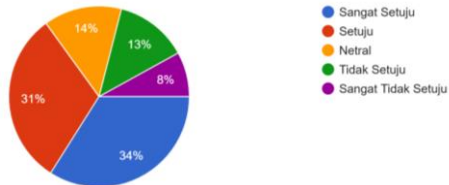
Adapun variabel Dependen atau variabel Y yakni perilaku pemilih dari beberapa indikator diantaranya factor sosiologis, factor rasional, dan factor psikologis. Variabel tersebut memiliki 12 pernyataan yang dijabarkan jawabanya sebagai berikut:

### 1. Indikator Faktor Sosiologis

- a. Pernyataan nomor 1 menyatakan bahwa “Keputusan pemilih memilih kandidatnpaslon presiden berdasarkan identitas agama paslon (paslon 2)”

*Gambar 5 15. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 1 variabel Y*

Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan identitas agama paslon (paslon 2)  
100 jawaban



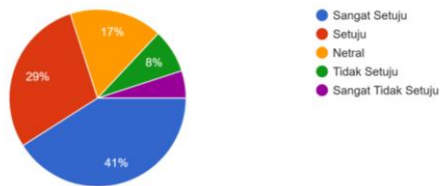
Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden memilih paslon 2 berdasarkan agama karena hasil responden memilih sangat setuju dan setuju cukup besar yakni sebesar 34% atau 34 orang memilih sangat setuju dan 31% atau 31 orang memilih setuju. Sedangkan yang memilih netral 14% atau 14 orang, dan cukup kecil angka yang memilih tidak

setuju dan sangat tidak setuju yakni 13% atau 13 orang memilih tidak setuju dan 8% atau 8 orang memilih sangat tidak setuju.

- b. Pernyataan nomor 2 menyatakan bahwa “Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan identitas jenis kelamin dan jejak pendidikan paslon (paslon 2)”

*Gambar 5 16. Hasil Kuisioner pernyataan nomor 2 variabel Y*

Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan identitas jenis kelamin dan jejak pendidikan paslon (paslon 2)  
100 jawaban

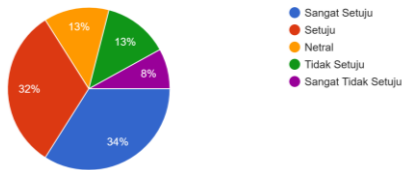


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden memilih paslon presiden 2 berdasarkan identitas jenis kelamin dan jejak Pendidikan karena hasil responden menunjukkan 41% atau 41 orang memilih sangat setuju, dan 29% atau 29 orang memilih setuju. Sedangkan responden memilih netral 17% atau 17 orang, dan angka kecil responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju yakni 8% atau 8 orang memilih tidak setuju, 5% atau 5 orang memilih sangat tidak setuju.

- c. Pernyataan nomor 3 menyatakan bahwa “Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan merasa dekat dengan paslon (paslon 2)”

*Gambar 5 17. Hasil Kusioner pernyataan nomor 3 variabel Y*

Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan merasa dekat dengan paslon (paslon 2)  
100 jawaban



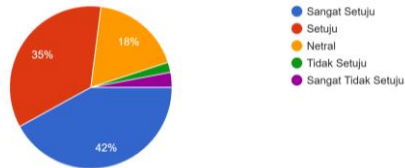
Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden memilih paslon presiden yaitu paslon 2 karena berdasarkan merasa dekat dengan paslon hal ini ditunjukkan oleh hasil responden yang memilih sangat setuju dan setuju cukup besar dan sedikit imbang yakni 34% atau 34 orang memilih sangat setuju dan 32% atau 32 orang memilih setuju. Sedangkan responden yang memilih netral dan tidak setuju sama yakni 13% atau 13 orang, dan sedikit yang memilih sangat tidak setuju yakni 8% atau 8 orang.

## **2. Indikator Faktor Psikologis**

- a. Pernyataan nomor 4 menyatakan bahwa “Pandangan pemilih memilih tentang kemampuan, kepribadian, dan penampilan paslon 2 sebagai calon presiden”

*Gambar 5 18. Hasil Kuisioner pernyataan nomor 4 variabel Y*

Pandangan pemilih memilih tentang kemampuan, kepribadian, dan penampilan paslon 2 sebagai calon presiden  
100 jawaban



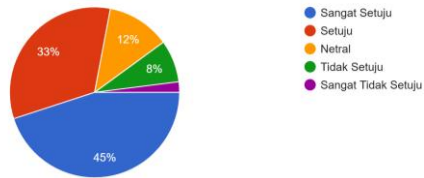
Berdasarkan diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa pandangan responden memilih paslon 2 karena tentang kemampuan, kepribadian, penampilan sebagai calon presiden hal ini di tunjukan hasil diagram di atas yakni 42% atau 42 orang dan 35% atau 35 orang memilih sangat setuju dan setuju, angka tersebut menunjukan tinggi. Sedangkan 18% atau 18 orang memilih netral, dan kecil responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju yakni 3% atau 3 orang.

- b. Pernyataan nomor 5 menyatakan bahwa “Pandangan pemilih memilih dengan menilai mengenai sikap kepribadian, dan integritas pribadi paslon 2 tanpa melihat progam kerja paslon”

*Gambar 5 19. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 5 variabel Y*

Pandangan pemilih memilih dengan menilai mengenai sikap kepribadian, dan integritas pribadi paslon 2 tanpa melihat progam kerja paslon

100 jawaban

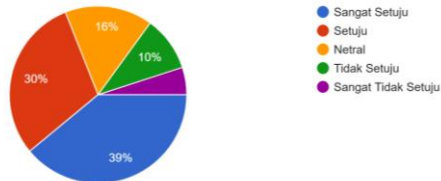


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, responden memilih sangat setuju yakni 45% atau 45 orang, sedangkan 33% atau 33 orang memilih setuju. Dan 12% atau 12 orang memilih netral, dan sedikit yang memilih tidak setuju yakni 8% atau 8 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil diagram lingkaran di atas menunjukkan responden sangat setuju memilih paslon 2 berdasarkan menilai mengenai sikap kepribadian, dan integritas pribadi paslon 2.

- c. Pernyataan nomor 6 menyatakan bahwa “Pemilih memilih paslon 2 karena citra personal paslon tanpa memandang visi misi dan progam kerja paslon”

*Gambar 5 20. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 6 variabel Y*

Pemilih memilih paslon 2 karena citra personal paslon tanpa memandang visi misi dan progam kerja paslon  
100 jawaban

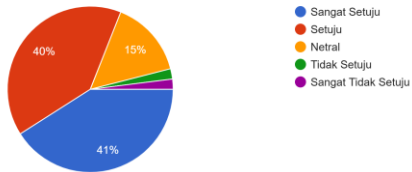


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden sangat setuju pemilih memilih paslon 2 karena citra personal paslon tanpa memandang visi misi progam kerja paslon, hal ini di tunjukan oleh hasil kuisisioner di atas bahwa responden yang memilih sangat setuju sebesar 39% atau 39 orang dan 30% atau 30 orang memilih setuju. Sedangkan sedikit yang memilih netral yakni 16% atau 16 orang, dan di susul oleh tidak setuju yakni 10% atau 10 orang.

- d. Pernyataan nomor 7 menyatakan bahwa “Pemilh memilih paslon 2 karena tingkat keyakinan bahwa paslon tersebut dapat menjalankan tugas sebagai presiden dengan baik”

*Gambar 5 21. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 7 variabel Y*

Pemilih memilih paslon 2 karena tingkat keyakinan bahwa paslon tersebut dapat menjalankan tugas sebagai presiden dengan baik  
100 jawaban



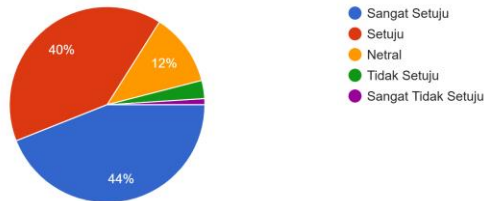
Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden sangat setuju memilih memilih paslon 2 karena tingkat keyakinan bahwa paslon dapat menjalankan tugas sebagai presiden dengan baik karena hasil di atas menunjukkan responden yang memilih sangat setuju sebesar 41% atau 41 orang, dan 40% atau 40 orang memilih setuju. Sedangkan sedikit yang memilih netral yakni 15% atau 15 orang.

### 3. Indikator Faktor Rasional

- a. Pernyataan nomor 8 menyatakan bahwa “Mengetahui visi misi dan prrogram kerja paslon 2.

*Gambar 5 22. Hasil Kuisioner pernyataan nomor 8 variabel Y*

Mengetahui visi misi dan prrogram kerja paslon 2  
100 jawaban

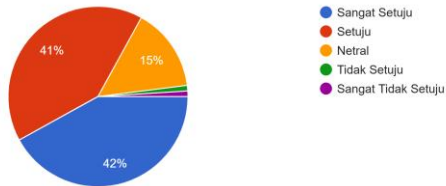


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden mengetahui visi misi paslon 2, hal ini ditunjukkan oleh hasil di atas yang memilih sangat setuju sebesar 44% atau 44 orang, dan 40% atau 40 orang memilih setuju. Sedangkan 12% atau 12 orang memilih netral, dan 2% atau 2 orang memilih tidak setuju.

- b. Pernyataan nomor 9 menyatakan bahwa “Mengetahui rekam jejak politik paslon 2”

*Gambar 5 23. Hasil Kuisioner pernyataan nomor 9 variabel Y*

Mengetahui rekam jejak politik paslon 2  
100 jawaban

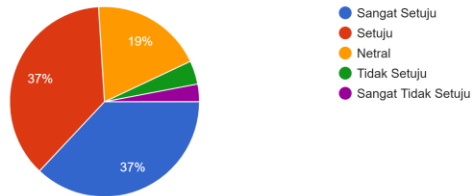


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden mengetahui rekam jejak politik paslon 2, hal ini di tunjukan oleh hasil di atas bahwa yang memilih sangat setuju dan setuju berbeda 1 angka yakni 42% atau 42 orang memilih sangat setuju, dan 41% atau 41 orang memilih setuju. Sedangkan sedikit yang menjawab netral yakni 15% atau 15 orang, dan 1% atau 1 orang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju.

- c. Pernyataan nomor 10 menyatakan bahwa “Percaya bahwa paslon 2 akan menepati janji janji kampanye atau progam kerja”

*Gambar 5 24. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 10 variabel Y*

Percaya bahwa paslon 2 akan menepati janji janji kampanye atau progam kerja  
100 jawaban

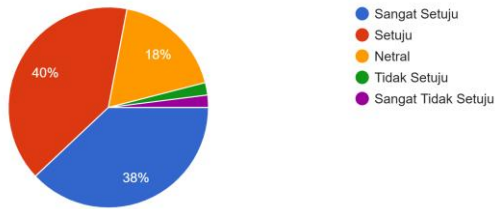


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menyimpulkan bahwa responden percaya bahwa paslon 2 akan menepati janji janji kampanye atau progam kerja, hal ini ditunjukkan responden menjawab imbangan sangat setuju dan setuju yakni 37% atau 37 orang. Sedangkan netral menepati posisi ketiga yakni 19% atau 19 orang, dan sedikit yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju yakni 2% atau 2 orang.

- d. Pernyataan nomor 11 menyatakan bahwa “Memilih paslon presiden 2 berdasarkan rekam jejak politik”

*Gambar 5 25. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 11 variabel Y*

Memilih paslon presiden 2 berdasarkan rekam jejak politik  
100 jawaban

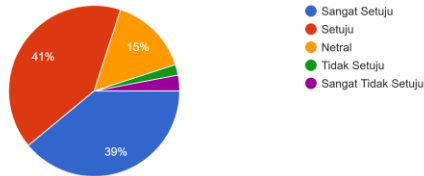


Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden memilih paslon presiden 2 berdasarkan rekam jejak politik, hal ini di tunjukan oleh hasil kuisisioner yakni 40% atau 40 orang menjawab setuju, dan 38% atau 38 orang menjawab sangat setuju. Sedangkan sedikit yang menjawab netral yakni 18% atau 18 orang, dan 2% atau 2 orang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- e. Pernyataan nomor 12 menyatakan bahwa “Para pemilih memilih paslon 2 berdasarkan penilaian positif atas kinerja sebelumnya baik di bidang politik maupun sosial”

*Gambar 5 26. Hasil Kuisisioner pernyataan nomor 12 variabel Y*

Para pemilih memilih paslon 2 berdasarkan penilaian positif atas kinerja sebelumnya baik di bidang politik maupun sosial  
100 jawaban



Berdasarkan hasil diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa responden paling terbanyak memilih setuju yakni 41% atau 41 orang, dan disusul oleh sangat setuju yakni 39% atau 39 orang. Sedangkan sedikit yang memilih netral yakni 15% atau 15 orang, dan 2% atau 2 orang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan ini para pemilih memilih paslon 2 berdasarkan penilaian positif atas kinerja sebelumnya di bidang sosial maupun politik.

#### **D. Hasil Pengujian**

##### **a. Uji Validitas**

Untuk menguji validitas, dilakukan uji terhadap 10 pernyataan yang berhubungan dengan variabel penggunaan media sosial tiktok dan 12 pernyataan mengenai perilaku pemilih muda menggunakan aplikasi SPSS dengan Teknik Pearson Correlation. Keputusan

pengujian diambil jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sebanyak 100 responden digunakan untuk validitas dengan tingkat signifikan 5% dan nilai  $r$  tabel 0,196. Berdasarkan tabel dibawah ini , variabel X dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel penelitian ini adalah 0,196 dari 10 pernyataan variabel X

*Tabel 5. 1 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel X*

| Item Pernyataan | Pearson Correlation | r tabel | Keterangan |
|-----------------|---------------------|---------|------------|
| X 1             | 0,629               | 0,196   | Valid      |
| X 2             | 0,712               | 0,196   | Valid      |
| X 3             | 0,876               | 0,196   | Valid      |
| X 4             | 0,867               | 0,196   | Valid      |
| X 5             | 0,747               | 0,196   | Valid      |
| X 6             | 0,891               | 0,196   | Valid      |
| X 7             | 0,861               | 0,196   | Valid      |
| X 8             | 0,923               | 0,196   | Valid      |
| X 9             | 0,853               | 0,196   | Valid      |
| X 10            | 0,876               | 0,196   | Valid      |

Sumber: Data dianalisis menggunakan spss

*Tabel 5. 2 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Y*

| Item Pernyataan | Pearson Correlation | r tabel | Keterangan |
|-----------------|---------------------|---------|------------|
| Y 1             | 0,866               | 0,196   | Valid      |
| Y 2             | 0,856               | 0,196   | Valid      |
| Y 3             | 0,895               | 0,196   | Valid      |
| Y 4             | 0,837               | 0,196   | Valid      |
| Y 5             | 0,834               | 0,196   | Valid      |
| Y 6             | 0,900               | 0,196   | Valid      |
| Y 7             | 0,784               | 0,196   | Valid      |

|      |       |       |       |
|------|-------|-------|-------|
| Y 8  | 0,875 | 0,196 | Valid |
| Y 9  | 0,817 | 0,196 | Valid |
| Y 10 | 0,890 | 0,196 | Valid |
| Y 11 | 0,910 | 0,196 | Valid |
| Y 12 | 0,862 | 0,196 | Valid |

Sumber: Data dianalisis menggunakan spss

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X dan Y dinyatakan valid karena pada setiap pernyataan  $r$  hitung  $> r$  tabel,  $r$  tabel penelitian ini adalah 0,196 dengan jumlah responden 100 dari 22 pernyataan.

#### b. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas diukur menggunakan Cronbach Alpha, apabila nilai Cronbach Alpha  $> 0,6$  atau 6% maka dinyatakan reliabel. Berdasarkan pada tabel dibawah ini diketahui bahwa uji reliabilitas memperoleh angka 0,974 sehingga nilai tersebut sudah melampaui nilai Cronbach Alpha 0,6 atau 6% maka dinyatakan reliabel. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data hasil kusioner variabel X dan Y dari pernyataan 1-22 dapat dipercaya. Sehingga hasil output yang sudah diolah melalui SPSS menunjukan bahwa kedua variabel X dan Y reliabel berdasarkan nilai Cronbach Alpha nya  $> 0,6$ .

*Gambar 5 27. Hasil Uji Reliabilitas*

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| .974                          | 22         |

Sumber: Data Analisis menggunakan spss

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu Langkah penting dalam analisis statistic untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi distribusi normal, yang sering diperlukan dalam banyak metode statistic seperti analisis regresi atau uji parametrik. Tes Kolmogorov-Smirnov adalah salah satu metode populer yang digunakan untuk tujuan ini. Hasil dari uji normalitas ini dianggap terdistribusi normal karena nilai uji normalitas  $> 0,05$ .

*Gambar 5 28. Hasil Uji Normalitas*

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test       |                         |             | Unstandardized Residual |
|------------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| N                                        |                         |             | 10                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         | Mean                    |             | .0000000                |
|                                          | Std. Deviation          |             | 13.50452806             |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                |             | .165                    |
|                                          | Positive                |             | .095                    |
|                                          | Negative                |             | -.165                   |
| Test Statistic                           |                         |             | .165                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         |             | .200 <sup>d</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                    |             | .616                    |
|                                          | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .603                    |
|                                          |                         | Upper Bound | .628                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 113410539.

Sumber: Data dianalisis oleh SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas data diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga nilai residual berdistribusi normal.

#### d. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear digunakan untuk memperkirakan atau memprediksi nilai variabel dependen ataupun independent

*Gambar 5 29. Hasil Uji Analisis Regresi Linear*

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| 1                         | (Constant)                  | 4.300      | 3.004                     | 1.431  | .156  |
|                           | X                           | 1.080      | .072                      | 14.928 | <.001 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data dianalisis oleh SPSS

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linear sederhana di atas model regresi menunjukkan hubungan antara variabel independen penggunaan media sosial tiktok dan variabel dependen perilaku pemilih. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y=a+bX$$

$$5= 4300 + 1080X$$

$$0,700 =1080X$$

$$X= 0,648$$

Jika pemerintah ingin perilaku pemilih mencapai nilai 5 maka perilaku pemilih harus mencapai nilai sebesar 0,648. Koefisien untuk variabel penggunaan medsos tiktok adalah 1.080, yang menunjukkan bahwa

setiap peningkatan satu unit pada variabel X akan meningkatkan variabel Y sebesar 0.648 unit. Koefisien ini signifikan secara statistik ( $p < 0.001$ , yang menunjukkan bahwa penggunaan adalah prediktor yang kuat untuk Perilaku pemilih. Nilai Beta standar ( $\beta = 0.833$ ) mengindikasikan bahwa pengaruh penggunaan medsos tiktok terhadap Perilaku pemilih muda adalah tinggi.

**e. Uji Koefisien Korelasi**

*Gambar 5 30. Hasil Uji Koefisien Korelasi*

| <b>Correlations</b> |                     | X      | Y      |
|---------------------|---------------------|--------|--------|
| X                   | Pearson Correlation | 1      | .833** |
|                     | Sig. (1-tailed)     |        | <.001  |
|                     | N                   | 100    | 100    |
| Y                   | Pearson Correlation | .833** | 1      |
|                     | Sig. (1-tailed)     | <.001  |        |
|                     | N                   | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Data dianalisis oleh SPSS

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat (dibuktikan dengan tabel interpretasi korelasi pada rentang 0,80-1,000) dan signifikan secara statistik antara penggunaan medsos tiktok dan perilaku pemilih. Bentuk hubungan yang positif menunjukkan arah hubungan antara variabel

X dan Y adalah satu arah, Dimana semakin tinggi arah hubungan variabel X, maka semakin tinggi pula arah hubungan variabel Y, begitupun sebaliknya. Hal ini dibuktikan oleh nilai korelasi sebesar 0.833 dan signifikansi yang memenuhi syarat ( $p < 0,01$ ).

Untuk mengetahui posisi dalam kuadran nilai korelasi peneliti menggunakan Paduan dari (sugiyono,2014). Arah serta kekuatan hubungan antar variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

*Tabel 5. 3 Interpretasi R*

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,80 – 1,000       | Sangat Kuat      |
| 0,60 – 0,799       | Kuat             |
| 0,40 – 0,599       | Cukup Kuat       |
| 0,20 – 0,399       | Rendah           |
| 0,00 – 0,199       | Sangat Rendah    |

Sumber: Sugiyono,(2014)

#### f. Uji Koefisien Determinasi

*Gambar 5 31. Hasil Uji Koefisien Determinasi*

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .833 <sup>a</sup> | .695     | .691              | 5.911                      |

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data dianalisis oleh SPSS

Berdasarkan data output pada tabel di atas, nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,691

atau 69,1 % variabel perilaku pemilih muda (Y) dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial TikTok atau variabel (X). Adapun 30,9 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sehingga semakin jelas penggunaan medsos tiktok maka perilaku pemilih muda semakin terpengaruh.

**g. Uji Hipotesis**

Berdasarkan data yang ada dalam tabel dibawah, terlihat bahwa nilai F hitung adalah 222.844 dan nilai signifikansinya kurang dari 0,001. Berikut adalah kesimpulanya:

- a. Nilai F hitung yang sebesar 222.844 lebih besar dari F tabel yang hanya 3,94, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku pemilih muda (Y).
- b. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,001 (kurang dari  $\alpha$  0,05) juga mengidentifikasi bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial TikTok mempengaruhi perilaku pemilih muda di Kota Semarang.

*Gambar 5 32. Hasil Uji Hipotesis*

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                    |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.               |
| 1                  | Regression | 7787.161       | 1  | 7787.161    | 222.844 | <.001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 3424.549       | 98 | 34.944      |         |                    |
|                    | Total      | 11211.710      | 99 |             |         |                    |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data dianalisis oleh SPSS

## **BAB VI**

### **PEMBAHASAN DAN ANALISIS**

#### **A. Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Pemilih**

Media sosial telah merevolusi cara Masyarakat mengakses informasi dan berinteraksi. Platform-platform terutama TikTok tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi, tetapi menjadi sarana untuk berdiskusi tentang isu-isu politik. TikTok menjadi platform yang populer dalam perbincangan mengenai isu-isu sosial dan politik. Dalam dekade terakhir, transformasi teknologi dan perubahan dalam perilaku komunikasi telah secara signifikan mengubah paradigma kampanye politik dan promosi politik (Kominfo.go.id,2019). Media sosial, terutama TikTok, semakin banyak digunakan dalam aspek politik, terutama di kalangan generasi muda (Andriadi,2017). Di Kota Semarang, TikTok menjadi platform media sosial utama yang memengaruhi preferensi dan keputusan pemilih dari generasi muda (Andriadi,2017). Mengingat suara pemilih di Kota Semarang mencapai 53% berasal dari pemilih muda (Kpukotasemarang,2024). Generasi muda merupakan kelompok yang sejak usia dini sudah akrab dengan teknologi dan internet. Mereka memiliki ketertarikan tinggi terhadap perkembangan teknologi, bahkan bisa dikatakan selalu ingin mencoba hal-hal baru di dunia digital. Bagi mereka, kemunculan teknologi baru bagaikan "udara segar" yang perlu segera dimanfaatkan agar bisa merasakan manfaatnya secara langsung. Generasi ini juga dikenal sebagai

generasi digital, karena pola hidup dan cara berpikir mereka sangat dipengaruhi oleh ketergantungan terhadap teknologi dan perangkat digital seperti smartphone, tablet, dan komputer (Noordiono, 2016). Perubahan perilaku dan kebiasaan mereka pun turut berkembang seiring dengan kemajuan teknologi.

Partisipasi politik merupakan hak dan kewajiban setiap warga negara dalam sebuah demokrasi. Dengan berpartisipasi, individu dapat turut serta dalam menentukan arah kebijakan public dan memperjuangkan kepentingan bersama. Namun, tingkat partisipasi politik dikalangan generasi muda seringkali dianggap sebelah mata. Tetapi setelah berkembangnya jaman partisipasi anak muda tidak bisa dianggap hal sepele atau dipandang sebelah mata, karena salah satu faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi politik anak muda adalah penggunaan media sosial terutama TikTok.

Menurut Saiful mujani di dalam bukunya yang berjudul kuasa rakyat: analisis tentang perilaku memilih dalam penelitian legislative dan presiden Indonesia pasca-orde baru, mujani menjelaskan perilaku politik sebagai kecenderungan individu atau kelompok untuk berpartisipasi dalam proses politik, baik melalui pemilu, dukungan terhadap kebijakan, maupun bentuk partisipasi lainnya. Perilaku politik menurutnya dipengaruhi oleh 3 faktor utama yaitu: sosiologis, psikologis, dan rasional, yang saling berinteraksi dalam membentuk preferensi politik individu maupun kelompok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga faktor yang menjadi indikator mempengaruhi perilaku pemilih muda di Kota Semarang saling

terhubung satu sama lain, hal ini dikarenakan hasil kuisioner penelitian ini menunjukkan bahwa responden memilih sangat setuju dan setuju bahwa indikator-indikator 3 faktor ini mempengaruhi perilaku pemilih muda di Kota Semarang untuk memilih pasangan calon presiden no urut 2 yaitu Prabowo-gibran.

Penelitian ini, menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih muda pada pemilu 2024: studi kasus kemenangan Prabowo Gibran di Kota Semarang sangat berperan penting. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi sebesar  $<0,001$ , Dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara variabel penggunaan media sosial TikToK terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang. Berdasarkan hasil regresi linear sederhana pula menghasilkan persamaan regresinya  $Y=4.400 + 1.080X$ , persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 4.400, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel perilaku pemilih adalah sebesar 4.400. Sedangkan koefisien regresi X sebesar 1.080 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai penggunaan media sosial TikTok, maka nilai perilaku pemilih bertambah sebesar 1.080. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif atau dapat diartikan jika variabel penggunaan media sosial TikTok meningkat maka variabel perilaku pemilih juga meningkat.

Nilai Beta penelitian ini sebesar 0.833 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang. Sebagai variabel independent, penggunaan media sosial TikTok berkontribusi sebesar 69,1% terhadap perilaku pemilih muda, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square*. Sisanya, yaitu 30,9%, dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Uji Hipotesis juga memperkuat temuan ini, nilai F hitung sebesar 222.844 yang jauh lebih besar dari F tabel sebesar 3.94.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Angga Ulung Tranggana, 2023), berjudul “Penggunaan media sosial pada perilaku memilih partai politik”, fokus pada pengaruh intensitas penggunaan media sosial, khususnya WhatsApp, pada perilaku pemilih di daerah pilihan Jawa Tengah (Semarang, Wonogiri, Karanganyar). Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan 1.201 responden dari DPT menggunakan Multistage Random Sampling. Hasil penelitian ini memperlihatkan WhatsApp dominan digunakan. Analisis statistik memperlihatkan adanya hubungan dan pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial dan partisipasi memilih partai politik. Rekomendasi penelitian mencakup peningkatan fungsi media sosial menjadi sumber informasi pemilu dan peraturan aturan terkait penggunaan media sosial dalam kampanye partai politik pada pemilu mendatang 2024.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian (Ade Saputra dan Dewi Erowati, 2012), berjudul “pengaruh peran kampanye media sosial pada perilaku pemilih muda di Kota Semarang”, menitikberatkan pada peran media sosial sebagai saluran komunikasi politik alternatif yang mempengaruhi perilaku pemilih muda di Kota Semarang pada pemilu 2019. Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini, dengan sampel 100 responden dari kalangan anak muda di Kota Semarang, dan penelitian ini menggunakan Teknik random sampling, analisis data memperlihatkan koefisien regresi variabel peran kampanye media sosial adalah 0.792, memperlihatkan peran kampanye media sosial berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang.

Dengan demikian, penggunaan media sosial TikTok sangat kuat berpengaruh terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang dalam pemilu 2024.

#### **B. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Pemilih**

Teori terpaan media membahas bagaimana paparan individu terhadap media, baik dari segi frekuensi, durasi, maupun intensitas, dapat memengaruhi wawasan, sikap, serta perilaku seseorang. Dalam ranah komunikasi massa dan era media digital saat ini, teori ini menjadi pijakan penting untuk memahami sejauh mana konten media dapat memberikan pengaruh terhadap audiens, terutama apabila paparan terjadi secara terus-menerus dan dalam jangka waktu yang lama.

Severin dan Tankard (2005) menyebut bahwa terpaan media merupakan elemen kunci dalam menimbulkan efek media terhadap masyarakat. Semakin tinggi intensitas dan frekuensi seseorang terpapar media, semakin besar peluang media tersebut membentuk persepsi dan tingkah laku. McQuail (2011) juga menambahkan bahwa terpaan media menunjukkan tingkat keterlibatan audiens dengan konten media, yang menjadi syarat utama munculnya pengaruh dari media tersebut.

Effendy (2003) menambahkan bahwa terpaan media bisa terjadi secara aktif maupun pasif. Seseorang dapat secara sengaja mencari informasi melalui media (aktif), atau secara tidak sadar menerima informasi karena paparan yang tidak disengaja (pasif). Keduanya tetap memiliki potensi untuk memengaruhi opini dan tindakan seseorang.

Dalam teori ini, terdapat beberapa elemen penting yang memengaruhi dampak media:

1. Frekuensi: Seberapa sering individu mengakses media.
2. Durasi: Lamanya waktu yang digunakan untuk mengonsumsi konten media.
3. Atensi: Tingkat fokus terhadap isi pesan media.
4. Konten: Jenis informasi yang diterima, seperti konten politik, hiburan, edukatif, dan lain-lain.
5. Platform Media: Saluran media yang digunakan, seperti televisi, radio, internet, atau media sosial seperti TikTok.

Dalam era digital modern, teori ini menjadi sangat signifikan. TikTok, misalnya, telah menjadi sumber utama informasi politik, khususnya bagi kaum muda. Paparan konten

politik secara berulang melalui platform ini dapat memengaruhi cara berpikir, pilihan politik, dan akhirnya perilaku dalam menentukan pilihan. Oleh karena itu, intensitas penggunaan TikTok memiliki hubungan yang erat dengan perubahan atau pembentukan perilaku pemilih.

Penelitian ini mengadopsi teori terpaan media sebagai kerangka untuk menganalisis pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku pemilih. Semakin tinggi tingkat keterpaparan pengguna terhadap konten politik di TikTok baik dari segi frekuensi maupun durasi semakin besar kemungkinan terjadinya perubahan dalam pola perilaku memilih individu. Adapun hasil penelitian ini menggambarkan bahwa kuisisioner variabel X atau penggunaan media sosial TikTok cukup tinggi responden yang memilih sangat setuju dan setuju seperti pernyataan yang ada di didalam kuisisioner yakni "Menggunakan tiktok sehari", 50% memilih 2-4 jam, dan 42% memilih 5-10 jam penggunaan tiktok dalam sehari. Selanjutnya pernyataan yang menyatakan bahwa "Mempunyai aplikasi TikTok dan pengguna aplikasi tiktok, responden penelitian ini memilih 64% sangat setuju, dan 26% memilih setuju, hal ini berarti responden pengguna aplikasi TikTok. Selanjutnya pernyataan yang menyatakan bahwa "Mengikuti berita politik trend di tiktok terkait prabowo-gibran", hasil pernyataan ini menggambarkan bahwa responden memilih sangat setuju dan setuju yakin 38% dan 42%.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tingkat pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku

pemilih muda di Kota Semarang pada pemilu 2024 cukup tinggi, di perkuat dengan teori terpaan media, semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial tiktok semakin terpengaruh perilaku pemilih.

## **BAB VII**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Pemilih Muda Dalam Pemilu 2024: Studi Kasus Kemenangan Prabowo Gibran Di Kota Semarang”. Maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh sangat kuat atau berada pada rentang 0,80-1,000 sehingga hipotesis menyatakan bahwa penggunaan media sosial tiktok memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang.
2. Penggunaan media sosial tiktok berpengaruh sangat kuat terhadap perilaku pemilih muda di Kota Semarang sebesar 69,1% variabel dependen, sedangkan sisanya 30,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian. Pengujian terhadap hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa, penggunaan media sosial tiktok berpengaruh secara positif.
3. Faktor-faktor sosiologis, psikologis, dan rasional dalam teori perilaku politik Saiful Mujani terbukti memainkan peranan penting. TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, melainkan juga menjadi sarana informasi dan kampanye politik yang efektif, terlebih dengan algoritma platform yang menyajikan konten secara personal dan viral. Konten visual, narasi yang emosional, hingga daya tarik personal pasangan Prabowo-Gibran turut membentuk

persepsi politik pemilih muda secara intensif. Fenomena pergeseran suara dari basis kuat PDIP ke pasangan Prabowo-Gibran di Kota Semarang menjadi bukti konkret bahwa media sosial telah menjadi kekuatan politik baru dalam membentuk opini publik. Dalam hal ini, TikTok berhasil menjadi ruang digital yang mampu memobilisasi dan memengaruhi keputusan politik anak muda secara masif, cepat, dan luas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan alat strategis dalam membentuk perilaku politik generasi muda, dan kehadirannya di Pemilu 2024 telah mengubah lanskap komunikasi politik di Indonesia. Temuan ini penting tidak hanya bagi dunia akademik, tetapi juga bagi para aktor politik dan pembuat kebijakan untuk memahami pentingnya peran media sosial dalam demokrasi modern.

## **B. Refleksi Teoritik**

Bab ini bertujuan untuk merefleksikan secara kritis relevansi dan kontribusi teori yang digunakan dalam penelitian ini terhadap realitas empiris yang ditemukan. Penelitian ini menggunakan dua teori utama, yaitu Teori Kuasa Rakyat yang dikemukakan oleh Saiful Mujani dan Teori Terpaan Media (Media Exposure Theory). Refleksi ini penting untuk memahami sejauh mana teori-teori tersebut mampu menjelaskan dinamika perilaku pemilih muda dalam konteks penggunaan media sosial TikTok pada Pemilu 2024, khususnya di Kota Semarang.

Teori Kuasa Rakyat menegaskan bahwa dalam sistem demokrasi elektoral, kekuasaan berada di tangan rakyat, dan pemilu merupakan sarana utama untuk menyalurkan kekuasaan tersebut. Saiful Mujani berargumen bahwa rakyat sebagai pemegang kuasa memiliki kemampuan untuk menentukan siapa yang memimpin berdasarkan preferensi mereka yang dibentuk oleh informasi dan persepsi terhadap kandidat.

Dalam konteks temuan penelitian ini, pemilih muda di Kota Semarang menunjukkan bahwa mereka aktif menggunakan TikTok sebagai sumber informasi politik dan kampanye. TikTok menjadi arena baru bagi rakyat, khususnya generasi muda, untuk memperoleh informasi, menilai kandidat, dan membentuk opini politik. Hal ini menguatkan konsep bahwa kekuasaan rakyat semakin difasilitasi oleh media digital.

Namun, refleksi kritis menunjukkan bahwa meskipun rakyat diberi kekuasaan untuk memilih, proses pembentukan preferensi tersebut sangat dipengaruhi oleh bagaimana informasi dikemas dan disampaikan. Kuasa rakyat tidaklah selalu rasional, tetapi bisa bersifat emosional dan terpengaruh oleh konten viral, tren musik, gaya komunikasi, dan pendekatan visual yang digunakan oleh kandidat, seperti yang ditampilkan oleh pasangan Prabowo-Gibran di TikTok.

Teori Terpaan Media menjelaskan bahwa semakin sering individu terpapar suatu media atau pesan tertentu, semakin besar kemungkinan pesan tersebut memengaruhi sikap, opini, dan perilaku mereka. Teori ini sangat relevan dalam menjelaskan bagaimana intensitas penggunaan TikTok oleh

pemilih muda berdampak pada pembentukan persepsi dan keputusan memilih.

Berdasarkan data penelitian, sebagian besar responden mengaku sering melihat konten kampanye Prabowo-Gibran di TikTok, baik secara langsung maupun melalui fitur FYP (For You Page). Terpaan konten ini berulang dan menarik secara visual, sehingga menciptakan daya tarik emosional dan kedekatan simbolik dengan pemilih muda. Di sinilah terlihat bahwa perilaku memilih tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas politik, tetapi juga oleh kekuatan pesan media yang membentuk citra dan emosi secara terus-menerus.

Teori ini juga menunjukkan bahwa dominasi narasi di TikTok mampu menggeser opini publik secara masif, bahkan kadang tanpa melalui proses berpikir kritis yang mendalam. Hal ini memberikan pemahaman bahwa dalam masyarakat digital, media memiliki kekuatan membentuk “realitas politik” yang dipercaya publik.

Kedua teori tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan fenomena yang terjadi. Teori Kuasa Rakyat memberikan dasar bahwa rakyat memiliki otoritas politik dalam sistem demokrasi, sementara Teori Terpaan Media menjelaskan bagaimana otoritas itu dapat dibentuk, dipengaruhi, dan diarahkan oleh media. Dalam konteks TikTok, pemilih muda memang memiliki kuasa memilih, namun pilihan mereka terbentuk melalui intensitas terpaan informasi yang bersifat emosional, visual, dan seringkali dangkal.

Dengan demikian, pemahaman tentang perilaku pemilih muda tidak bisa dilepaskan dari peran besar media sosial sebagai ruang pembentuk preferensi politik. Kuasa rakyat di era digital tidak lagi hanya soal partisipasi, tetapi juga soal bagaimana kuasa itu dibentuk oleh algoritma, narasi, dan representasi media.

Berdasarkan hasil kesimpulan, peneliti menyusun beberapa rekomendasi dalam penelitian ini, antara lain:

1. Untuk Masyarakat dan Pemerintah jangan memandang sebelah mata terhadap peimilih muda pada pemilu di Indonesia, karena anak muda juga sangat berpengaruh terhadap negara Indonesia.
2. Untuk penelitian mendatang, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini sendiri hanya melibatkan satu variabel bebas., hal ini bisa dijadikan celah untuk penelitian kedepannya yang ingin meneliti Pengaruh pnggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku pemilih muda.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti menyadari adanya keterbatasan yang perlu dicatat untuk mendukung penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Keterbatasan tersebut meliputi:

1. Penelitian ini melibatkan 100 orang sebagai sampel penelitian. Jumlah ini dinilai kurang memadai untuk mewakili fenomena atau realitas yang ada di lapangan

secara keseluruhan, terutama karena jumlah populasi yang relevan dengan topik ini cukup besar. Dengan keterbatasan tersebut, hasil penelitian ini kemungkinan belum dapat sepenuhnya menggambarkan pandangan atau pengalaman yang lebih luas dari kelompok-kelompok terkait.

2. Peneliti hanya menggunakan satu variabel bebas, yaitu pengaruh penggunaan media sosial tiktok yang dianggap memengaruhi perilaku pemilih muda pada pemilu 2024 di Kota Semarang. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih terfokus, tetapi juga membatasi cakupan penelitian dalam mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin berkontribusi terhadap permasalahan yang diteliti.
3. Pengumpulan data penelitian menggunakan teknik kuesioner atau angket. Meskipun metode ini efektif untuk memperoleh banyak data dalam waktu yang relatif singkat. Hasil yang diperoleh tidak sepenuhnya mencerminkan pendapat atau pengalaman nyata dari para responden. Hal ini disebabkan oleh perbedaan pemahaman di antara responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Perbedaan tersebut dapat memengaruhi kualitas data yang dihasilkan, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam menginterpretasikan hasilnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bungin, B. (2013). Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran. (Pertama). kencana prenada media group.
- Creswell, J. W. (2017). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, N., & Bambang, S. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen (Pertama). BPFE.
- Priadana, S., & Sunarsih, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Pertama). Pascal Book.
- Sina, I. (2024). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Ilmu Sains (Pertama).
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta
- Saiful Mujani. (2012). Kuasa Rakyat: Analisi Tentang Perilaku Memilih Dalam Pemilihan Legislatif Dan Presiden Indonesia Pasca-orde Baru.

### Skripsi

- Ratri Nur. (2019). *Pengaruh Media Sosial (Facebook, Instagram) Terhadap Citra Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Terpilih Dalam Pilkada Kabupaten Kendal Tahun 2020* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Salma Azahra. (2023). *Pengaruh Official Account Instagram @Narasinewsroom Terhadap Literasi Politik Generasi Z* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

### **Tesis**

Dylan Lama P. (2024). *Pengaruh Media Sosial TikTok Dan Brand Personality Dimediasi Minat Memilih Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Memilih Calon DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Keputusan Generasi Z Dalam Memilih Generasi Z* [Tesis]. Universitas Hasanuddin Makasar

### **Jurnal**

Purnomo, H., Gunawan, M. A., & Anggraini, D. F. (2022). Tiktok Sebagai Instrumen Media Sosial Baru Dalam Komunikasi Politik. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 15695-15703.

Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(4), 1006-1013.

Hutajulu, C. S. M., Sherly, S., & Herman, H. (2022). Peran Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Belajar Siswa SMA. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(2), 3002-3010.

Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C., Ellison, N., & Lampe, C. (2009, May). Poking” people to participate: Facebook and political participation in the 2008 election. In *Annual Conference of the International Communication Association, Chicago, IL*.

- Herrman, J. (2020). TikTok is shaping politics. But how. *The New York Times*, 28.
- Noordiono, A. (2016). *Karakter Generasi Z Dan Proses Pembelajaran Pada Program Studi Akuntansi* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Ali Asfar et al., “Mewujudkan Kepublikan Pemilu Dikalangan Pemuda Dengan Mendorong Pemilih Muda Sebagai Subjek Politik” 8, no. 2022 (2024): 8179–86.
- Aisyah. (2018). Hubungan antara Fear Of Missing Out (Fomo) dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Skripsi.
- Cholil Joko Himawan. (2019). Analisis kemenangan h.supriyadi,s.sos terpilih yang kedua kalinya sebagai calon anggota dprd kota semarang 2014-2019 dilihat dari prespective politik.
- Widiawanti, O., & Anom, E. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Referensi Wisata: Studi Kasus Pada Karyawan Indomaret di Jakarta. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 37-46.
- Velantin Valiant. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Kampanye Terhadap Perubahan Sikap Generasi Z Pada Pemilihan Umum 2024.
- Agata Fanny, Dadi Mulyadi, Hanifah El, Levina Lidya, ( 2023). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024.
- Mulyana, A. P., & Djamzuri, M. I. (2022). Teknologi Tokopedia Play Live Shooping Dalam Perspektif Ekologi Media Konvergensi. *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*.

- Oktaheriyani, D. (2020). *Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Taqwa, Y. B. S., & Herawati, N. R. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram Ganjar Pranowo Dalam Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018. *Journal of Politic and Government Studies*, 11(2), 521-544.
- Nazah Dwi, Afifah Intan, Nassywa Dellia. (2024). Studi Literatur: Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers).
- Annisa Fitriyani, Artanti Dwi, Fida Laila, Dewi Puspita, Ali Imran. (2024). Determinan Persepsi Perilaku Generasi Milenial Dengan Generasi Z Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024.
- Masagus A.Rahman, Achmad Akmaluddin. (2024). Budaya Politik Pemilih Milenial Dalam Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten Ogan Komering Ulu.
- Moza Alifya. (2024). Hubungan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Komunikasi Dalam Pemilu 2024.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. 1. . Kuisisioner

#### PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU PEMILIH MUDA (GEN Z & MILENIAL) DALAM PEMILU 2024: STUDI KASUS KEMENANGAN PRABOWO-GIBRAN DI KOTA SEMARANG

B I U G X

Kepada Yth,  
Saudara / Saudari

Assalamualaikum Wr.Wb

Berkaitan dengan penyusunan Skripsi Progam Sarjana Ilmu Sosial Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, perkenalkan saya Tegar Kurniawan bermaksud mengadakan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi. Penelitian ini berjudul **"PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU PEMILIH MUDA DALAM PEMILU 2024" STUDI KASUS KEMENANGAN PRABOWO GIBRAN DI KOTA SEMARANG**". Maka dari itu, saya memohon bantuan dari Saudara/i di wilayah Semarang untuk meluangkan waktu dan perhatiannya sejenak untuk mengisi daftar pertanyaan yang telah saya siapkan dengan sungguh-sungguh. Tidak ada jawaban benar / salah saat mengisi jawaban dari masing-masing pertanyaan. Dan semua data yang terkumpul hanya akan dipergunakan untuk keperluan penelitian. Kerahasiaan jawaban dari Saudara/ i akan saya jaga sepenuhnya.

Atas ketersediaan partisipasi dalam mengisi dalam mengisi daftar pertanyaan ini saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Tegar Kurniawan

Petunjuk pengisian:

Anda dimohon untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan memberikan tanda centang. Anda dapat memilih pada kolom pernyataan Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS) yang sesuai dengan kondisi anda. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. STS (Sangat Tidak Setuju) – (1)
2. TS (Tidak Setuju) – (2)

3. N (Netral) – (3)
4. S (Setuju) – (4)
5. SS (Sangat Setuju) – (5)

A. Identitas Responden

1. Nama:
2. Jenis kelamin: a, laki laki / b, Perempuan
3. Usia:
  - a) 17 – 25 Tahun
  - b) 26 – 35 Tahun
  - c) 36 – 40 Tahun
4. Pekerjaan:
  - a) Pelajar/Mahasiswa
  - b) Wiraswasta
  - c) Pegawai Negeri / Swasta
  - d) Lainnya
5. Kecamatan: 16 pilihan yang ada di Kota Semarang
6. Durasi menggunakan Tiktok dalam sehari:
  - a) 2 – 4 Jam
  - b) 5 – 10 Jam
  - c) 12 – 20 Jam

## B. Daftar Pernyataan

Tabel Kuisisioner Penelitian

| No  | Pernyataan                                                                       | jawaban |   |   |    |     |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
|     |                                                                                  | SS      | S | N | TS | STS |
| 1.  | Mempunyai aplikasi TikTok dan pengguna aplikasi TikTok                           |         |   |   |    |     |
| 2.  | Menggunakan TikTok setiap hari                                                   |         |   |   |    |     |
| 3.  | Menggunakan TikTok sehari<br>a. 2-4 jam<br>b. 5-10 jam<br>c. 12-20 jam           |         |   |   |    |     |
| 4.  | Beranda TikTok terdapat berita politik dan issue politik                         |         |   |   |    |     |
| 5.  | Selalu mengikuti trend TikTok politik                                            |         |   |   |    |     |
| 6.  | Mengetahui paslon presiden no 2 (Prabowo-gibran) dari TikTok                     |         |   |   |    |     |
| 7.  | Mengikuti Trend TikTok politik Prabowo-Gibran                                    |         |   |   |    |     |
| 8.  | Memilih paslon presiden no 2 (Prabowo-Gibran) berdasarkan trend dari TikTok      |         |   |   |    |     |
| 9.  | Mengikuti berita update konten-konten politik tentang Prabowo-Gibran di TikTok   |         |   |   |    |     |
| 10. | Percaya berita/issue politik di TikTok merupakan berita valid                    |         |   |   |    |     |
| 11. | Tingkat kepercayaan terkait issue, konten, berita politik di TikTok mencapai 90% |         |   |   |    |     |

| No  | Pernyataan                                                                                                                                           | jawaban |   |   |    |     |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|----|-----|
|     |                                                                                                                                                      | SS      | S | N | TS | STS |
| 1.  | Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan identitas agama paslon (paslon 2)                                                              |         |   |   |    |     |
| 2.  | Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan identitas jenis kelamin dan jejak Pendidikan paslon (paslon 2)                                 |         |   |   |    |     |
| 3.  | Keputusan pemilih memilih paslon presiden berdasarkan merasa dekat (kerabat) dengan paslon (paslon 2)                                                |         |   |   |    |     |
| 4.  | Pandangan pemilih memilih tentang kemampuan, kepribadian, dan penampilan paslon Prabowo-Gibran sebagai calon presiden Indonesia                      |         |   |   |    |     |
| 5.  | Pandangan pemilih memilih dengan menilai mengenai sikap kepribadian, dan integritas pribadi paslon Prabowo-Gibran tanpa melihat program kerja paslon |         |   |   |    |     |
| 6.  | Pemilih memilih paslon presiden no 2 karena citra personal paslon tanpa memandang visi misi dan program kerja paslon                                 |         |   |   |    |     |
| 7.  | Mengetahui visi misi dan program kerja paslon presiden Prabowo-gibran                                                                                |         |   |   |    |     |
| 8.  | Pemilih memilih paslon presiden Prabowo-gibran karena tingkat keyakinan bahwa paslon tersebut dapat menjalankan tugas sebagai presiden dengan baik   |         |   |   |    |     |
| 9.  | Mengetahui rekam jejak politik paslon presiden Prabowo-gibran                                                                                        |         |   |   |    |     |
| 10. | Percaya bahwa paslon Prabowo-Gibran akan menepati janji janji kampanye atau program kerja                                                            |         |   |   |    |     |
| 11. | Memilih paslon presiden Prabowo-gibran berdasarkan rekam jejak politik                                                                               |         |   |   |    |     |
| 12. | Para pemilih memilih paslon Prabowo-Gibran berdasarkan penilaian positif atas kinerja sebelumnya baik di bidang politik maupun sosial                |         |   |   |    |     |

## Lampiran 2 1. Permohonan Ijin Penelitian

### A. Karangtaruna Kota Semarang



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. Dr. Hamka Km.2 Kampus II Ngaliyan Semarang Kode Pos 50185  
Telepon (024) 76435986; Website: [www.iisip.walisongo.ac.id](http://www.iisip.walisongo.ac.id)

Nomor : 1124/Un.10.6/D1/KM.05.01/05/2025  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

15 Mei 2025

Yth.  
Ketua Karang Taruna Kota Semarang  
Di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat kami sampaikan, bahwa dalam rangka pelaksanaan *Penulisan Skripsi* Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Walisongo, maka kami mohon berkenan Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan ijin kepada mahasiswa tersebut di bawah ini untuk melakukan Penelitian Skripsi yang berjudul **"PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU PEMILIH MUDA (GEN Z & MILENIAL) DALAM PEMILU 2024: STUDI KASUS KEMENANGAN PRABOWO GIBRAN DI KOTA SEMARANG"** di tempat/instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Nama : Tegge Kurniawan  
NIM : 2106016116  
Semester : VIII  
Jurusan : Ilmu Politik  
Tempat/ Tgl lahir : Semarang, 18 Oktober 2003  
CP/e-mail : [kurniawantegar03@gmail.com](mailto:kurniawantegar03@gmail.com)  
Nama Ayah/ Ibu : Kuswanti  
Pekerjaan : Swasta  
Alamat : Jl. Abimanyu 6 No 32, RT 03 RW 01, Semarang

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Prof. Dr. Theohkharul Khoir, M.Ag.

Tembusan :  
Dekan FISIP UIN Walisongo

## Lampiran 3 1 Hasil Tabulasi Data Penelitian

A. Tabulasi Variabel X

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 5 | 5 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 47 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 2 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 28 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 42 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 35 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 42 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 33 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 44 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 30 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 38 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 31 |
| 1 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 39 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 40 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 48 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 33 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 44 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 36 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 2 | 35 |

## B. Tabulasi Variabel Y

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 44 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 52 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 23 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 3 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 1 | 39 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 38 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 55 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 2 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 43 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 40 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 2 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 35 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 55 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 54 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 58 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 53 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 52 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 1 | 1 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 1 | 3 | 1 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 52 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 57 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 57 |
| 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 52 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 1 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 56 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 39 |

## Lampiran 4 1. Hasil Pengujian Kuisisioner SPSS

### A. Hasil Uji Validitas

#### 1. Variabel X

##### Correlations

|       |                     | P01    | P02    | P03    | P04    | P05    | P06    | P07    | P08    | P09    | P10    | TOTAL  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| P01   | Pearson Correlation | 1      | .827** | .487** | .516** | .323** | .488** | .406** | .526** | .441** | .400** | .629** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | <.001  | <.001  | <.001  | .001   | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P02   | Pearson Correlation | .827** | 1      | .577** | .613** | .402** | .607** | .437** | .585** | .571** | .469** | .712** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P03   | Pearson Correlation | .487** | .577** | 1      | .885** | .636** | .796** | .656** | .847** | .688** | .711** | .876** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P04   | Pearson Correlation | .516** | .613** | .885** | 1      | .628** | .802** | .650** | .838** | .643** | .660** | .867** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P05   | Pearson Correlation | .323** | .402** | .636** | .628** | 1      | .768** | .627** | .684** | .513** | .619** | .747** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .001   | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P06   | Pearson Correlation | .488** | .607** | .796** | .802** | .768** | 1      | .736** | .875** | .640** | .702** | .891** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P07   | Pearson Correlation | .406** | .437** | .656** | .650** | .627** | .736** | 1      | .775** | .790** | .828** | .861** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P08   | Pearson Correlation | .526** | .585** | .847** | .838** | .684** | .875** | .775** | 1      | .710** | .783** | .923** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P09   | Pearson Correlation | .441** | .571** | .688** | .643** | .513** | .640** | .790** | .710** | 1      | .866** | .853** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P10   | Pearson Correlation | .400** | .469** | .711** | .660** | .619** | .702** | .828** | .783** | .866** | 1      | .876** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| TOTAL | Pearson Correlation | .629** | .712** | .876** | .867** | .747** | .891** | .861** | .923** | .853** | .876** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

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

## 2. Variabel Y

|       |                     | Correlations |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       |                     | P01          | P02    | P03    | P04    | P05    | P06    | P07    | P08    | P09    | P10    | P11    | P12    | TOTAL  |
| P01   | Pearson Correlation | 1            | .871** | .911** | .633** | .665** | .821** | .573** | .596** | .617** | .703** | .722** | .629** | .866** |
|       | Sig. (2-tailed)     |              | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P02   | Pearson Correlation | .871**       | 1      | .791** | .621** | .669** | .814** | .617** | .659** | .583** | .703** | .716** | .651** | .856** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P03   | Pearson Correlation | .911**       | .791** | 1      | .714** | .672** | .830** | .580** | .674** | .664** | .783** | .775** | .696** | .895** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P04   | Pearson Correlation | .633**       | .621** | .714** | 1      | .610** | .599** | .664** | .733** | .673** | .819** | .848** | .835** | .837** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P05   | Pearson Correlation | .665**       | .669** | .672** | .610** | 1      | .812** | .579** | .821** | .718** | .663** | .690** | .735** | .834** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P06   | Pearson Correlation | .821**       | .814** | .830** | .599** | .812** | 1      | .680** | .771** | .722** | .727** | .776** | .665** | .900** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P07   | Pearson Correlation | .573**       | .617** | .580** | .664** | .579** | .680** | 1      | .733** | .789** | .686** | .744** | .623** | .784** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P08   | Pearson Correlation | .596**       | .659** | .674** | .733** | .821** | .771** | .733** | 1      | .729** | .799** | .790** | .865** | .875** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P09   | Pearson Correlation | .617**       | .583** | .664** | .673** | .718** | .722** | .789** | .729** | 1      | .707** | .754** | .629** | .817** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P10   | Pearson Correlation | .703**       | .703** | .783** | .819** | .663** | .727** | .686** | .799** | .707** | 1      | .870** | .878** | .898** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P11   | Pearson Correlation | .722**       | .716** | .775** | .848** | .690** | .776** | .744** | .790** | .754** | .870** | 1      | .793** | .910** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P12   | Pearson Correlation | .629**       | .651** | .696** | .835** | .735** | .665** | .623** | .865** | .629** | .878** | .793** | 1      | .862** |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| TOTAL | Pearson Correlation | .866**       | .856** | .895** | .837** | .834** | .900** | .784** | .875** | .817** | .898** | .910** | .862** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

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

## B. Hasil Uji Reliabilitas

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's             |            |
| Alpha                  | N of Items |
| .974                   | 22         |

## C. Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                          |                                     |                         |
|------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|
|                                          |                                     | Unstandardized Residual |
| N                                        |                                     | 10                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         | Mean                                | .0000000                |
|                                          | Std. Deviation                      | 13.50452806             |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                            | .165                    |
|                                          | Positive                            | .095                    |
|                                          | Negative                            | -.165                   |
| Test Statistic                           |                                     | .165                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                                     | .200 <sup>d</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                                | .616                    |
|                                          | 99% Confidence Interval Lower Bound | .603                    |
|                                          | Upper Bound                         | .628                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 113410539.

## D. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

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

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| 1     | (Constant) | 4.300                       | 3.004      |                           | 1.431  | .156  |
|       | X          | 1.080                       | .072       | .833                      | 14.928 | <.001 |

a. Dependent Variable: Y

## E. Hasil Uji Koefisien Korelasi

**Correlations**

|   |                     | X      | Y      |
|---|---------------------|--------|--------|
| X | Pearson Correlation | 1      | .833** |
|   | Sig. (1-tailed)     |        | <.001  |
|   | N                   | 100    | 100    |
| Y | Pearson Correlation | .833** | 1      |
|   | Sig. (1-tailed)     | <.001  |        |
|   | N                   | 100    | 100    |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## F. Hasil Uji Koefisien Dererminasi

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .833 <sup>a</sup> | .695     | .691              | 5.911                      |

a. Predictors: (Constant), X

## G. Hasil Uji Hipotesis

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| 1     | Regression | 7787.161       | 1  | 7787.161    | 222.844 | <.001 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 3424.549       | 98 | 34.944      |         |                    |
|       | Total      | 11211.710      | 99 |             |         |                    |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

## Lampiran 5 1. F tabel & R tabel

### A. F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

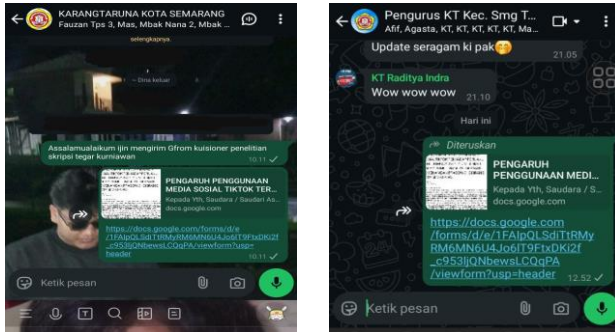
| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                        | 1                       | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13   | 14   | 15   |
| 91                     | 3.95                    | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92                     | 3.94                    | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 93                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 94                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| 95                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 96                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 97                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 98                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 99                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 100                    | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |

### B. R Tabel

| df - (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 51         | 0.2264                                   | 0.2706 | 0.3188 | 0.3599 | 0.4205 |
| 52         | 0.2262                                   | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53         | 0.2240                                   | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54         | 0.2221                                   | 0.2632 | 0.3102 | 0.3411 | 0.4280 |
| 55         | 0.2201                                   | 0.2609 | 0.3074 | 0.3380 | 0.4244 |
| 56         | 0.2181                                   | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57         | 0.2162                                   | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58         | 0.2144                                   | 0.2542 | 0.2997 | 0.3300 | 0.4143 |
| 59         | 0.2126                                   | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60         | 0.2108                                   | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61         | 0.2091                                   | 0.2480 | 0.2923 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62         | 0.2075                                   | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63         | 0.2058                                   | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64         | 0.2042                                   | 0.2422 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65         | 0.2027                                   | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66         | 0.2012                                   | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67         | 0.1997                                   | 0.2369 | 0.2796 | 0.3080 | 0.3876 |
| 68         | 0.1982                                   | 0.2352 | 0.2775 | 0.3059 | 0.3850 |
| 69         | 0.1968                                   | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70         | 0.1954                                   | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71         | 0.1940                                   | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72         | 0.1927                                   | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73         | 0.1914                                   | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74         | 0.1901                                   | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75         | 0.1889                                   | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76         | 0.1878                                   | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77         | 0.1864                                   | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78         | 0.1852                                   | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79         | 0.1841                                   | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80         | 0.1829                                   | 0.2172 | 0.2564 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81         | 0.1818                                   | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82         | 0.1807                                   | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83         | 0.1796                                   | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84         | 0.1786                                   | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85         | 0.1775                                   | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86         | 0.1765                                   | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87         | 0.1755                                   | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88         | 0.1745                                   | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89         | 0.1735                                   | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90         | 0.1726                                   | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91         | 0.1716                                   | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92         | 0.1707                                   | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93         | 0.1698                                   | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94         | 0.1689                                   | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95         | 0.1680                                   | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96         | 0.1671                                   | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97         | 0.1663                                   | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98         | 0.1654                                   | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99         | 0.1646                                   | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100        | 0.1638                                   | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

## Lampiran 6 1 Dokumentasi Penelitian

### A. Penyebaran Kuisisioner Secara Online



### B. Penyebaran Kuisisioner Secara Offline



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



1. Nama : Tegar Kurniawan
2. Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 18 Oktober 2003
3. Alamat : Jl. Abimanyu VI/32 Rt 03 Rw 01  
Kelurahan Pindrikan Lor, Kecamatan  
Semarang Tengah, Kota Semarang
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Laki-laki
6. Prodi : Ilmu Politik
7. Pendidikan
  - a. SD/MI : SDN Bulu Lor Semarang
  - b. SMP : SMPN 25 Semarang
  - c. SMA : SMKN 1 Semarang
8. Pengalaman Organisasi : Pengurus Karang Taruna Kelurahan  
Pindrikan Lor
9. Email : Kurniawantegar03@gmail.com

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini dibuat dengan  
seharusnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 23 Juni 2025

Tegar Kurniawan