

**PENGARUH HUMOR POLITIK DALAM MEDIA *YOUTUBE*  
DEDDY CORBUZIER TERHADAP PERSEPSI POLITIK  
GENERASI Z**

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Ilmu Politik



Oleh :

**Ivan Afik Zain**

1906016080

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

**2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan FISIP UIN Walisongo Semarang

di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Ivan Afik Zain

NIM : 1906016080

Jurusan : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Pengaruh Humor Politik Dalam Media *Youtube* Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Politik Generasi Z

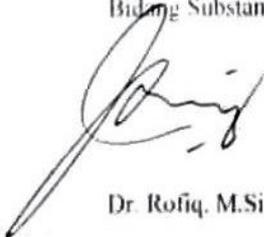
Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 12 Desember 2023

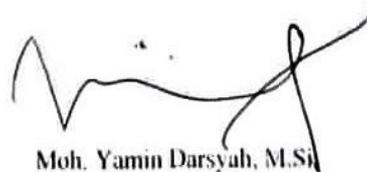
Pembimbing

Bidang Substansi Materi & Tata Tulis



Dr. Rofiq, M.Si

Bidang Metodologi



Moh. Yamin Darsyah, M.Si

**SKRIPSI**  
**PENGARUH HUMOR POLITIK DALAM MEDIA YOUTUBE DEDDY CORBUZIER**  
**TERHADAP PERSEPSI POLITIK GENERASI Z**

Disusun Oleh:

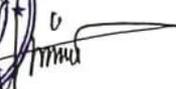
**Ivan Afik Zain**

1906016080

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi  
Pada tanggal 21 Desember 2023 dan dinyatakan lulus

**Susunan Dewan Penguji**



  
Prof. Dr. Ahwan Fanani, M.Ag  
NIP. 197809302003121001

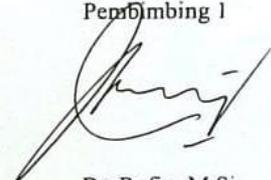
Sekretaris

  
Moh. Yamin Darsyah, M.Si  
NIP. 198409092019031007

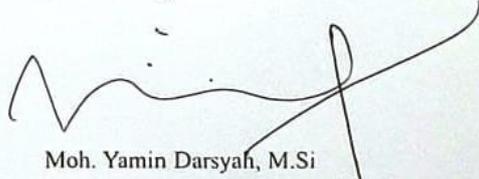
Penguji 1

  
Masrohatun, M.Si  
NIP. 198806212018012001

Pembimbing 1

  
Dr. Rofiq, M.Si  
NIP. 197303052023211007

Pembimbing 2

  
Moh. Yamin Darsyah, M.Si  
NIP. 198409092019031007

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 12 Desember 2023



Ivan Afik Zain

NIM. 1906016080

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah wa syukurillah*, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi “Pengaruh Humor Politik Dalam Media *Youtube* Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Politik Generasi Z” dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad *Shallallahu`alaihi Wa Sallam* serta kepada para keluarga dan para sahabatnya. Semoga kita termasuk dalam golongan yang menerima syafa'atnya di akhirat kelak.

Penyusunan skripsi ini bertujuan guna memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki oleh penulis. Meskipun demikian, penulis berharap pada penulisan skripsi ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan bagi akademisi dan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Berkat usaha dan kerja keras serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan dorongan maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih tiada batasnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Ibu Dr. Hj. Misbah Zulfa Elisabeth, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Drs. H. Nur Syamsudin M.A selaku ketua Program Studi Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Solkhah Mufrikah M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberi banyak dukungan dalam mencari judul skripsi.

5. Bapak Dr. Rofiq, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Moh. Yamin Darsyah M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini dengan baik.
7. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu pada penulis selama berproses di perguruan tinggi ini.
8. Alm. Bapak Zaenudin dan Ibu Muklisah selaku orang tua tercinta dari penulis. Terima kasih telah memberikan segala bentuk dukungan secara moral, material, serta do'a yang selalu dipanjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*. Terima kasih telah menjadi *support system* terbaik dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Saudara kandung tercinta dari penulis yaitu Nabil Rafi Zain dan Alvin Rozzaq yang telah memberikan dukungan dalam segi moral, material, dan do'a.
10. Kepada keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta do'anya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Kepada teman-teman penulis yaitu Silfi Auliya An Nisa, Salsabilla Firdausiyyah, Bayu Trijaya Poetra Pratama, Bayu Rafi Firmasyah, Eky Pradipta, Muhammad Abdul Azis, Muhammad Ahlan Kalasuba, dan Hafied Amril yang selalu ada untuk penulis dan telah memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sholikhah yang telah memberikan dukungan, motivasi, pengingat, dan menemani peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
13. Sahabat dari SMAN 75 yaitu Dewi Maryani yang telah membantu penulis untuk menempuh pendidikan sarjana.
14. Teman - teman yang berada di Jakarta Utara yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan support, canda, dan tawanya sehingga penulis dapat membangkitkan rasa semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
15. Keluarga KKN Mandiri Misi Khusus Kelompok 35 UIN Walisongo Semarang yang menjadi bagian dari kisah perjalanan penulis selama berproses di perguruan tinggi ini.
16. Teman-teman satu angkatan 2019 program studi Ilmu Politik yang telah memberikan pembelajaran selama berproses dan memberikan dukungan kepada penulis.
17. Teman – teman FKJMU serta beasiswa Kartu Jakarta Mahasiswa Unggul (KJMU) yang telah membantu penulis dalam bantuan dana kuliah sehingga penulis bisa sampai detik ini dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

18. Segenap informan yang telah bersedia membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
19. Segenap pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan kepenulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian, ucapan terimakasih yang penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam menyelesaikan kepenulisan skripsi ini. Semoga segala amal, bantuan dan kebaikan dari berbagai pihak di atas dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang setimpal dan melimpah. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Aamiin.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

## PERSEMBAHAN

Segenap usaha dan beriringan ucapan syukur penulis panjatkan pada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, atas karunia-Nya ini penulis dapat menyelesaikan kepenulisan skripsi. Penulis mendedikasikan skripsi ini teruntuk :

1. Kedua orang tua tercinta dan terkasih dari penulis yaitu Alm. Bapak Zaenudin dan Ibu Muklisah yang selama ini telah menjadi sesosok orang tua yang mampu mendidik penulis serta memberikan nasihat, motivasi serta dukungan dalam nilai material maupun immaterial serta senantiasa mendo'akan penulis yang dipanjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*. Terima kasih atas kasih sayang tiada henti sampai saat ini.
2. Dua saudara dan terkasih penulis yaitu Nabil Rafi Zain dan Alvin Rozzaq yang telah memberikan support selama penulisan skripsi ini.
3. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat dari SMAN 75 yaitu Dewi Maryani yang telah membantu penulis untuk melanjutkan pendidikan sarjana.
5. Kawan-kawan penulis yaitu Silfi Auliya An-Nisa, Salsabila Firdausiyyah, Bayu Trijaya Poetra Pratama, Bayu Rafi Firmasyah, Muhammad Abdul Azis, dan Muhammad Ahlan Kalasuba telah kebersamai penulis selama berproses di UIN Walisongo.
6. Saudari Sholikhah yang telah menjadi *support system* penulis dalam pengerjaan skripsi. Terima kasih karena sudah mau bersabar dalam membantu penulis serta meluangkan waktu, tenaga dan pikiran. Terima kasih telah memotivasi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

## MOTTO

“Keberuntungan adalah ketika kesempatan bertemu dengan kemampuan. Kemampuan bisa diasah, kesempatan bisa dicari. Jadi pada dasarnya keberuntungan bisa diciptakan”.

**(Dzawin Nur Ikram)**

Ayat Al-Qur'an surah Al-Insyirah : 5-6 yang berbunyi :

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

**(QS. Al-Insyirah: 5-6)**

"Seseorang yang putus asa melihat kesulitan dalam setiap kesempatan, tetapi orang yang optimis melihat peluang dalam setiap kesulitan."

**(Ali bin Abi Thalib)**

## ABSTRAK

Kemudahan teknologi membuat generasi Z dapat mengakses informasi tentang berbagai hal dan salah satunya adalah politik di media sosial dalam satu waktu. Isu-isu politik yang disajikan kerap kali terkesan serius dan membosankan. Namun, hal tersebut menjadi inovasi bagi Deddy Corbuzier untuk menyajikan isu-isu politik yang dibalut dengan komedi atau lawakan pada media *youtube*. Acara tersebut dinamakan SOMASI (*Stand On Mic Take It Easy*) yang menampilkan komika untuk melakukan *stand up* yang mengandung kritikan berdasarkan keresahannya serta ORMAS (Obrolan Masyarakat) yang menyajikan perdebatan antara tim pro dan kontra mengenai isu-isu politik yang sedang terjadi.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi politik, humor politik, dan persepsi. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode campuran (mix metode) dengan mengumpulkan data melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Sementara teknik analisis data yang digunakan yakni secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan uji SPSS seperti uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji hipotesis, uji linearitas, uji validitas dan uji reliabilitas. Pada analisis kualitatif yakni mereduksi data dan menguraikan data sehingga dari analisis kualitatif dan kuantitatif diperoleh kesimpulan yang kompleks.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji SPSS menyatakan terdapat pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $F_{83,950} > F_{tabel\ 3,938}$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kemudian, besaran pengaruh tersebut yakni 46,1% variabel y dapat dijelaskan pada variabel x sedangkan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Apabila dianalisis mendalam yaitu konten SOMASI dan ORMAS termasuk dalam kriteria seni humor lakuan. Penyajian konten tersebut adalah bentuk komunikasi politik yang di dalamnya terdapat unsur retorika politik, propaganda politik, dan tindakan politik. Konten SOMASI dan ORMAS berpengaruh pada persepsi generasi Z karena memunculkan faktor fungsional, faktor struktural, dan faktor perhatian.

Kata kunci : Humor Politik, Persepsi Politik, Generasi Z, Konten SOMASI dan ORMAS, Media *Youtube* Deddy Corbuzier

## **ABSTRACT**

*The ease of technology means Z generation can access information about various things, one of which is politics, on social media at one time. The political issues presented often seem serious and boring. However, this was an innovation for Deddy Corbuzier to present political issues wrapped in comedy or jokes in the youtube media. The event is called SOMASI (Stand On Mic Take It Easy) which features comics to perform stand up which contains criticism based on concerns and ORMAS (Obrolan Masyarakat) which presents debates between pro and con teams regarding current political issues.*

*This research uses political communication theory, political humor, and perception. The research method used is a mixed method by collecting data through questionnaires, interviews and observation. Meanwhile, the data analysis techniques used are quantitative and qualitative. Quantitative analysis was carried out using SPSS tests such as normality test, simple linear regression test, hypothesis test, linearity test, validity test and reliability test. In qualitative analysis, namely reducing data and describing data so that from qualitative and quantitative analysis complex conclusions are obtained.*

*Based on the results of the research that has been carried out, it can be concluded that the SPSS test results show that there is the influence of political humor in the Deddy Corbuzier's youtube media regarding the political perception of generation Z. This can be seen from the value equal to  $F_{count} 83,950 > F_{table} 3.938$  then it can be concluded that  $H_1$  accepted and  $H_0$  rejected. Then, the magnitude of the influence, namely 46.1% of variable y, can be explained by variable x, while the remaining 53.9% is influenced by other variables. If analyzed in depth, the content of SOMASI and ORMAS is included in the criteria for the art of humor. The presentation of this content is a form of political communication which contains elements of political rhetoric, political propaganda, and political action. The content of SOMASI and ORMAS influences the perception of generation Z because it raises functional factors, structural factors and attention factors.*

*Keywords : Political Humor, Political Perception, Z Generation, SOMASI and ORMAS Content, Deddy Corbuzier's YouTube Media*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Tinjauan Pustaka.....	5
E. Sistematika Kepenulisan.....	13
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>16</b>
A. Teori Komunikasi Politik.....	16
1. Konsep Komunikasi Politik .....	16
2. Bentuk Komunikasi Politik.....	16
B. Teori Humor.....	21
1. Konsep Humor .....	21
2. Macam-macam Humor .....	21

C. Teori Persepsi.....	22
1. Perhatian.....	22
2. Faktor Fungsional Yang Mempengaruhi Persepsi .....	23
3. Faktor Struktural Yang Mempengaruhi Persepsi .....	24
D. Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	27
B. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	27
C. Sumber dan Jenis Data.....	30
D. Populasi dan Sampel.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Kuesioner .....	31
2. Wawancara.....	36
3. Observasi.....	37
F. Validitas dan Reliabilitas Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	39
1. Analisis Data Kuantitatif.....	39
a. Uji Prasyarat Analisis.....	39
b. Uji Hipotesis .....	39
2. Analisis Data Kualitatif.....	40
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM MEDIA <i>YOUTUBE</i> DEDDY CORBUZIER DAN GENERASI Z.....</b>	<b>41</b>
A. Media <i>Youtube</i> Deddy Corbuzier.....	41
1. Konsep Media <i>Youtube</i> .....	41
2. Profil <i>Youtube</i> Deddy Corbuzier dan Konten <i>Youtube</i> Deddy Corbuzier .....	43
B. Generasi Z.....	48
1. Konsep Generasi Z.....	48
2. Populasi Generasi Z di Indonesia .....	50
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>

A. Identitas Responden .....	53
B. Hasil Kuesioner Variabel $X_1$ /Humor Politik .....	55
C. Hasil Kuesioner Variabel $Y_1$ /Persepsi Politik .....	64
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
E. Hasil Analisis Data .....	80
1. Uji Prasyarat Analisis .....	80
a. Uji Normalitas.....	80
b. Uji Linearitas .....	81
2. Uji Hipotesis .....	82
a. Regresi Linear Sederhanan dan Uji T .....	83
b. Koefisien Determinasi .....	84
F. Analisis dan Diskusi .....	85
G. Keterbatasan Penelitian.....	98
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan .....	99
B. Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>120</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Pada Kuesioner .....	32
Tabel 3.2 Kisi - Kisi Instrumen Penelitian Variabel X .....	33
Tabel 3.3 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian Variabel Y .....	35
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Variabel X <sub>1</sub> (Humor Politik) .....	73
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Variabel Y <sub>1</sub> (Persepsi Politik) .....	76
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel X <sub>1</sub> (Humor Politik) .....	80
Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Y <sub>1</sub> (Persepsi Politik) .....	80
Tabel 5.5 Hasil Uji Normalitas .....	81
Tabel 5.6 Hasil Uji Linearitas .....	82
Tabel 5.7 Hasil Uji Serentak (Uji F) .....	83
Tabel 5.8 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	83
Tabel 5.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	84
Tabel 5.10 Interpretasi Nilai R Square .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis Alasan Menggunakan Internet .....	1
Gambar 1.2 Konten Yang Sering Diakses Pengguna Internet.....	2
Gambar 4.1 Media Sosial Yang Sering Digunakan .....	42
Gambar 4.2 Video Platform Yang Sering Digunakan .....	42
Gambar 4.3 Konten SOMASI Marshel Widiyanto.....	44
Gambar 4.4 Konten SOMASI Dengan Mamat Alkatiri.....	44
Gambar 4.5 Konten SOMASI Terakhir Bersama Aji Pratama.....	45
Gambar 4.6 Video Alasan SOMASI Berakhir.....	45
Gambar 4.7 Konten ORMAS Pertama Tentang Hukuman Mati Di Indonesia.....	47
Gambar 4.8 Konten ORMAS Tentang Bayar Pajak .....	47
Gambar 4.9 Konten ORMAS Tentang Kita Masih Merdeka .....	48
Gambar 4.10 Infografis Hasil Sensus Penduduk 2020 .....	50
Gambar 4.11 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia.....	51
Gambar 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Tahun Lahir .....	54
Gambar 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan .....	54
Gambar 5.3 Identitas Responden Berdasarkan Konten Media <i>Youtube</i> Deddy Corbuzier .....	55
Gambar 5.4 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 1 Variabel $X_1$ .....	56
Gambar 5.5 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 2 Variabel $X_1$ .....	57
Gambar 5.6 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 3 Variabel $X_1$ .....	58
Gambar 5.7 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 4 Variabel $X_1$ .....	59
Gambar 5.8 Hasil Kuesioner Pernyataan Nomor 5 Variabel $X_1$ .....	60
Gambar 5.9 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 6 Variabel $X_1$ .....	61
Gambar 5.10 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 7 Variabel $X_1$ .....	62
Gambar 5.11 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 8 Variabel $X_1$ .....	63

Gambar 5.12 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 1 Variabel $Y_1$ .....	65
Gambar 5.13 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 2 Variabel $Y_1$ .....	66
Gambar 5.14 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 3 Variabel $Y_1$ .....	67
Gambar 5.15 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 4 Variabel $Y_1$ .....	68
Gambar 5.16 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 5 Variabel $Y_1$ .....	69
Gambar 5.17 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 6 Variabel $Y_1$ .....	70
Gambar 5.18 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 7 Variabel $Y_1$ .....	71
Gambar 5.19 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 8 Variabel $Y_1$ .....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji SPSS.....	106
Lampiran 2 Kriteria Perhitungan Nilai R Tabel .....	111
Lampiran 3 Kriteria Perhitungan Nilai F Tabel .....	112
Lampiran 4 Kriteria Perhitungan Nilai T Tabel.....	113
Lampiran 5 Daftar Pertanyaan Wawancara .....	113
Lampiran 6 Data Identitas Narasumber .....	114
Lampiran 7 Link Kuesioner .....	115
Lampiran 8 Hasil Kuesioner Penelitian (Google Drive) .....	115
Lampiran 9 Kuesioner.....	115
Lampiran 10 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	116
Lampiran 11 Dokumentasi Wawancara.....	117

# BAB I

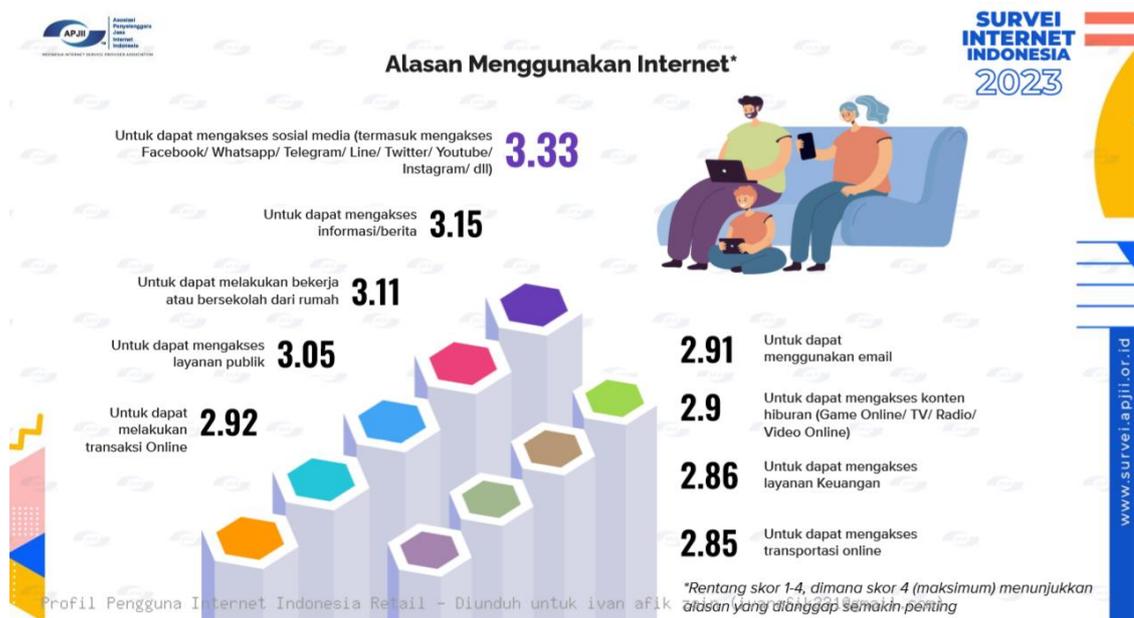
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan kemajuan teknologi begitu sangat cepat, terkhusus pada teknologi komunikasi dan informasi. Kemudahan untuk saling berinteraksi antar manusia dan kemudahan untuk mencari informasi menjadikan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sangat penting. Teknologi tersebut dibutuhkan ketika jarak antar manusia yang begitu jauh atau tidak memungkinkan untuk memberikan informasi atau interaksi secara langsung menjadi mungkin. Pada akhirnya, teknologi komunikasi dan informasi terus berkembang dan hingga saat ini tanpa disadari teknologi seperti *gadget* dan internet ini menjadi kebutuhan sehari-hari dalam menjalankan aktivitas baik kalangan muda hingga tua memakai teknologi tersebut (Sinaga, 2019).

Hasil infografis Survei Penetrasi dan Perilaku Internet Tahun 2023 yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) bersumber pada Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) terkait alasan atau tujuan pengguna dalam mengakses layanan internet yakni sebagai berikut:

*Gambar 1.1 Infografis Alasan Menggunakan Internet*



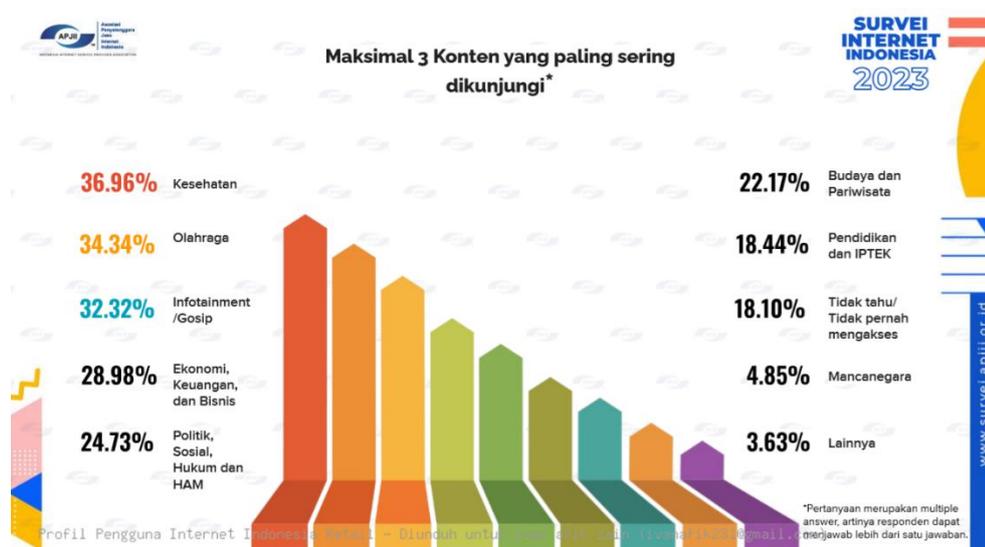
Sumber : Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII)

Data di atas menjelaskan bahwa alasan utama para pengguna mengakses internet adalah untuk mengakses sosial media seperti *whatsapp*, *telegram*, *instagram*, *facebook*,

youtube, dan lain lain. Sementara pada urutan kedua adalah untuk dapat mengakses berita ataupun informasi (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023). Dengan demikian, adanya teknologi yang begitu cepat dan digunakan oleh setiap orang mampu memberikan perubahan serta menyediakan informasi yang dapat diakses dan dijangkau semua orang.

Kemudahan dalam mengakses informasi dari jaringan internet dan media sosial seharusnya membuat generasi Z melek akan pengetahuan terbaru dan terkini terutama terkait perpolitikan di Indonesia. Namun, survey yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2023 menggambarkan infografis tiga konten atau informasi yang dikunjungi oleh para pengguna internet. Berikut infografisnya :

**Gambar 1.2 Konten Yang Sering Diakses Pengguna Internet**



Sumber : Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII)

Mengacu infografis tersebut, data menunjukkan bahwa pada urutan pertama, pengguna internet seringkali mengakses konten atau informasi yang berisi kesehatan sebesar 36,96%. Kemudian, pada urutan kedua yakni informasi tentang olahraga sebesar 34,34%. Pada urutan ketiga, konten berisi *infotainment* ataupun gossip sebesar 32,32%. Sementara, pengguna internet yang mengakses informasi atau konten terkait politik sebesar 24,73% dan berada di urutan yang kelima (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023). Data tersebut juga diperkuat oleh survei yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian Milenium (LPMM) pada tahun 2021, Daniel Zafnat selaku Direktur menyatakan sekitar 20,3% masyarakat tertarik pada politik dan mengikuti diskusi politik. Sementara, 72,9% masyarakat mengaku sangat tidak tertarik berita

politik pemerintahan (Tranggana, 2021). Dengan demikian, berita atau informasi politik saat ini kurang diminati oleh masyarakat Indonesia Terlebih saat ini isu-isu politik di Indonesia dapat dikatakan kurang baik yakni berita tentang masyarakat yang enggan membayar pajak dikarenakan adanya kasus dirjen pajak yang menyelewengkan laporan kepemilikan harta, tidak patuh bayar pajak, adanya pencucian uang, dan menerima suap. Hal tersebut, membuat generasi Z memandang perpolitikan di Indonesia sangat buruk.

Data – data tersebut menjelaskan minimnya minat generasi Z terhadap isu politik, meskipun demikian terdapat inovasi tentang penyampaian kritik politik yang biasanya selalu mencekam atau serius, namun inovasi ini menghadirkan kritik politik dengan gaya jenaka atau bisa disebut humor politik. Pada buku berjudul “*Humor Dalam Kehidupan*” tahun 1989, Suhadi mengutip pendapat dari Arwah Setiawan terkait “humor” adalah perasaan yang membuat kita tertawa atau tertawa secara mental, hal ini dapat berupa kesadaran, rasa yang ada dalam diri kita (*sense of humor*). Hal tersebut terjadi karena adanya humor yang ditampilkan secara mental bukan secara fisik berupa mengilik-gilik yang menimbulkan rasa tawa lepas atau sekedar tawa biasa (Rahmanadji, 2009).

Humor politik menurut Ofer Feldman adalah aspek penting yang ada dalam bahasa politik. Humor politik merupakan komedi, lelucon, karikatur, atau *satire* yang ditujukan kepada suatu rezim pemerintahan, institusi, dan sistem politik. Humor politik dapat menjadi media masyarakat untuk menyatakan rasa kecewa mereka pada pejabat publik maupun institusi pemerintahan (Feldman, 2005). Humor politik sebagai inovasi penyampaian kritik sudah mulai banyak dipertontonkan dalam media sosial salah satunya yaitu media kanal *youtube* Deddy Corbuzier. Dalam kanal *youtube* Deddy Corbuzier menampilkan sebuah acara humor politik yang awalnya diberi nama SOMASI (*Stand On Mic Take It Easy*) menjadi ORMAS (Obrolan Masyarakat).

Humor politik yang disajikan oleh Deddy Corbuzier bertemakan SOMASI muncul pada tanggal 21 November 2021 dengan penampil pertamanya yaitu Marshel Widianto. Acara tersebut dibentuk karena Indonesia tengah mengalami wabah pandemi Covid-19 sehingga masyarakat harus di rumah dan merasa jenuh dan serta bosan. Oleh sebab itu, perlu adanya sebuah acara yang menarik untuk ditonton. Acara tersebut mengundang seseorang yang tampil untuk *stand up* yang disebut sebagai komika. Pada awal acara, host akan membuka dengan membacakan berita-berita terkini lalu dilanjutkan oleh sang komika. Komika yang diundang oleh Deddy Corbuzier menampilkan sebuah

*stand up* yang bertemakan isu-isu yang ingin diangkat oleh sang komika. Acara SOMASI diberhentikan serta digantikan dengan acara ORMAS.

Acara ORMAS (Obrolan Masyarakat) dengan slogan “*di mana ada masalah di situ ada ORMAS*” merupakan program terbaru Deddy Corbuzier di media sosial *youtubeny*. Acara tersebut masih identik dengan acara sebelumnya yakni SOMASI, namun yang membedakan adalah acara ini mengundang empat orang komika atau *public figure* di mana kemudian keempat orang tersebut dibagi menjadi tim pro dan tim kontra. Dari kedua tim ini, baik pro maupun kontra memperdebatkan tentang isu-isu terkini dan hangat yang sedang dibicarakan serta telah ditentukan oleh Deddy Corbuzier. Adanya acara atau program tersebut tentu memberikan nuansa baru dikarenakan humor yang disajikan berkaitan dengan fenomena perpolitikan.

Kemunculan inovasi di atas membuat penulis berfokus pada dua hal yakni pertama, pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z. Dikatakan demikian karena melihat perkembangan teknologi terutama media sosial berkaitan informasi-informasi contohnya yakni media sosial *youtube* Deddy Corbuzier yang menampilkan informasi politik yang dikemas secara humor, sehingga dapat dilihat adakah pengaruh media sosial *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z mengenai politik yang disampaikan dalam bentuk komedi atau humor. Kedua, seberapa besar pengaruh humor politik Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z. Generasi Z sebagai *agent of change* bagi Indonesia dan pemimpin selanjutnya di masa depan memiliki urgensi di mana mereka harus paham keadaan atau situasi terkini perpolitikan di Indonesia. Situasi terkini perpolitikan di Indonesia dapat dilihat dari informasi-informasi yang tersebar di media sosial contohnya *youtube* Deddy Corbuzier.

Perkembangan teknologi terkhusus pada informasi-informasi politik yang tersebar secara cepat melalui media sosial. Salah satu contohnya adalah informasi politik yang disampaikan dalam kanal *youtube* Deddy Corbuzier dalam acara ORMAS (Obrolan Masyarakat) yang dikaitkan dengan pengaruhnya terhadap persepsi politik generasi Z. Maka dari itu, penulis tertarik pada topik yang berjudul “*Pengaruh Humor Politik Dalam Media Youtube Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Politik Generasi Z*”. Topik tersebut perlu dikaji karena memiliki arti penting bahwa politik sering kali dikaitkan dengan hal yang buruk, serius, dan hanya untuk *elite* politik. Namun, hal tersebut dipatahkan dengan adanya inovasi yang ditampilkan dalam kanal *youtube* Deddy Corbuzier yakni politik yang disampaikan dalam bentuk humor dalam acara

ORMAS. Selain itu, acara tersebut bertujuan untuk memberikan informasi-informasi politik di Indonesia salah satunya kepada generasi Z agar mereka juga tidak apatis dan mereka mau untuk mengaspirasikan pendapat mereka terhadap perpolitikan di Indonesia.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa pertanyaan yakni sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z?
2. Seberapa besar pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisa apakah terdapat pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z.
- b. Untuk menganalisa seberapa besar pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Studi penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan ilmu politik serta memperkaya literatur dalam konteks perpolitikan terutama mengenai humor politik pada generasi Z. Studi ini juga dapat menjadi bahan *referensi* atau sumber rujukan bagi peneliti selanjutnya.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan penjelasan terkait pandangan politik generasi Z dan mengetahui ketertarikan generasi Z terhadap humor politik di media *youtube* Deddy Corbuzier. Adanya studi penelitian ini juga dapat menggambarkan terkait pengaruh humor politik yang dikemas melalui media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z. Generasi Z diharapkan bisa memberikan kontribusi untuk perpolitikan yang mendatang.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Pada bagian ini, penulis mengkaji informasi dari peneliti terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dikaji oleh penulis. Hal tersebut dapat diartikan sebagai *literature review*. Tujuan dari *literature review* adalah untuk menghindari

adanya kesamaan dalam penelitian yang tengah penulis lakukan dan memberikan sudut pandang lain dari peneliti sebelumnya. Penulis mengklasifikasikan kajiannya ke dalam tiga macam yakni kajian humor politik, generasi Z, dan persepsi politik. Berikut ini kajian peneliti terdahulu :

### **1. Humor Politik**

Pertama, penelitian yang dikaji oleh Irwanto, Intan Leliana, Laurensia Retno H (2019) yang mengangkat “*Kritik Dalam Humor Meme Nurhadi-Aldo Era Demokrasi Digital*”. Tulisannya mengkaji mengenai *meme* Nurhadi-Aldo sebagai calon presiden dan wakil presiden fiktif yang tersebar di media sosial *twitter*. Dalam hal ini, *meme* tersebut dikemas dengan humor yang ditujukan untuk mengkritik kondisi yang terjadi. Adapun hasilnya adalah *meme* Nurhadi-Aldo yang beredar di *twitter* hanyalah *meme* biasa. Namun, melalui visualisasi gambar dan kata-kata dalam *meme* mengandung humor dengan gaya satirnya sehingga mencerminkan keadaan pada kontestasi pemilihan presiden tahun 2019. *Meme* ini dapat mencairkan komunikasi politik yang selama ini terjadi (Irwanto, Leliana, & Retno H, 2019).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Novrita Widiyastuti (2021) yang berjudul “*Wacana Humor Pada Tagar #Matanajwamentiterawan Di Twitter*”. Dalam kajiannya mengangkat tentang video #matanajwamentiterawan dan cuitan dari netizen yang membentuk dialog humor baru di media sosial *twitter*. Hasil dari penelitian ini adalah konten berupa video mata najwa menanti terawan yang bermaksud mengkritisi kondisi sosial politik menggunakan humor. Dalam proses konten tersebut membentuk wacana humor-humor baru yang dapat melepas rasa ketegangan. Dialog humor dalam bentuk sindiran menjadi pilihan dalam menyampaikan sebuah kritik dengan gaya humor. Hasilnya, penyampaian kritik bersifat humor lebih dapat diterima oleh publik. Ini dibuktikan dengan adanya tagar #matanajwamentiterawan banyak menggunakan *meme*. Hal tersebut menjadi gaya baru yang disukai oleh generasi milenial dan juga generasi Z dalam media sosial *twitter* sebagai bentuk aksi terhadap politik (Widiyastuti, 2021).

Ketiga, penelitian yang dikaji oleh Theresia Octastefani, Bayu Mitra A. Kusuma yang (2020) mengangkat “*Satu Dekade Stand-up Comedy Di Indonesia : Anak Muda, Kreativitas Humor, Dan Kritik Politik*”. Tulisannya mengkaji tentang kritik politik dalam bentuk *stand-up comedy* yang ada di Indonesia. Dalam keadaan masyarakat yang sedang sensitif, muncul penyampaian kritik politik dengan gaya

humor kreatif atau bisa disebut sebagai *stand-up comedy*. Adanya *stand-up comedy* bertujuan untuk menampilkan sebuah kritik politik yang dikemas secara santai dan ringan melalui kreasi retorik dan linguistik yang bertujuan kepada pengendalian emosi. Hal tersebut, jika dilihat dalam sudut pandang teori retorika bahwa *stand-up comedy* menunjukkan adanya komunikasi politik yang dikemas secara kreatif yang hasilnya membuat minat anak muda untuk lebih peka terhadap perpolitikan di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dalam satu dekade terakhir, popularitas kritik politik di Indonesia yang disampaikan melalui *stand-up comedy* berhasil memainkan ironi, *simile*, paradoks, analogi dan berbagai majas untuk mengkritik keadaan politik Indonesia yang belum bisa dikatakan mencapai demokrasi ideal. Lalu, *stand-up comedy* tersebut jika dilihat dari lima tujuan retorika meliputi *to inform*, *to inspire*, *to convince*, *to actuate*, dan *to entertain* semua berjalan sesuai dengan tujuan retorika (Octastefani & A.Kusuma, 2020).

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Siti Salsabila Adha, Adi Bayu Mahadian (2021) yang berjudul “*Analisis Meme Politik Among Us #DPRIMPOSTOR (Analisis Semiotika Meme Among Us #DPRIMPOSTOR Dalam Perbincangan Isu Politik Di Twitter)*”. Dalam kajiannya mengangkat tentang *meme* politik dengan istilah “impostor” yang pada saat itu terdapat sebuah *game* yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat yakni Among Us serta dibarengi dengan UU Cipta Kerja yang akan disahkan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa isi konten *meme* parodi ilustrasi tentang permainan Among Us dengan menjadikan pemerintah sebagai impostor yang merupakan peran antagonis dari permainan tersebut. *Meme #DPRImpostor* diperuntukkan pada topik yang sedang trending yaitu mengenai kontra RUU Cipta Kerja, Puan Maharani yang mematikan mic, dan cara bekerja DPR RI. Dengan adanya *meme* tersebut akhirnya memberikan citra negatif terhadap DPR serta mengajak masyarakat untuk kontra terhadap *omnibus law* (Adha & Mahadian, 2021).

Kelima, studi yang dilakukan oleh Arie Ramdhan Romadoni dan M. E. Fuady yang berjudul “*Humor Politik Dalam Acara E-Talkshow Tv One*”. Studinya tersebut mengangkat tanda denotasi dan konotasi yang ada di acara E-Talkshow Tv One mengingat acara tersebut sangat unik dan menarik sehingga mampu memanjakan penonton dari kejenuhan yang disajikan oleh bintang tamu ataupun pemain di dalamnya. Hasil dari kajiannya yakni tanda denotasi pada acara E-Talkshow Tv One dengan adanya makna secara langsung berupa satir, sindiran,

dan juga humor yang dilihat dari penyampaian pesan tersirat dialog antara host dan bintang tamu. Sementara konotasi humor politik pada acara tersebut yaitu adanya makna secara tidak langsung di mana pada saat penyampaian dari *host* dan dialog yang terjadi dalam episode tersebut (Romadoni & Faudy, 2022).

## 2. Generasi Z

Pertama, kajian yang dilakukan oleh Afrizal Mufti, dan kawan-kawan dengan judul “*Wacana Humor Toleransi Beragama Dalam Sudut Pandang Gen-Z: Studi Kasus Pertemanan Beda Agama*” tahun 2022. Peneliti tersebut mengkaji tentang humor sebagai ekspresi sikap toleransi beda agama dan wadah untuk menginisiasi tindakan toleransi antar umat beragama. Kajiannya juga memaparkan mengenai sudut pandang dari generasi Z mengenai toleransi beragama yang dikemas dengan humor. Hasil dari kajiannya menjelaskan bahwa adanya wacana humor pada sekumpulan remaja pada lingkaran pertemanan yang terdapat perbedaan agama dapat meminimalisir bentuk-bentuk sikap intoleransi selama tidak menyalahi aturan atau keyakinan dari individu atau kelompok tertentu. Humor positif yang disampaikan menjadi media untuk membina sikap toleransi beragama yang kuat dan mudah diterima. Sementara itu, sudut pandang generasi Z terhadap toleransi beragama yakni masih adanya permasalahan di media sosial terkait kurangnya sikap toleransi agama yang tersebar berupa foto, video, tulisan, infografis, dan lain sebagainya. Masih banyak orang yang menginginkan keyakinannya juga diyakini orang lain secara paksa serta memaksa sudut pandang mereka haruslah sama (Mufti, Al Azis, & Hasanah, 2022).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Ichlas El Qudsi dan Ilham Ayatullah Syamtar berjudul “*Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)*” tahun 2020. Penelitiannya membahas tentang bagaimana generasi Z memakai *instagram* sebagai sumber pengetahuan dan media komunikasi politik dalam hal ini konteksnya adalah informasi politik pada pemilihan presiden tahun 2019. Adapun hasil penelitiannya adalah pada pemilihan presiden tahun 2019, generasi Z sebagai kelompok yang mendapat perhatian dikarenakan empat hal diantaranya pergeseran preferensi pelaku politik di mana dalam kegiatan komunikasi menggunakan media sosial sebagai alatnya, generasi Z sebagai generasi paling aktif di media sosial, generasi Z sebagai pemilih pemula, dan generasi Z memiliki keunikan dalam menyikapi isu-isu terkait politik. Generasi Z menggunakan

*instagram* saat momentum pemilihan presiden tahun 2019 sebagai barometer untuk mengetahui dan mengamati isu-isu apa yang hangat dibicarakan oleh khalayak sehingga mereka mengikuti perkembangannya. Meskipun demikian, generasi Z cenderung enggan berkomentar, membagikan ulang, membuat atau memodifikasi konten yang berkaitan tentang informasi politik. Hal ini dikarenakan generasi tersebut tidak ingin meninggalkan jejak digital dan generasi Z lebih memilih untuk berdiskusi secara *offline* dengan teman ataupun keluarga (El Qudsi & Syamdar, 2020).

Ketiga, topik penelitian yang diteliti oleh Patricia Robin, dan kawan-kawan pada tahun 2022 dengan judul “*Gen-Z Perspective On Politics: High Interest, Uninformed, and Urging Political Education*”. Penelitian tersebut membahas mengenai bagaimana perspektif generasi Z terhadap politik mengingat generasi tersebut sebagai pemilih pemula dan sasaran para *elite* politik untuk merebut suaranya. Hasil penelitiannya adalah generasi Z memandang politik sebagai cara untuk meraih kekuasaan serta politik identik dengan istilah negatif. Negatif ini dimaksudkan pada kekuasaan yang diperoleh dengan menghalalkan segala cara dan terdapat pengaruh dengan adanya kegaduhan di tingkat nasional dan daerah. Terlepas dari hal tersebut, generasi Z menyatakan bahwa mereka memiliki ketertarikan pada perpolitikan. Akan tetapi, mereka kurang memiliki pengetahuan terkait bagaimana bergabung pada partai politik, dan sebagainya. Sementara itu, perspektif generasi Z terhadap partai politik yakni partai tidak sejalan dengan fungsinya. Generasi tersebut memandang bahwa partai politik hanya media yang sah untuk mendapatkan kekuasaan dan suatu kelompok yang memiliki agenda tersembunyi. Selain itu, generasi Z memandang kelompok orang dalam partai politik hanya diisi oleh kaum *elite*. Oleh karena itu, generasi Z menginginkan adanya pendidikan politik sebagaimana fungsi dari partai politik dan tidak hanya informasi seputar kasus atau berita politik yang tersebar di media sosial. Generasi Z merasa partai politik harus memiliki tanggung jawab guna memberikan pendidikan politik yang lebih mendalam (Robin, Alvin, & Hasugian, 2022).

Keempat, studi penelitian dari Febri Choiru Rozikin dan Moes Glorino Rumambo Pandin tahun 2021 berjudul “(Rozikin & Pandin, 2021)”. Penelitiannya mengungkapkan bagaimana meme sejarah dapat meningkatkan rasa nasionalisme generasi Z di Indonesia. Studinya menghasilkan bahwa *meme* berupa foto yang diselengi candaan atau humor dapat meningkatkan rasa nasionalisme dengan cara

mengkolaborasikannya pada media pendidikan sejarah sebagai penanaman nilai-nilai kebangsaan atau disebut *meme* sejarah. *Meme* yang lucu berkolaborasi dengan cerita sejarah untuk menceritakan nilai sejarah di masa lampau tentu memberikan pengetahuan yang informatif dan menghibur. *Meme* sejarah yang disebar melalui media dapat menjadi solusi generasi Z untuk memiliki rasa nasionalisme. Oleh sebab itu, generasi Z diharapkan untuk terlibat aktif dalam menyebarkan *meme* sejarah di internet pada saat ini (Rozikin & Pandin, 2021).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Heni Putri Yolanda dan Umar Halim pada tahun 2020 tentang “*Partisipasi Politik Online Generasi Z Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019*”. Penelitiannya ini menggambarkan bagaimana partisipasi politik secara *online* pada generasi Z yang dikorelasikan dengan konsep *digital divide*. Adapun hasil penelitiannya adalah generasi Z lebih banyak terlibat dalam partisipasi politik informatif seperti mencari tahu informasi-informasi seputar politik dan hanya sebatas berdiskusi atau saling beradu argumentasi dengan orang lain di sosial media dibandingkan dengan partisipasi politik strategis. Partisipasi politik strategis yang dimaksud yakni generasi Z enggan menulis kritikan atau dukungannya terkait pemilihan presiden 2019 dan membuat konten pemilihan presiden 2019 kemudian mengunggahnya di media sosial. Generasi Z justru lebih memilih membuat *meme* dan mengunggahnya di media sosial. Rendahnya partisipasi politik strategis ini dikarenakan rasa tertarik pada isu politik yang kurang dan pengetahuan politik yang minim (Yolanda & Halim, 2020).

### **3. Persepsi Politik**

Pada jurnal yang dikaji oleh Herning Suryo dan Kusumo Aji tentang “*Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial)*” tahun 2020 membahas bagaimana persepsi pemilih pemula yakni siswa dan mahasiswa Kota Solo yang mendapatkan pesan politik pemilu pada media sosial. Hal ini mengingat bahwa generasi tersebut tidak lepas dari penggunaan media sosial dalam kesehariannya. Adapun hasil dari kajian tersebut adalah para pemilih pemula ini memiliki motif tersendiri dalam memakai media sosial guna menjadi rujukan sumber informasi yang akurat mengenai pasangan calon pada pemilihan umum tahun 2019. Adanya media sosial membuat pemilih pemula dapat dengan mudah membagikan informasi yang diterima pada keluarga, teman, dan rekan mengenai fakta pasangan calon. Para pemilih pemula dengan latar belakang sebagai orang terdidik dan kritis

juga tidak mudah menerima informasi terkait pasangan calon apabila ada konten negatif dan saling menjelekkkan pasangan lawan di media sosial sehingga para informan ini tidak menerima informasi secara mentah-mentah melainkan mencari informasi yang valid (Suryo & Aji, 2020).

Studi penelitian lainnya adalah “*Pengetahuan dan Persepsi Politik Pada Remaja*” yang dikaji oleh Putri Limilia dan Evie Ariadne pada tahun 2018. Kajiannya membahas tentang bagaimana tingkat pengetahuan dan persepsi para pemilih pemula. Hal tersebut memiliki urgensi karena pengetahuan dan persepsi politik adalah faktor dari partisipasi politik. Selain itu, pemilih pemula juga mempunyai urgensi dalam demokrasi namun mereka memiliki ketertarikan dan partisipasi yang rendah. Hasil dari kajiannya adalah pengetahuan yang dimiliki oleh pemilih pemula dapat dikatakan masih rendah dan kurang mendalam terkait konsep, tugas dan tanggung jawab dari partai politik. Tingkat pengetahuan yang rendah berpengaruh pada sudut pandangnya tentang partai politik itu sendiri. Pemilih pemula memandang partai politik adalah perkumpulan yang terorganisir guna memperoleh uang, kekuasaan, sering melakukan pencitraan dan kegiatannya hanya berkampanye. Selain itu, partai politik dinilai tidak menjalankan peran serta kurang maksimal dalam fungsinya. Hal tersebut digambarkan pada partai politik yang tidak dapat melaksanakan perannya sebagai media untuk menampung aspirasi masyarakat melainkan mementingkan kepentingan pribadinya (Limilia & Ariadne, 2018).

Kajian ketiga oleh Ahmad Salman Farid yang berjudul “*Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Publik*” pada tahun 2023 membahas bagaimana media sosial digunakan untuk melakukan kampanye yang bertujuan mempengaruhi sudut pandang masyarakat dan partisipasi politik. Hasil dari studinya adalah penggunaan media sosial sebagai cara untuk kampanye politik sangat berdampak pada persepsi publik, partisipasi politik, dan perilaku politik. Dikatakan demikian, metode kampanye politik melalui media sosial yang memiliki keuntungan berupa mudah diakses dan penyebarannya yang cepat dapat membentuk dan mempengaruhi pendapat publik serta memberikan sumbangsih terhadap dinamika politik di masyarakat. Media sosial ini menjadi wadah untuk masyarakat berpartisipasi dengan memberikan komentar atau pendapat, mendukung kandidat, dan lain sebagainya. Hal tersebut menjadikan adanya komunikasi dua arah atau interaksi antara kandidat dan

masyarakat untuk merespon masukan mereka. Namun, terlepas dari keuntungan tersebut, media sosial memiliki dampak negatif berupa menyebarkan berita palsu atau disinformasi yang dapat mempengaruhi sudut pandang masyarakat (Farid, 2023).

Jurnal yang berjudul *“Persepsi Masyarakat Desa Terhadap Fenomena Politik Uang Dalam Pemilihan Umum”* diteliti oleh Rifa Nabilah, Stevani Afrizal, dan Febrian Alwan B. pada tahun 2022. Penelitiannya membahas sudut pandang masyarakat Desa Maja mengenai politik uang. Hasil penelitiannya memaparkan bahwa masyarakat Desa Maja mempunyai sudut pandang yang berbeda dengan norma hukum terkait fenomena politik uang. Masyarakat mempersepsikan politik uang sebagai bentuk terima kasih dari kandidat atas suara yang telah diberikan serta metode pendekatan pada masyarakat. Mereka menerima uang tersebut dikarenakan beberapa faktor seperti kebutuhan ekonomi, adanya solidaritas yang terbangun, terjadi pendekatan secara emosional antara kandidat dan masyarakat, serta budaya politik uang yang telah mengakar di pemilihan umum (Nabilah, Afrizal, & Bahrudin, 2022).

Kajian lainnya juga dilakukan oleh Fajar Yusuf Abadi, Agus Tinus, dan kawan-kawan yang mengangkat topik *“Persepsi Masyarakat Dalam Menanggapi Iklan Politik di Televisi”* pada tahun 2021. Penelitiannya membahas tentang bagaimana persepsi masyarakat dalam menanggapi iklan yang berkaitan politik di televisi dan bagaimana pengaruhnya dalam menentukan hak pilih masyarakat yang bertempat di Desa Setail. Hasil dari penelitiannya mengungkapkan bahwa persepsi masyarakat dalam menanggapi iklan politik di televisi dapat dikatakan cukup efektif. Dikatakan demikian karena media televisi sebagai cara untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan politik seperti pengenalan tokoh, penyampaian visi, misi, dan program kerja, serta mempromosikan para tokoh tersebut. Iklan politik yang disampaikan melalui televisi dapat menambah pengetahuan masyarakat terlebih orang awam sehingga dapat mempengaruhi mereka untuk memilah dan memilih yang layak. Dengan demikian, iklan politik melalui media televisi memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat mempengaruhi hak pilih masyarakat. Kelebihannya adalah dapat menambah wawasan politik serta televisi yang memiliki audio visual yang bagus menjadi daya tarik tersendiri. Sementara kekurangan yakni pesan dan isi yang disampaikan kurang jelas dan memiliki penafsiran makna yang berbeda sehingga masyarakat

dapat mempertimbangkan hak pilih mereka (Abadi, Tinus, Widodo, & Lutfiana, 2021).

Hasil temuan dari kajian peneliti sebelumnya yang telah diulas oleh penulis dapat disimpulkan terdapat persamaan maupun perbedaan dengan topik kajian penulis. Adapun kesamaan antara temuan terdahulu dengan topik kajian penulis yakni mengkaji humor atau lelucon di media sosial. Humor memiliki beragam bentuk dan isinya diantaranya humor melalui *meme*, video, tulisan dan lain sebagainya dengan isinya yang mengandung lelucon bertujuan mengkritik, memberi nasihat atau pengetahuan (humor sejarah), dan lain-lain. Sementara itu, perbedaan kajian dengan peneliti terdahulu terletak pada humor yang disampaikan secara jenaka dan ringan dengan tujuan mengkritik politik atau disebut dengan humor politik. Humor politik tersebut seringkali dipublikasikan di media sosial. Dalam hal ini, platform atau media yang digunakan adalah *youtube* seorang *influencer* dengan target utama adalah generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang melek dengan teknologi dan tidak lepas dari media sosial terutama *youtube*. Oleh karena itu, terdapat inovasi untuk memberikan pengetahuan politik yang dikemas secara humor melalui kontennya dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi terkait politik seperti aktif dalam beropini, selalu mengikuti berita-berita politik, dan ikut dalam kegiatan politik. Konten yang dihadirkan bukan hanya sebuah gambar namun video yang mengkritik isu-isu terbaru yang terbagi menjadi dua kelompok yakni kelompok pro dan kelompok kontra yang disampaikan dengan gaya humor, sehingga mudah diterima oleh generasi Z dikarenakan terdapat nuansa baru yakni penyampaian politik secara humor serta generasi Z juga dapat beropini terkait isu politik yang disampaikan karena adanya kelompok pro dan kelompok kontra. Humor politik yang disajikan pada media sosial *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara ORMAS apakah dapat mempengaruhi persepsi politik generasi Z atau tidak dan bagaimana persepsi politik generasi Z terhadap hal tersebut.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Pada bagian ini, penulis mengemukakan sistematika penulisan yang terdiri dari 6 (enam) bab dengan pemaparannya sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menerangkan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Pemaparan di atas telah menggambarkan latar belakang

tentang topik yang diteliti penulis yaitu pengaruh humor politik melalui media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi generasi Z. Lalu, penulis merumuskan dua pertanyaan yang berkaitan dengan topik tersebut. Adapun manfaat dan tujuan penelitian telah dijelaskan dari segi praktis dan teoritis. Selanjutnya, terdapat tinjauan pustaka untuk membedakan kajian peneliti dengan peneliti sebelumnya. Terakhir, penulis memberikan sistematika yang berisi gambaran pada bab-bab selanjutnya.

## **BAB II KERANGKA TEORI**

Pada bab ini, penulis memaparkan konsep ataupun teori yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Penulis memaparkan konsep humor, teori komunikasi politik yang dibagi ke dalam beberapa bentuk dan teori persepsi sebagai bahan analisis hasil penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini, penulis menerangkan terkait metode penelitian yang meliputi pembahasan populasi dan sampel, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

## **BAB IV GAMBARAN UMUM MEDIA *YOUTUBE* DEDDY CORBUZIER DAN GENRASI Z**

Pada bab ini, penulis menerangkan tentang topik yang dikaji antara lain profil Deddy Corbuzier, profil *youtube* Deddy Corbuzier, konten humor politik di *youtube* Deddy Corbuzier yakni SOMASI (*Stand On Mic Take It Easy*) dan ORMAS (Obrolan Masyarakat). Selain itu, penulis juga memaparkan statistik generasi Z yang ada di Indonesia sebagai objek penelitian.

## **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menjawab mengenai dua rumusan masalah yakni bagaimana pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z dan seberapa besar pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z. Jawaban rumusan tersebut didapat dari hasil penyebaran kuesioner yang akan diuji menggunakan SPSS. Selanjutnya, hasil SPSS nanti direlevansikan dengan teori yang telah diuraikan pada bab dua. Selain itu, peneliti mengobservasi terkait video atau konten yang diunggah oleh Deddy Corbuzier di kanal *youtubenya* yang memuat acara SOMASI dan ORMAS.

## **BAB VI PENUTUP**

Pada bab terakhir penulis menyimpulkan hasil yang telah diteliti terkait pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z. Penulis juga memberikan saran untuk generasi Z agar memiliki pandangan perpolitikan yang luas, serta memberikan sumbangsih terhadap perpolitikan Indonesia.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Teori Komunikasi Politik

##### 1. Konsep Komunikasi Politik

Komunikasi politik yakni komunikasi yang bertujuan untuk mencapai sebuah pengaruh, kemudian topik yang dikaji oleh aktivitas komunikasi ini mempengaruhi masyarakat dengan sanksi yang ditetapkan bersama oleh lembaga politik. Menurut Gabrel Almon mendefinisikan komunikasi politik sebagai salah satu manfaat yang berada dalam sistem politik. Komunikasi politik adalah metode pengutaraan pesan ketika terlaksananya enam fungsi lainnya dijalankan, yakni rekrutmen politik dan sosialisasi, membuat peraturan, adjudikasi peraturan, artikulasi kepentingan, aplikasi peraturan, dan agregasi kepentingan. Hal tersebut menjelaskan bahwa terdapat hubungan erat antara fungsi komunikasi politik dengan fungsi sistem politik. Dalam mencapai sebuah tujuan politiknya, para aktivis politik atau politikus melakukan berbagai macam bentuk komunikasi politik. Penggunaan teknik komunikasi bertujuan untuk mendapatkan dukungan legitimasi yang merujuk pada tiga level di antaranya sikap, perilaku publik, dan pengetahuan. Dalam mencapai peningkatan dan mempertahankan dukungan politik diperlukan kegiatan komunikasi politik yang merujuk pada cara pencitraan dan membina opini masyarakat pada hal yang positif. Komunikasi politik yang telah lama dipahami dan dijalankan oleh para aktivitas politik dan politikus diterapkan dalam beberapa bentuk dan teknik yakni agitasi politik, lobi politik, propaganda politik, retorika politik dan tindakan politik yang dapat dilakukan dalam kegiatan politik yang terorganisasi (Arifin, 2011).

##### 2. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik

###### a. Retorika Politik

Retorika politik adalah sebuah teknik dan seni berkomunikasi yang di implementasikan dalam aktivitas politik. Istilah retorika berawal dari bahasa Yunani *rhetorica* yaitu seni berbicara. Awal mulanya, retorika diterapkan dalam dialog antar pesona atau dalam dialog di ruang pengadilan. Oleh sebab itu, retorika didefinisikan sebagai komunikasi yang sifatnya dua arah atau dua logis yakni antara satu dengan satu yang lainnya. Retorika juga dapat berjalan

antara satu orang berkomunikasi dengan satu orang atau beberapa orang yang bertujuan untuk saling mempengaruhi dengan cara timbal balik dan persuasif. Retorika politik berkembang sebagai bentuk aktivitas seni berbicara. Kemudian, pengertian tersebut berkembang sebagai suatu ilmu pengetahuan tersendiri (Arifin, 2011).

Retorika sebagai seni berbicara pada umumnya dapat diperoleh dengan cara keterampilan teknis dan bakat alam. Retorika dapat didefinisikan sebagai seni penciptaan naskah pidato dan membangun argumentasi lantaran retorika berhubungan dengan bujukan halus. Sementara retorika selaku ilmu pengetahuan hanya mampu dipahami dan dikuasai melewati pendidikan. Secara umum, analisis retorika dikatakan sebagai simbol yang digunakan manusia. Maka dari itu, retorika diperluas dengan segala cara manusia dalam memanfaatkan simbolnya sehingga mampu mempengaruhi lingkungan sekitarnya (Arifin, 2011).

Pada perkembangan selanjutnya, retorika bukan hanya merupakan aktivitas antar pesona (satu-dengan-satu) namun mengalami penambahan menjadi aktivitas komunikasi massa (satu-dengan-semua) melalui pidato dengan orang banyak. Dalam hal ini, retorika bertambah sebagai pernyataan umum, aktual dan terbuka, dengan membuat publik sebagai sasaran utama. Retorika membuat aktivitas seseorang dalam menyampaikan pikiran dan perasaannya dengan lisan kepada publik. Seorang ahli bernama Hitler mendefinisikan retorika sebagai informasi yang tidak tertulis akan tetapi disampaikan sebagai media propaganda untuk membangun opini publik. Retorika telah digunakan oleh para agitator dan propagandis politik sebagai salah satu medium dalam melakukan ajakan terhadap publik guna membangun pandangan umum. Oleh sebab itu, retorika digunakan sebagai wahana propaganda politik yang dikecam karena retorika persuasif negatif telah mengandung pemalsuan serta kebohongan tanpa mempertimbangkan etika moralitas, kebajikan, dan kebenaran (Arifin, 2011).

Retorika politik selaku seni berkomunikasi memang mempunyai gaya ajakan politik yang sangat tinggi dengan memanfaatkan bahasa lisan yang anggun yang di dalamnya terdapat intonasi suara, mimik, dan irama. Berdasarkan karya Aristoteles terdapat lima pusat tradisi kajian retorika yaitu penemuan, penyusunan, gaya, penyampaian, dan daya ingat. Penemuan

meliputi penataan ide, menentukan bagaimana *framing* ide-ide tersebut menggunakan bahasa yang umum dapat diartikan sebagai konseptualisasi. Lalu menyusun simbol-simbol terpenting yang berhubungan dengan konteks dan orang. Kemudian gaya yang berhubungan dengan penyajian dari semua simbol tersebut yang dilanjutkan dengan penyampaian yakni manifestasi dari simbol-simbol yang meliputi preferensi non verbal untuk memediasi pesan, menulis dan berbicara. Terakhir, daya ingat yang bermakna tidak lagi berarti tidak lagi merujuk pada penghafalan, namun bagaimana mengingat serta mengadaptasi informasi (Arifin, 2011).

**b. Agitasi Politik**

Agitasi diambil dari Bahasa Latin yakni *agitare* (menggerakkan, bergerak). Menurut Herbert Blumer, agitasi (1969) adalah kegiatan guna menggerakkan rakyat kepada suatu aktivitas terutama aktivitas politik. Agitasi berawal dari cara menciptakan perlawanan dalam masyarakat dan mendorong masyarakat guna melawan kenyataan hidup yang dirasakan seperti penderitaan dan ketidakpastian, yang bertujuan untuk menimbulkan kegelisahan dalam masyarakat. Kemudian masyarakat digerakkan untuk tujuan mendukung ideologi baru dengan cara membuat keadaan yang baru. Dengan kata lain, agitasi yakni suatu upaya guna menggerakkan massa dengan tulisan maupun lisan, dengan cara membangkitkan dan merangsang emosi masyarakat.

Agitor sebagai pelaku yang melakukan agitasi menurut Napheus Smith disebut sebagai orang yang berupaya untuk memunculkan kegelisahan, ketidakpuasan, atau pemberontakan orang lain. Terdapat agitor yang mempunyai sikap gelisah dan agresif yang mampu menggerakkan masyarakat baik melalui tingkah lakunya atau melalui ucapannya. Sebaliknya, ada juga agitor yang memiliki sikap yang cenderung pendiam dan lebih tenang, namun mampu menggerakkan masyarakat.

**c. Propaganda Politik**

Propaganda diambil dari kata lain *peropagare* yakni menyemaikan tunas suatu tanaman. Menurut Leonardo W. Dobb (1966) propaganda diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang memiliki kepentingan guna mempengaruhi sikap kelompok individu lainnya dengan cara mempengaruhi. Sedangkan menurut Herbert Blumer (1969) menjelaskan propaganda sebagai bentuk kampanye politik yang secara sengaja membimbing dan mengajak guna

membujuk dan mempengaruhi orang untuk menerima suatu ideologi, nilai, atau sentimen.

Terdapat beberapa macam propaganda yang dijelaskan oleh Ellul (1965) yakni propaganda horizontal dan propaganda vertikal. Propaganda horizontal adalah aktivitas propaganda yang dilakukan pada ruang lingkup dalam kelompok dalam hal ini pemimpin terhadap anggota kelompoknya melalui komunikasi antar individu yang sifatnya dialog. Sedangkan propaganda vertikal adalah propaganda antara satu dengan banyak yang mengandalkan retorika dan penggunaan media sebagai andalannya. Selanjutnya propaganda yang tidak sengaja yakni propaganda yang secara tidak sengaja (spontan) dalam sebuah situasi atau kondisi yang tidak direncanakan. Sementara propaganda yang disengaja adalah propaganda yang memang diatur dengan cermat untuk mendapat dukungan politik.

Hasil dari penelitian Lembaga Analisis Propaganda mengenai propaganda yang berlangsung pada Perang Dunia II yakni terdapat 7 teknik propaganda yang menggunakan tindakan, logika, dan kombinasi kata dengan tujuan persuasif. Pertama, penjulukan (*name calling*) yakni bertujuan membentuk nama jelek terhadap pihak lain. Kedua, iming-iming (*glittering generalities*) yakni memanfaatkan kata-kata yang memutar balikan fakta, muluk, dan slogan-slogan. Ketiga, transfer yakni mengadakan identifikasi bersama lembaga-lembaga otoritas. Keempat, *tertimonial* yakni pengulangan kata-kata yang disampaikan orang yang dibenci atau orang yang dihormati guna memperkenalkan atau merendahkan suatu maksud. Kelima, merakyat (*plain floks*) yakni membuat diri menjadi bagian dari rakyat. Keenam, menumpuk kartu (*card stacking*) yakni menentukan dengan teliti pernyataan yang logis dan akurat. Ketujuh, gerobak musik (*bandwagon*) yakni menggiring khalayak untuk bersama-sama orang banyak bergerak guna memperoleh tujuan atau kemenangan pasti.

#### **d. Lobi Politik**

Istilah lobi yakni tempat para tamu menunggu dan berbincang-bincang santai. Dikarenakan lobi dijadikan tempat perbincangan para politikus terkait perpolitikan secara santai atau internal, istilah lobi politik menjadi suatu aktivitas politik yang sangat penting. Pembicaraan politik yang bersifat tatap muka, dialog, dan antar pesona (*interpersonal communication*), meski tidak

dilakukan di lobi hotel, kegiatan tersebut masih dapat dikatakan sebagai lobi politik.

Dalam mencari dukungan atau penyelesaian konflik politik, tokoh-tokoh atau partai politik menciptakan tim lobi untuk tujuan konsensus politik. Tim tersebut dibentuk untuk membicarakan perpolitikan secara informal di lobi atau di tempat lain secara tertutup yang nantinya hasil pembicaraan tersebut diteruskan kepada anggota yang lain, kemudian dibawa ke dalam forum resmi seperti rapat dan persidangan. Menurut Lasswell dan Kaplan pembicaraan di belakang layar para tokoh politik jauh lebih menjelaskan terkait keadaan politik yang sesungguhnya, dari pada yang diperlihatkan di media.

Menurut Nimmo (1999), karakteristik dalam percakapan lobi politik yakni koorientasi yang diartikan sebagai orang yang saling bertukar ideologi atau pendapat terkait suatu permasalahan. Dalam pertukaran ideologi dibutuhkan kemampuan negosiasi sebab pesan yang dibicarakan mempunyai dimensi hubungan maupun dimensi isi yang membutuhkan kesempatan. Nimmo (1990) juga menjelaskan karakteristik percakapan politik dapat dikatakan sebagai permainan. Percakapan sebagai permainan yakni aktivitas saling bertukar informasi di antara orang yang saling mengenal, yang mengandung permainan suara, permainan sikap, dan permainan wajah. Dalam percakapan politik yang dilakukan ada yang menyembunyikan motifnya dan ada juga yang secara terbuka menyampaikan motifnya, dalam proses tersebut ada yang mendapatkan kerugian dan ada juga yang mendapatkan keuntungan.

#### **e. Tindakan Politik**

Lobi politik, retorika politik, dan kampanye politik dapat disebut sebagai tindakan politik serta menjadi salah satu bentuk komunikasi politik. Tindakan politik banyak terlihat dalam kehidupan sehari-hari contohnya dilakukan pemerintah, parlemen, partai politik, dan masyarakat. Tindakan yang diaplikasikan oleh partai politik seperti penggunaan seragam. Partai Golongan Karya (Partai Golkar) menggunakan seragam berwarna kuning, dan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menggunakan seragam berwarna merah tua. Penggunaan warna dalam seragam dimaksudkan untuk memudahkan pengenalan identitas partai politik ketika kampanye politik dan rapat-rapat umum partai politik. Oleh karena itu, penggunaan warna seragam adalah bentuk tindakan politik dalam peristiwa komunikasi politik.

Tindakan politik berguna untuk membentuk citra (*image*) politik bagi masyarakat. Citra didefinisikan sebagai peta seseorang mengenai realitas. Jika seseorang tidak memiliki citra maka orang tersebut akan berada pada suasana yang tidak pasti. Pembentukan citra politik dapat diklasifikasikan menjadi dua yakni berdasarkan informasi verbal dan non verbal yang diterima melalui media atau langsung.

## **B. Teori Humor**

### **1. Konsep Humor**

Humor identik dengan semua hal yang bersifat jenaka dan menjadikan orang tertawa. Berdasarkan Ensiklopedia Indonesia seperti halnya pandangan dari Setiawan yang mengatakan humor itu kadar untuk menciptakan rasa lucu dan geli, karena keganjilan yang menggelikan atau kombinasi antara lawakan yang sifatnya halus dalam diri manusia dengan kesadaran hidup yang penuh rasa simpatik (Rahmanadji, 2009).

Teori humor terbagi menjadi tiga kelompok yakni pertama, *teori superioritas dan degradasi* yakni posisi super diisi oleh yang menertawakan sementara itu objek yang sedang ditertawakan berada pada posisi degradasi. Kedua, *teori bisosiasi* menjelaskan bahwa humor tercipta ketika kita mendapatkan hal-hal yang tidak terduga, atau kalimat yang membentuk dua macam asosiasi yakni teknik belokan mendadak, dan asosiasi ganda. Ketiga, *teori pelepasan inhibis* mengartikan pembebasan dari tekanan atau pembebasan dari ketegangan yang menjelaskan bahwa humor politik dapat tercipta dari simbol kebebasan dari ketegangan serta tekanan, dapat juga serius seperti *satire* dan murahan seperti humor jalanan (Rakhmat, 1998).

### **2. Macam-Macam Humor**

Humor memiliki beberapa jenis yang dibedakan berdasarkan kriteria bentuk ekspresi yakni pertama humor personal, yakni bentuk ekspresi lelucon yang ditujukan kepada diri kita sendiri, seperti ketika kita memandang sebatang pohon menyerupai orang yang sedang buang air besar. Kedua, humor dalam pergaulan yakni lelucon yang timbul di pertemanan, kelucuan yang diutarakan lewat ceramah atau pidato di depan publik. Ketiga, humor yang terdapat pada kesenian atau seni humor. Seni humor terbagi menjadi tiga yakni (Rahmanadji, 2009):

- a. Humor lakuan contohnya pantomim lucu, tari humor, dan lawak.
- b. Humor grafis contohnya patung lucu, kartun, foto jenaka, dan karikatur.

- c. Humor literatur contohnya sajak jenaka, esei satiris, cerpen lucu dan semacamnya.

Berdasarkan jenis humor yang sudah dipaparkan, maka humor politik termasuk dalam seni humor yang mengarah pada humor lakuan. Menurut Stuart Mitchel humor politik selain digunakan oleh para politisi guna menundukkan saingan politiknya, digunakan juga oleh masyarakat, pengamat politik dan para jurnalis untuk mengkritik perihal politik dan para politisinya (Mitchel, 2012). Humor politik bertujuan guna menyampaikan kritik serta saran terhadap pihak-pihak tertentu yang menurut politis mempunyai pengaruh, fungsi, dan peran politik dalam masyarakat (Lesmana, 2014).

### **C. Teori Persepsi**

Persepsi dapat dikatakan sebagai pemberian makna atau penafsiran pesan atas stimulus indrawi. Pada penafsiran makna tidak hanya menggunakan sensasi semata melainkan juga ekspetasi, motivasi, perhatian serta memori. Sebuah persepsi dapat dipengaruhi oleh faktor situasional dan faktor personal. Seorang ahli yakni David Krech dan Richard S. Crutchfield mengemukakan bahwa persepsi dapat ditentukan karena adanya pengaruh dari faktor fungsional dan faktor struktural. Tidak hanya kedua faktor tersebut, persepsi juga dipengaruhi oleh faktor lain yakni perhatian (Rakhmat, 2018). Berikut ini penjelasan faktor tersebut:

#### **1. Perhatian**

Perhatian didefinisikan sebagai proses di mana rangkaian stimulus lebih menonjol daripada stimulus yang melemah. Sesuatu yang menarik perhatian tentu dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Pada faktor eksternal, seseorang menjadi tertarik atau memperhatikan objek dikarenakan terdapat stimulus yang menonjol sebagai berikut (Rakhmat, 2018):

- a. Gerakan sebagaimana yang dimaksud adalah visual yang menarik pada objek-objek yang bergerak.
- b. Intensitas Stimuli yakni perhatian pada stimulus yang memiliki perbedaan mencolok daripada yang lainnya seperti postur tubuh yang tinggi berdiri di tengah-tengah postur tubuh pendek, pedagang keliling yang menawarkan dagangannya tengah malam, dan sebagainya.

- c. Kebaruan yakni suatu hal yang baru, luar biasa serta berbeda sehingga menstimulus untuk memperhatikan seperti film baru, novel baru, dan sebagainya.
- d. Perulangan yakni suatu hal yang disampaikan berulang kali dan diiringi jenis yang berbeda sehingga menarik perhatian.

Sementara pada faktor internal, menurut Kenneth E. Andersen bahwa perhatian yang harus diketahui oleh ahli komunikasi di antaranya sebagai berikut:

- 1) Perhatian sebagai proses yang aktif dan dinamis. Stimulus dengan sengaja dicari dan diarahkan pada hal tersebut.
- 2) Cenderung memperhatikan sesuatu yang menonjol dan lebih penting.
- 3) Seseorang menempatkan perhatian pada hal-hal tertentu seperti sikap, kebiasaan, kepercayaan, dan kepentingan.
- 4) Seseorang terbiasa untuk menentukan sesuatu yang begitu menarik perhatian mereka.
- 5) Perhatian bergantung pada kesiapan mental dan cenderung pada mempersepsikan apa yang memang ingin dipersepsi.
- 6) Intensitas perhatian tidak konstan. Pada awalnya, berfokus pada objek keseluruhan dan kemudian pada aspek-aspek objek, serta kembali lagi pada objek secara keseluruhan.
- 7) Seseorang dapat menaruh perhatian pada beragam stimulus secara bersamaan.
- 8) Adanya perubahan berpotensi untuk menarik dan mempertahankan perhatian.

## **2. Faktor Fungsional Yang Mempengaruhi Persepsi**

Faktor fungsional memiliki asal-usul dari pengalaman masa lalu, kebutuhan, dan lain-lain termasuk apa yang disebut faktor personal. Sebuah persepsi ditentukan bukan dari jenis atau bentuk stimulusnya melainkan karakteristik dari orang yang memberikan respon pada stimulus tersebut. Krech dan Crutchfield memaparkan dalil pertamanya terkait persepsi yang sifatnya selektif secara fungsional. Dalil ini bermaksud bahwa objek-objek yang mendapatkan tekanan biasanya objek yang memenuhi tujuan dan kebutuhan seseorang sehingga menentukan persepsinya. Adapun hal-hal seperti kebutuhan, kesiapan mental, latar belakang budaya, dan suasana emosional dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Contohnya adalah jika ada orang lapar dan orang haus masuk di sebuah restoran yang sama, maka orang lapar akan melihat nasi dan daging sedangkan

orang haus akan melihat jus atau minuman lain. Hal tersebut menandakan kebutuhan menyebabkan persepsi yang berbeda (Rakhmat, 2018).

Kerangka rujukan menjadi faktor fungsional yang menentukan persepsi. Pada kegiatan komunikasi, kerangka rujukan ini mempengaruhi bagaimana seseorang memberikan makna pada pesan yang diterimanya. Salah satu contohnya adalah pembicaraan mengenai *kanker cerviks*, *fluor albus*, dan lainnya dengan ahli komunikasi tentu mereka tidak dapat memberikan respon yang berarti karena tidak mempunyai acuan atau kerangka rujukan dan latar belakang untuk memaknai istilah kedokteran tersebut. Begitu sebaliknya, pada mahasiswa kedokteran yang sulit memaknai teori komunikasi jika tidak mempunyai latar belakang tersebut. Menurut McDavid dan Harari, adanya kerangka rujukan digunakan untuk menggambarkan representasi perseptual dari peristiwa yang dialami (Rakhmat, 2018).

### **3. Faktor Struktural Yang Mempengaruhi Persepsi**

Faktor struktural mempunyai asal dari sifat stimulus fisik dan efek saraf yang ditimbulkannya. Prinsip pada persepsi yang bersifat struktural dinamakan teori Gestalt. Teori ini mengemukakan bahwa apabila seseorang mempersepsikan sesuatu maka seseorang itu mempersepsikannya secara keseluruhan. Maksudnya adalah jika seseorang ingin memahami sebuah peristiwa maka harus melihat hubungan keseluruhan seperti dari konteksnya, lingkungannya, dan masalah yang dihadapi. Prinsip tersebut melahirkan dalil kedua dari Krech dan Crutchfield terkait medan konseptual dan persepsi kognitif yang diorganisasikan serta memberikan makna. Seseorang akan mengorganisasikan stimulusnya dengan cara memandang konteksnya meskipun stimulus yang diterima tidak lengkap dan akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten serta rangkaian stimulus yang seseorang persepsikan. Adapun contohnya adalah orang A memiliki sifat rajin, cerdas, kritis, iri, sombong, dan kepala batu sementara orang B memiliki sifat sombong, iri, kepala batu, cerdas, rajin, kritis. Kedua hal tersebut memiliki rangkaian yang sama hanya diubah namun memberikan respon atau komentar yang berbeda. Orang akan melihat dan mempersepsikan si A sebagai orang mempunyai kemampuan meskipun memiliki kelemahan yang tidak begitu merusak. Berbanding terbalik pada si B yang dianggap sebagai orang rusak karena sifat negatifnya dan kemampuannya akan tertutup dengan kelemahan yang rusak. Hal tersebut menunjukkan bagaimana konteks dapat menentukan makna (Rakhmat, 2018).

Pada dalil prinsip ketiga yakni pada umumnya suatu sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan oleh sifat struktur secara keseluruhan. Maksudnya adalah individu akan dilabeli menjadi bagian anggota kelompok, kemudian sifat kelompok pada anggota kelompoknya akan melekat dan mempengaruhi semua sifat individu sehingga menimbulkan efek asimilasi atau kontras. Contoh terjadinya asimilasi terkait sifat kelompok yang menonjol akan melemahkan sifat individu seperti Dinda sebagai ratu kecantikan ditemukan dengan rambutnya yang belum disisir. Hal ini tentu akan membuat orang berkomentar “tetap cantik meskipun rambutnya berantakan”. Berbeda dengan Kemong si ratu kejelekan didapatkan rambut kusut maka akan memberikan respon “jelek sekali apalagi rambutnya berantakan”. Dapat disimpulkan bahwa manusia cenderung memandang stimulus dalam konteksnya. Dalam strukturnya, mereka akan mencari struktur dengan mengelompokkan berdasarkan kedekatan atau persamaan (Rakhmat, 2018).

Dalil persepsi yang keempat adalah sebuah peristiwa atau objek yang memiliki kedekatan pada ruang dan waktu atau menyamai satu sama lainnya dapat dianggap bagian struktur yang sama. Pada komunikasi, dalil tersebut digunakan oleh komunikator untuk meningkatkan kredibilitasnya dengan mengakrabkan dirinya dengan orang yang memiliki prestise tinggi. Hal tersebut menimbulkan apa yang disebut *gilt by association* (cemerlang karena hubungan). Adapun contohnya adalah seseorang menjadi terhormat karena duduk berdampingan dengan anggota kabinet atau berjabat tangan dengan presiden. Dengan demikian, contoh tersebut menggambarkan kedekatan pada ruang dan waktu menyebabkan stimulus yang dianggap sebagai bagian dari struktur yang sama serta memiliki hubungan sebab dan akibat. Menurut Kretch dan Crutchfield, kecenderungan mengelompokkan stimulus berdasarkan kedekatan dan kesamaan merupakan sesuatu secara umum (Rakhmat, 2018).

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara tentang permasalahan penelitian. Hipotesis juga bisa dikatakan sebagai pernyataan atau kesimpulan yang bersifat sementara ataupun dugaan yang sifatnya rasional terhadap suatu populasi. Dalam hipotesis terdapat dua macam yakni hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan hipotesis nihil atau hipotesis nul ( $H_0$ ). Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) menjelaskan adanya hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, sedangkan Hipotesis nul ( $H_0$ ) menerangkan

bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Hipotesis ini akan diuji menggunakan uji hipotesis parsial atau uji t guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini hipotesis yang ada dalam penelitian :

**H<sub>0</sub>** : Tidak adanya pengaruh antara humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap perspektif politik generasi Z.

**H<sub>a</sub>** : Adanya pengaruh antara humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap perspektif politik generasi Z.

**Keterangan** : H<sub>0</sub> ditolak jika nilai signifikansi < alpha 5%

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Desain Penelitian**

Penelitian metode campuran yakni jenis penelitian yang dilaksanakan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data, menggabungkan temuan, dan menarik kesimpulan memakai metode atau pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam program penelitian tunggal atau sebuah studi (Creswell & Clark, 2018). Penelitian ini menggunakan desain eksplanatori yakni desain metode campuran yang diawali dengan peneliti melakukan fase kuantitatif dan dilanjutkan pada hasil-hasil yang lebih spesifik di fase kedua yaitu fase kualitatif yang dilakukan dengan tujuan guna menguraikan hasil-hasil awal secara lebih dalam.

Fase kuantitatif menjelaskan metode-metode guna membuktikan teori-teori tertentu melalui penelitian hubungan antar variabel. Variabel-variabel diukur melalui instrumen penelitian kemudian data yang didapat terdiri dari angka-angka serta diteliti berlandaskan metode statistik. Pada penelitian ini, penulis akan menganalisis hubungan antara variabel humor politik pada media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap variabel persepsi politik generasi Z sehingga diperoleh adakah korelasi atau tidak. Selain itu, data yang disajikan berupa angka-angka di mana diolah dengan statistika untuk ditarik kesimpulannya.

Hasil dari fase pertama dilanjut menjadi hasil yang spesifik melalui fase kualitatif dengan menguraikan kata-kata secara tertulis atau lisan orang-orang serta perilaku yang diamati. Fase kualitatif ini nantinya digunakan untuk menganalisa persepsi politik generasi Z terhadap humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier. Hasil penelitian dikaitkan dengan teori-teori politik.

#### **B. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

##### **1. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual yakni konsepsi peneliti terhadap aspek-aspek atau variabel utama pada tema penelitian, yang dirancang atau dibentuk berlandaskan teori-teori yang sudah ditentukan. Hal ini bertujuan untuk memperjelas konsep-konsep yang diterapkan peneliti dalam menafsirkan aspek-aspek atau variabel-variabel utama pada tema penelitiannya.

### **a. Humor Politik**

Pada buku berjudul “*Kitab al-Bukhala, Karya Al-Jahiz: Analisis Struktur Teks dan Isi*” tahun 2009, Lesmana mengutip pendapat dari Sigmund Freud yang mengatakan “humor politik” yakni humor yang temanya mengenai politik, contohnya mengenai tokoh pemerintahan, tokoh politik, dan kehidupan rakyat di dalam pemerintahan suatu negara (Lesmana, 2009). Lesmana menambahkan terdapat dua landasan dari humor politik yakni mengolok-olok rezim politik dan merendahkan partai, pemikiran, seseorang, dan seluruh rakyat. Sementara, Villy Tsakona & Diana Elena Popa pada buku “*Studies in Political Humor*” menyebutkan banyaknya humor yang bertajuk politik lantaran humor termasuk salah satu cara guna mengerti isu-isu politik. Keberhasilan dalam penyampaian pesan politik sering meningkat karena disampaikan dengan humor. Humor politik mampu ditata menjadi suatu rangkaian kesatuan, berawal dari hal-hal yang bersifat lembut serta mendukung sampai hal-hal yang bersifat subversif dan merusak (Tsakona & Popa, 2011).

### **b. Persepsi Politik**

Persepsi secara umum yakni suatu cara memperoleh, menafsir, memilih, dan mengatur informasi indrawi. Menurut Sarlito Wirawan, persepsi yakni kemampuan dalam memilah, menggabungkan, dan memfokuskan semua objek yang diartikan sebagai pengamatan (Sarwono, 1982). Ahli lain yakni Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan persepsi sebagai pengalaman mengenai suatu peristiwa, objek, atau hubungan-hubungan yang didapat dengan menafsirkan pesan dan menyimpulkan pesan (Rakhmat, 2008).

Walgito memperjelas lagi definisi persepsi yakni proses diterimanya stimulus lewat pancaindra oleh individu. Kemudian, stimulus dilanjutkan hingga terjadi proses persepsi. Dalam proses persepsi, seseorang yang mendapat persepsi mampu mempengaruhi orang lain (Walgito, 2010). Sementara, definisi politik dibagi dalam lima pandangan yakni pertama, politik adalah upaya yang dilakukan oleh masyarakat guna mewujudkan serta merundingkan kebaikan bersama. Kedua, politik adalah semua hal yang berhubungan dengan pemerintahan dan penyelenggara negara. Ketiga, politik adalah aktivitas yang bertujuan guna mencapai serta melindungi otoritas di dalam masyarakat. Keempat, politik adalah aktivitas yang berhubungan dengan

pelaksanaan serta merumuskan kebijakan umum. Kelima, politik adalah pertentangan yang bertujuan mencari serta melindungi sumber-sumber yang memiliki urgensi (Tya, 2020).

Persepsi politik adalah cara individu atau kelompok memahami, merespons, dan menginterpretasikan fenomena politik yang terjadi di sekitar. Persepsi politik mencakup kebijakan publik, partai politik, pemerintahan, proses politik, dan lainnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengalaman pribadi, pendidikan, interaksi sosial, media massa, dan keyakinan politik. Persepsi politik dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam berpolitik. Studi mengenai persepsi politik memiliki urgensi dalam ilmu politik dikarenakan dapat membantu memahami perilaku politik seseorang serta memberikan wawasan terkait cara mempengaruhi dan mengelola opini publik serta memperkuat partisipasi politik.

## **2. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan penjelasan praktis pada tiap-tiap variabel yang dimiliki, yang melukiskan indikator-indikator serta dapat dioperasionalkan dalam wujud instrumen untuk mengukur keadaan atau kenyataan yang diteliti.

### **a. Humor Politik**

Humor politik adalah sebuah seni berbicara bertujuan menyampaikan isu-isu politik yang dikemas secara humor. Adapun indikator humor politik yakni sebagai berikut :

- 1) Kritik politik
- 2) Isu-isu politik
- 3) *Stand up comedy*

### **b. Persepsi Politik**

Informasi politik di media sosial yang diterima oleh generasi Z memunculkan sebuah persepsi politik. Indikator dari persepsi politik:

- 1) Sikap politik generasi Z
- 2) Pengetahuan politik
- 3) Aspirasi politik

## C. Sumber dan Jenis Data

### 1. Jenis Data

- a. Data kuantitatif yakni data yang dihitung dengan angka-angka berupa hasil dari kuesioner pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z.
- b. Data kualitatif yaitu data pendukung yang berbentuk informasi berupa hasil wawancara terkait pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z.

### 2. Sumber Data

Pada sebuah penelitian terdapat dua cara seorang peneliti mendapatkan data berdasarkan cara memperolehnya yakni sumber data sekunder dan sumber data primer. Sumber data primer diartikan sebagai data yang diterima secara langsung oleh responden dan informan berupa kuesioner, wawancara, dan observasi. Dalam hal ini, sumber data primer yang didapat pada penelitian ini merupakan wawancara dan kuesioner yang disebarkan ke masyarakat yang menggunakan media *youtube* untuk *subscribe* dan menonton acara humor politik.

Sementara sumber data sekunder diartikan sebagai sumber data yang didapat secara tidak langsung melalui buku, jurnal, dan sumber internet lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk mendukung hasil penelitian.

## D. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai karakteristik atau kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti guna diamati dan kemudian diambil kesimpulannya. Pada studi ini, populasinya adalah masyarakat yang mengikuti kanal *youtube* Deddy Corbuzier. Adapun jumlah populasi apabila menurut jumlah pengikut *youtube* Deddy Corbuzier adalah 20,4 juta orang dan dapat berubah naik turun (Sugiyono, 2007).

Sampel yakni sebagian dari unit yang terdapat pada populasi serta benar - benar diteliti dalam suatu penelitian. Sampel juga didefinisikan sebagai bagian dari jumlah serta karakteristik yang terdapat pada populasi tersebut. Sementara sampling adalah proses menentukan sebagian dari unsur populasi yang jumlahnya memenuhi secara statistik dilanjutkan mengamati sampel serta menguasainya dapat dikenali karakteristik mengenai keadaan populasi. Dalam mengambil sampling terdapat teknik sampling yakni suatu cara guna menetapkan banyaknya sampel serta memilih calon anggota sampel, kemudian tiap sampel yang terseleksi dalam studi ini dapat mewakili populasi

dari sisi karakteristik ataupun sisi jumlah yang dimiliki populasi. Studi ini menggunakan teknik sampling yakni *non probability sampling* yang berarti suatu cara menetapkan sampel dengan tidak memberi peluang yang sama pada setiap anggota populasi. Jenis *non probability sampling* sangat beragam, namun yang penulis gunakan adalah sampling kuota berarti pengambilan sampel dilakukan terhadap anggota populasi yang memiliki karakteristik tertentu guna mencapai jumlah kuota yang diperlukan (Sugiyono, 2007).

Penelitian ini menentukan ukuran sampel menggunakan rumus slovin dengan syaratnya yakni diketahui taraf signifikansi ( $\alpha$ ) dan ukuran populasi (N). Adapun rumusnya yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

$\alpha$  : taraf signifikansinya adalah 0.1

Apabila dilihat dari populasi pada media kanal *youtube* Deddy Corbuzier sebesar 20,4 juta orang, maka penulis dalam menentukan sampel menurut rumus Slovin yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{20.400.000}{1 + 20.400.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{20.400.000}{1 + 204.000} = 99,9$$

Dari hasil hitung di atas, penulis dapat menentukan jumlah ukuran sampel yakni 99,9 orang. Adapun untuk mempermudah penelitian maka sampel tersebut dibulatkan menjadi 100 orang.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner didefinisikan sebagai metode mengumpulkan data yang dilaksanakan dengan cara memberikan beberapa macam pertanyaan terhadap

responden guna menjawab masalah penelitian. Adapun isi dari pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner merupakan indikator turunan dari variabel dependen dan variabel independen yang telah dipaparkan pada definisi operasional. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti yakni kuesioner tertutup yang di dalamnya terdapat beberapa pertanyaan kemudian dijawab oleh responden menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono, skala likert yakni skala yang dapat dipakai untuk mengukur pandangan, persepsi, dan sikap individu atau sekelompok orang dengan suatu fenomena atau gejala sosial. Dalam penggunaan skala likert maka variabel yang hendak diukur akan dianalisis menjadi dimensi, kemudian dimensi dianalisis menjadi sub variabel, lalu dianalisis menjadi indikator-indikator yang bisa diukur. Indikator yang terukur bisa diubah menjadi titik tolak guna membentuk alat penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab oleh responden. Jawaban pada tiap item di instrumen yang memakai skala likert mempunyai tingkatan nilai dari sangat positif hingga sangat negatif. Pada studi ini, penulis memakai skala likert dengan nilai 1-5 pada instrumen kuesioner tertutup (Priadana & Sunarsi, 2021). Adapun pilihan jawaban yang terdapat pada skala likert beserta nilainya yakni sebagai berikut:

***Tabel 3.1 Skala pengukuran pada kuesioner***

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pada penetapan pertanyaan-pertanyaan yang akan diteliti, tentu memerlukan indikator-indikator yang diubah menjadi pernyataan atau pertanyaan. Adapun indikator yang menjadi turunan dari teori humor politik dan teori persepsi di definisi operasional tertera pada tabel di bawah ini :

*Tabel 3.2 Kisi - Kisi Instrumen Penelitian Variabel X*

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1.	Humor Politik (Variabel X atau variabel independen/mempengaruhi)	1. Kritik politik	<p>a. Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menyampaikan sebuah kritik yang membuat generasi Z menjadi lebih baik dalam menyikapi isu-isu politik di Indonesia.</p> <p>b. Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengeluarkan pernyataan yang sesuai dengan apa yang diinginkan generasi Z terkait kritikan-kritikan pada acara tersebut.</p>
		2. Isu-isu politik	<p>a. Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengangkat tema terkait isu-isu politik.</p> <p>b. Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menampilkan sebuah tema terkait keresahan</p>

			<p>yang dialami oleh masyarakat.</p> <p>c. Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menyampaikan informasi-informasi berdasarkan fakta.</p>
		3. <i>Stand up comedy</i>	<p>a. Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengemas acara tersebut dengan humor.</p> <p>b. Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS membuat generasi Z terhibur dengan humor politik yang disampaikan oleh komika.</p> <p>c. Generasi Z lebih suka menonton penyampaian politik dengan menggunakan humor dalam Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS.</p>

**Tabel 3.3 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian Variabel Y**

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1.	Persepsi Politik (Variabel Y atau variabel <i>dependent</i> /dipengaruhi)	1. Sikap politik generasi Z	<p>a. Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menjadi tontonan menarik yang membahas perpolitikan.</p> <p>b. Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menumbuhkan minat generasi Z terhadap perkembangan perpolitikan di Indonesia.</p>
		2. Pengetahuan politik	<p>a. Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menjadikan generasi Z memiliki wawasan yang luas terkait perpolitikan.</p> <p>b. Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier dapat menjadikan generasi Z memiliki perbedaan pola berpikir dan cara pandang.</p> <p>c. Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy</p>

		Corbuzier dapat menumbuhkan kesadaran pentingnya mengetahui perpolitikan Indonesia.
	3. Aspirasi politik	<p>a. Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menimbulkan keinginan generasi Z untuk menyampaikan aspirasi terkait politik.</p> <p>b. Generasi Z menyampaikan aspirasinya melalui tindakan nyata dengan menyampaikan aspirasinya secara tertulis atau lisan.</p> <p>c. Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menginspirasi generasi Z untuk menginspirasi pendapatnya dalam bentuk humor.</p>

## 2. Wawancara

Wawancara diartikan sebagai komunikasi pada sumber data yang diperoleh secara langsung melalui dialog atau tanya jawab antara pewawancara dan yang diwawancarai. Menurut Lexy J. Moleong, wawancara merupakan dialog atau percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan tersebut dilaksanakan oleh dua pihak yakni pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Teknik

pengumpulan data melalui wawancara ini sebagai pendukung data berupa informasi yang tidak terformulasi oleh kuesioner (Moleong, 2007).

Teknik wawancara memiliki berbagai macam dan penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur. Wawancara tersebut yakni peneliti telah menyusun beberapa pertanyaan untuk ditanyakan kepada narasumber. Hal tersebut ditujukan guna mendapatkan pembicaraan yang lebih terarah dan dapat dikembalikan apabila jawaban informan terlalu melebar. Tidak hanya itu, wawancara terstruktur menjadi patokan peneliti secara umum dan dapat dikembangkan pada saat wawancara berlangsung. Adapun narasumber yang akan diwawancarai adalah masyarakat yang menggunakan media *youtube* untuk *mensubscribe* dan menonton acara humor politik pada kanal *youtube* Deddy Corbuzier yang terdapat konten SOMASI dan ORMAS.

### **3. Observasi**

Teknik observasi didefinisikan yakni mengamati secara langsung pada objek yang diteliti. Observasi digunakan sebagai deskripsi di mana memberikan dan memaparkan gejala atau fenomena yang terjadi. Dari gejala tersebut kemudian diinterpretasikan secara rinci dan teoritis sehingga menghasilkan gambaran akan penjelasan dan kesimpulan yang memadai. Pada studi penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi berupa pengamatan terhadap video atau konten yang diunggah oleh Deddy Corbuzier di kanal *youtubenya* yang memuat acara SOMASI dan ORMAS dan ditayangkan setiap hari minggu.

## **F. Validitas dan Reliabilitas Data**

### **1. Uji Validitas Data**

Validitas merupakan kecermatan atau ketepatan sebuah instrumen dalam pengukuran. Uji validitas ini bertujuan guna menentukan apakah data penelitian valid atau tidak dengan teknik SPSS. Pada penelitian ini, penulis menggunakan uji validitas menurut bivariate person (korelasi produk momen pearson). Analisis ini dijalankan dengan menghubungkan tiap-tiap skor item dengan skor total. Skor total yakni penjumlahan dari keseluruhan item (Dewi, 2018). Adapun rumus dari korelasi produk momen pearson yakni sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

N : jumlah responden

$\sum XY$  : jumlah total data

$\sum X$  : jumlah total data variabel X

$\sum Y$  : jumlah total data variabel Y

Setelah diuji menggunakan rumus di atas, maka item-item pertanyaan dalam instrumen dapat dikatakan valid jika nilai signifikansi atau nilai alpha yakni  $< 0,05$  atau 5%.

## 2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas menurut Sugiyono yakni sejauh mana hasil pengukuran dengan memanfaatkan objek yang sama akan memperoleh data yang sama. Uji tersebut bermaksud guna mengetahui tingkat konsistensi instrumen yang digunakan oleh seorang peneliti. Pada studi ini, penulis memakai uji reliabilitas Alpha Cronbach's dengan mengaplikasikan SPSS untuk menentukan apakah data penelitian dikatakan reliabel atau tidak (Dewi, 2018). Rumus tersebut sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  : koefisien reliabilitas

k : banyaknya butir yang valid

$S_i^2$  : varian skor total

$S_t^2$  : varian skor butir

Berdasarkan perhitungan rumus di atas, data dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari  $> 0,6$  dan tidak reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari  $< 0,6$ .

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Data Kuantitatif

#### a. Uji Prasyarat Analisis

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dijalankan guna melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, penulis memakai metode Komolgorov Smirnov sebagai uji normalitas data (Sani & Dewi, 2020). Adapun hasilnya yakni data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih tinggi daripada nilai alpha yakni ( $P > 0,05$ ) dan sebaliknya data dikatakan berdistribusi tidak normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih rendah daripada nilai alpha yakni ( $P < 0,05$ ).

##### 2) Uji Linearitas

Dalam menguji linearitas regresi, peneliti menggunakan teknik uji serentak atau uji statistik F. Harga F dihitung lalu dikorelasikan dengan F tabel dengan taraf signifikansinya sebesar 5%. Jika harga F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel maka hubungan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat dikatakan linear.

#### b. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari suatu pertanyaan penelitian. Hipotesis perlu diuji untuk mengetahui kebenarannya secara empiris. Adapun uji hipotesis pada studi ini menggunakan uji regresi linear sederhana, uji T, dan koefisien determinasi yakni sebagai berikut:

##### 1) Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono, regresi linear sederhana berlandaskan pada korelasi kausal atau fungsional satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi adalah analisis guna membentuk keputusan apakah menurun dan naiknya variabel dependen dapat dijalankan dengan meningkatkan variabel independen atau tidak (Sani & Dewi, 2020). Adapun rumus yang diterapkan untuk analisis regresi linear sederhana yakni sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : variabel terikat

X : variabel bebas

- a : konstan
- b : koefisien regresi

## 2) Uji Parsial (Uji t)

Teknik uji hipotesis parsial atau uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara parsial. Adapun ketentuan uji t ini adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

## 3) Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi diterapkan guna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menunjukkan variabel-variabel dependen (Sani & Dewi, 2020). Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

KD : koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi

Adapun pembagian analisis koefisien determinasi yakni

- a) Apabila nilai koefisien determinasi adalah 0 maka variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.
- b) Apabila nilai koefisien determinasi adalah 1 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat kuat.

## 2. Analisis Data Kualitatif

- a. Mengeksplorasi awal pada data dengan membaca semua transkrip dan menulis memo-memo.
- b. Mengodekan data dengan membagi dan melabeli teks.
- c. Memverifikasi kode-kode melewati pemeriksaan persetujuan inter-kode.
- d. Memakai kode-kode guna meningkatkan tema-tema dengan menyatukan kode-kode yang serupa.
- e. Mempertemukan tema-tema.
- f. Membentuk sebuah narasi studi kasus yang tersusun dari deskripsi-deskripsi dan tema-tema.
- g. Analisis tematik lintas-kasus.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM MEDIA *YOUTUBE* DEDDY CORBUZIER DAN GENERASI Z

#### A. Media *Youtube* Deddy Corbuzier

##### 1. Konsep Media *Youtube*

Platform *youtube* adalah situs dunia maya yang berisi video dan sering digunakan oleh para pengguna internet. *Youtube* dibentuk oleh tiga mantan pegawai Paypal pada tahun 2005 yakni Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Hurley menempuh pendidikan ilmu desain di *Indian University of Pennsylvania*, sedangkan Karim dan Chen mempelajari ilmu komputer di *University of Lionis at Urbana Champaign*. Pada tanggal 13 November 2006, *google* membeli *youtube* dengan pembelian sebesar 1,65 miliar USD. Saat ini, kantor pusat *youtube* bertempat di San Bruno, California.

*Youtube* mempunyai misi yakni memberikan kebebasan untuk semua orang serta memperlihatkan dunia kepada mereka. *Youtube* menganggap bahwa setiap orang memiliki hak untuk bersuara dan dunia akan menjadi tempat yang lebih baik jika kita mendengarkan, berbagi, dan membangun komunitas melalui cerita yang kami miliki. Kebebasan yang diberikan oleh *youtube* membuat orang tertarik untuk menuangkan ide-ide kreatif dan karyanya dalam media *youtube*. Misi yang tertanam pada *youtube* berdasar pada nilai yang mempunyai empat kebebasan utama dalam memutuskan siapa kita yakni bebas mendapatkan informasi, kebebasan berekspresi, kebebasan memiliki tempat berkarya, dan kebebasan menggunakan peluang.

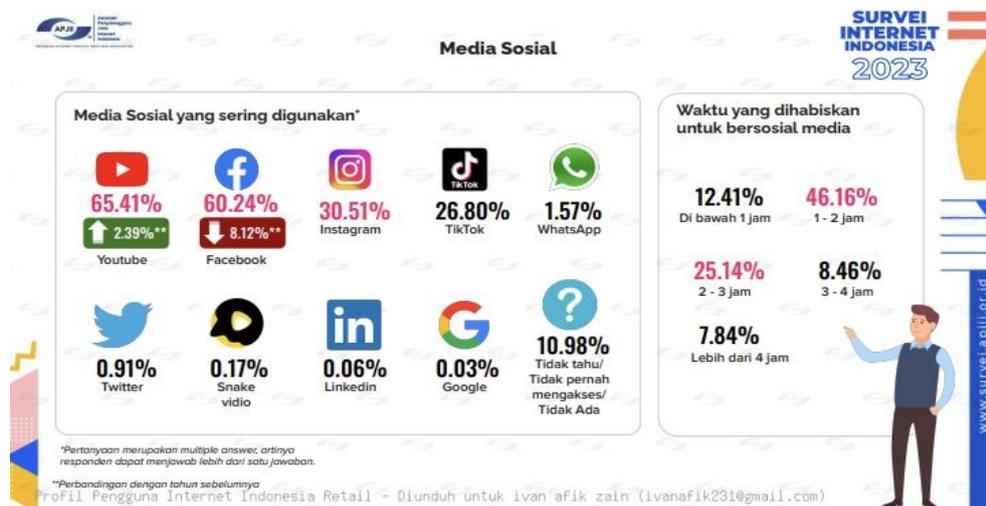
*Youtube* mempunyai fitur-fitur yang dapat dipakai oleh para penggunanya yakni mengunggah video, mencari video, berlangganan (*subscribe*), memutar video, mengunduh video, dan siaran langsung. Platform *youtube* mempunyai beragam manfaat bagi para penggunanya. Media tersebut dimanfaatkan sebagai penyebaran dan penerimaan informasi dalam bentuk video contohnya video musik, tutorial, berita, dan lain-lain. Selain itu, juga digunakan sebagai media penyampaian pola pikir terkait perdagangan, politik, budaya, bahkan pendidikan. Media ini menjadi penyalur untuk berbagai kalangan, mulai dari pemanfaatan konten dalam bentuk iklan, sebagai tempat berbagi, dan dapat menginspirasi para pengguna internet yang ada di dunia. *Youtube* juga dimanfaatkan menjadi media cuci mata dan hiburan

untuk penggunaannya. Namun, ada juga yang menyalahgunakan media *youtube* yakni terkait konten pornografi, penipuan, dan lain-lain.

Adapun video pertama yang disebarluaskan di media *youtube* berjudul “*Me At The Zoo*” yang diunggah pada pukul 20:27 hari Sabtu, 23 April 2005 oleh salah satu pendiri yaitu Jawed Karim. *The Observer* menjelaskan video ini memiliki kualitas rendah. Yakov Lapitsky merekam video tersebut di San Diego Zoo dan memperlihatkan Karim berada di depan gajah. Pada video yang berdurasi 19 detik tersebut, Karim menerangkan betapa menariknya gajah.

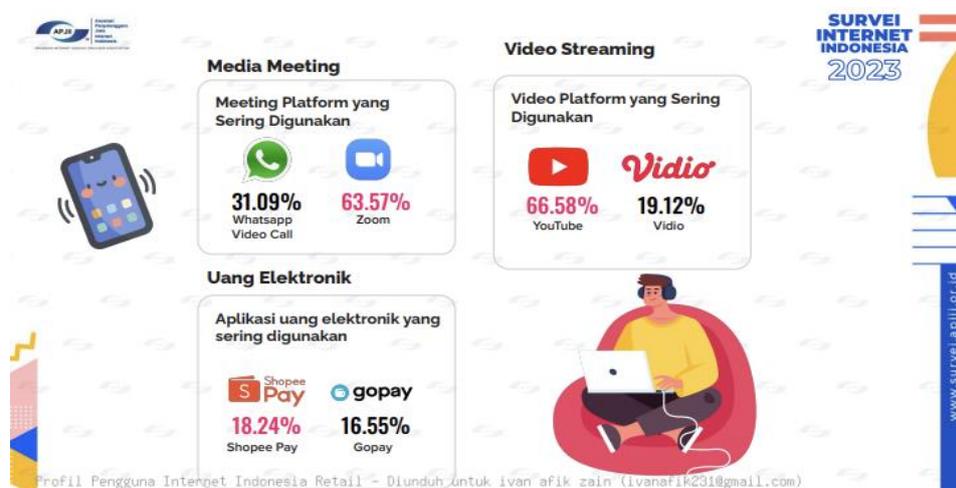
Sebuah survey yakni Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) meneliti terkait platform yang sering digunakan oleh para pengguna di Indonesia. Adapun hasil surveynya terangkum dalam bentuk infografis yakni sebagai berikut:

**Gambar 4.1 Media Sosial Yang Sering Digunakan**



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

**Gambar 4.2 Video Platform Yang Sering Digunakan**



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Berdasarkan hasil survey di atas dapat dilihat bahwa media *youtube* menjadi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 65.41% dan waktu yang dihabiskan untuk bersosial media memperoleh persentase tertinggi yakni 1-2 jam dengan persentase sebesar 46.16%. Kemudian, pada infografis yang kedua mempresentasikan bahwa *youtube* juga menjadi peringkat pertama sebagai video platform yang sering digunakan untuk video streaming dengan persentase sebesar 66.58% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023).

## 2. Profil *Youtube* Deddy Corbuzier dan Konten *Youtube* Deddy Corbuzier

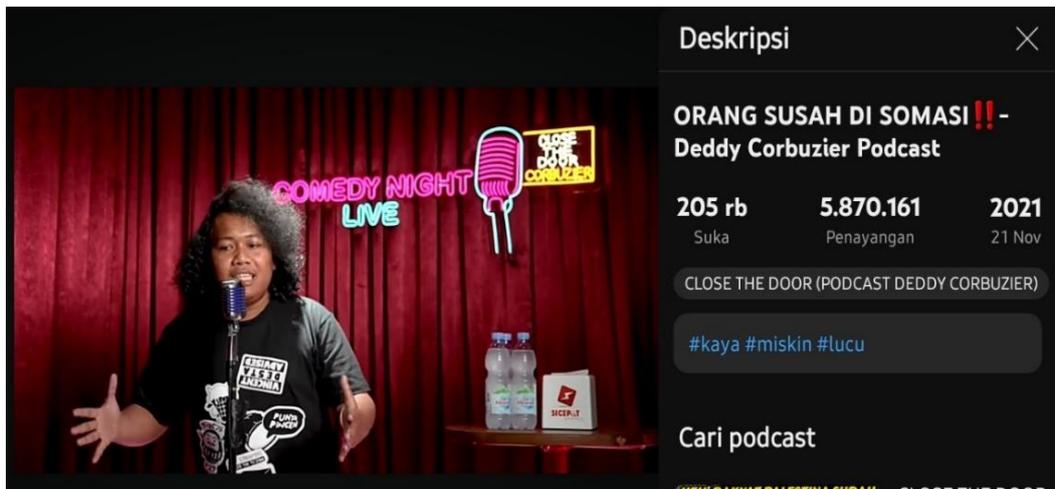
Deodatus Deddy Cahyadi Sunjoyo atau yang sering dikenal dengan nama panggilan Deddy Corbuzier lahir di Jakarta pada tanggal 28 Desember 1976. Sebelum menjadi seorang *youtuber* seperti sekarang ini, Deddy pernah berkecimpung di dunia sulap dan aktif menjadi presenter dalam program acara televisi. Saat ini, Deddy Corbuzier memiliki kanal *youtube* pribadinya dengan jumlah *subscribarnya* sekitar 21,1 juta dengan unggahan video atau kontennya berjumlah 1,4 ribu. Video yang paling terkenal dan menginspirasi banyak *youtuber* lain yakni adalah konten *podcast* dengan *tagline* “*Close The Door*”. Pada konten *podcast*, Deddy Corbuzier mengundang beberapa tokoh seperti pejabat publik, artis, komedian, dan sebagainya. Isi dari konten *podcast* tersebut sangat beragam seperti politik, kisah inspiratif, rumah tangga, dan lain-lain. Selain konten *podcast*, Deddy Corbuzier juga memiliki konten yang membahas tentang humor yakni SOMASI (*Stand On Mic Take It Easy*) yang saat ini di ubah menjadi ORMAS (Obrolan Masyarakat).

Konten SOMASI (*Stand On Mic Take It Easy*) muncul pada tanggal 21 November 2021 dengan menampilkan sebuah acara humor yang menyampaikan sebuah keresahan dari sang komika atau bintang tamu. Deddy Corbuzier dan Uus menjadi pembawa acara SOMASI tersebut. Acara SOMASI diawali dengan penjelasan terkait isu-isu terkini yang sedang marak diperbincangkan. Lalu, dilanjut *stand up* dari bintang tamu atau komika untuk menyampaikan sebuah materi *stand up* terkait keresahan mereka. Lalu, acara tersebut di tutup dengan kalimat yang disampaikan oleh bintang tamu yakni “*Saya (nama bintang tamu) silahkan di SOMASP*”. Sering kali keresahan atau materi yang dibawakan adalah materi yang berbahaya oleh karena itu kontennya diberi nama SOMASI yang secara umum diartikan sebagai surat teguran. Konten tersebut tayang setiap hari minggu dan sampai saat ini konten tersebut sudah mencapai 55 video dengan mengundang

bintang tamu seperti Bintang Emon, Boris Bokir, Ernest Prakarsa, Mamat Alkatiri, dan lain - lain. Berikut ini beberapa konten dari SOMASI:

- a. Video pertama SOMASI berjudul “*ORANG SUSAH DI SOMASI!!- Deddy Corbuzier Podcast*” dengan bintang tamu Marshel Widiyanto dan jumlah penonton dari video tersebut berkisar 5,8 Juta penonton.

**Gambar 4.3 Konten SOMASI Marshel Widiyanto**



*Sumber : Kanal Youtube Deddy Corbuzier*

- b. Video SOMASI dengan jumlah penonton terbanyak yakni berjudul “*MASUK PENJARA KITA GARA GARA VIDEO INI KAYANYA!!- MAMAT ALKATIRI - SOMASI - Deddy Corbuzier Podcast*” dengan bintang tamu Mamat Alkatiri dan jumlah penonton dari video tersebut berkisar 13 Juta penonton.

**Gambar 4.4 Konten SOMASI dengan Mamat Alkatiri**

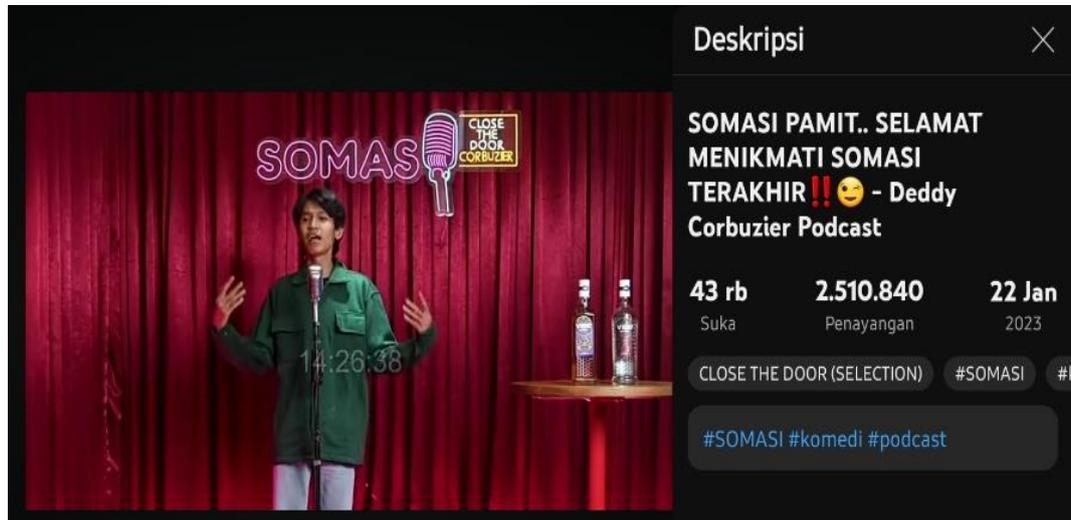


*Sumber : Kanal Youtube Deddy Corbuzier*

- c. Video terakhir yang tayang pada konten SOMASI yakni berjudul “*SOMASI PAMIT.. SELAMAT MENIKMATI SOMASI TERAKHIR!! 😊 - Deddy*

Corbuzier Podcast” dengan bintang tamu Aji Pratama dan jumlah penonton yakni berkisar 2,5 Juta penonton.

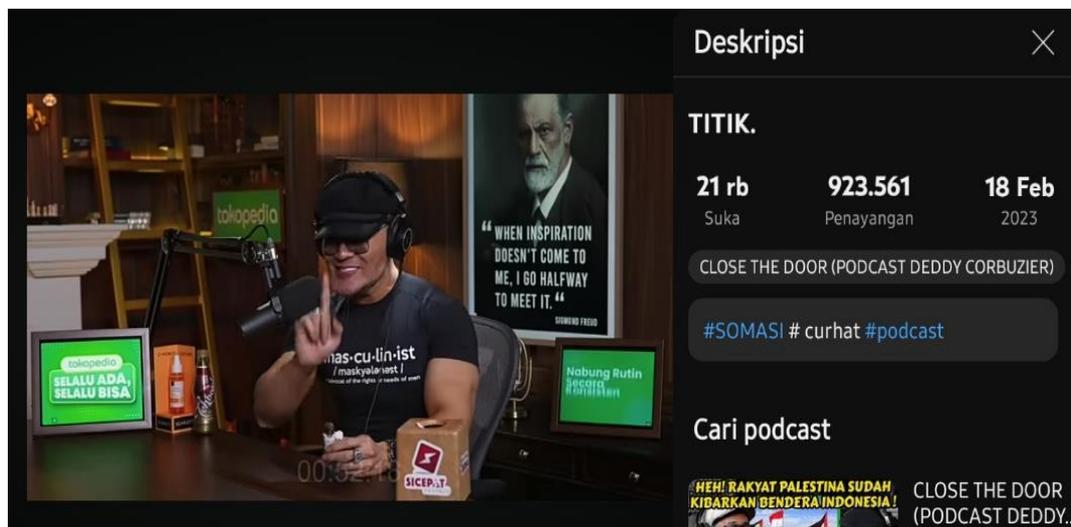
**Gambar 4.5 Konten SOMASI terakhir bersama Aji Pratama**



*Sumber : Kanal Youtube Deddy Corbuzier*

Setelah konten SOMASI diakhiri, Deddy Corbuzier mengubah konten tersebut dengan nama ORMAS (Obrolan Masyarakat) dan dengan konsep yang berbeda dari konten SOMASI. Alasan diubahnya konten tersebut dijelaskan pada video yang diunggah oleh Deddy Corbuzier dalam kanal *youtube*nya berjudul “TITIK.”

**Gambar 4.6 Video Alasan SOMASI berakhir**



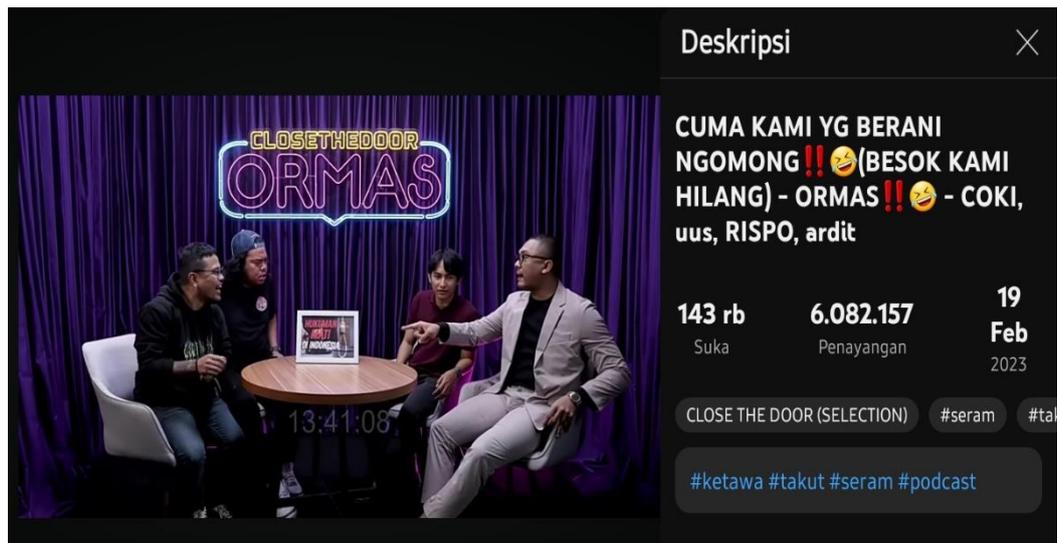
*Sumber : Kanal Youtube Deddy Corbuzier*

Berakhirnya konten SOMASI, tidak membuat Deddy Corbuzier kehilangan ide dan inovasi lainnya untuk membuat konten yang lebih menarik. Deddy Corbuzier membuat konten yang hampir serupa dengan konten SOMASI dan dinamakan dengan ORMAS (Obrolan Masyarakat). Konten ORMAS (Obrolan Masyarakat)

ini memiliki slogan yakni “*dimana ada masalah disitu ada ORMAS*”. Konten tersebut menampilkan perberdaan pendapat yang dikemas secara humor atau komedi. Pada konten tersebut, bintang tamu atau komika yang diundang oleh Deddy Corbuzier berjumlah 4 (empat) orang atau panelis yang kemudian dibagi menjadi dua tim yakni tim pro terhadap tema dan tim kontra terhadap tema. Sebelum memulai pembahasan tema, biasanya Deddy Corbuzier menampilkan berita-berita terkait politik yang sedang dibicarakan oleh masyarakat dan membahasnya dengan para bintang tamu atau komika. Lalu, Deddy Corbuzier membuka tema dan menyerahkan tema atau topik tersebut untuk dibahas oleh tim pro dan tim kontra. Kemudian, masing-masing tim menyampaikan argumennya mengapa mereka pro atau kontra terhadap hal tersebut yang dikemas secara humor atau komedi. Biasanya pada pertengahan acara, bintang tamu yang berada di tim pro ditukar dengan bintang tamu yang berada di tim kontra begitupun sebaliknya. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan sudut pandang yang berbeda dimana semula pro terhadap tema menjadi kontra terhadap tema. Pada akhir konten ORMAS, terdapat *tagline* “*Kami Siap Digeruduk*”. Adapun beberapa bintang tamu atau komika yang diundang oleh Deddy Corbuzier diantaranya Uus, Coki Pardede, Boris, Mael Lee, Genda, Denny Chandra, Mamat Alkatiri, Gilang Dirga, Dicky, dan sebagainya. Sementara itu, tema atau topik yang diangkat dalam konten ORMAS juga berbeda-beda baik itu terkait politik maupun secara general seperti survey elektabilitas asli atau tidak, legalkan open BO, legalisasi ganja di Indonesia, nikah beda agama, gaji UMR cukup, dan lain-lain. Sampai saat ini, konten ORMAS yang telah ditayangkan sejumlah 31 video dan biasanya ditayangkan setiap hari minggu. Adapun beberapa konten ORMAS yakni sebagai berikut:

- a. Video ORMAS yang pertama kali ditayangkan oleh Deddy Corbuzier yakni membahas hukuman mati di Indonesia dengan mengundang bintang tamu atau komika yaitu Uus, Coki Pardede, Rispo, dan Ardit. Konten berjudul “*CUMA KAMI YG BERANI NGOMONG!! (BESOK KAMI HLANG) - ORMAS!! – COKI, UUS RISPO, ARDIT*”. Konten yang ditayangkan pada tanggal 19 Februari 2023 ini telah ditonton sebanyak 6 juta.

*Gambar 4.7 Konten ORMAS Pertama tentang Hukuman Mati di Indonesia*



*Sumber : Kanal Youtube Deddy Corbuzier*

- b. Video ORMAS dengan jumlah penonton terbanyak yang mengangkat tema bayar pajak yang disampaikan oleh Mael Lee, Boris, Uus, dan Genda. Konten tersebut yang berjudul “*SUMPAH TERJADI PEMUKULAN DI ACARA INI!! – PAJAK..... ORMAS KERAS!*” ditayangkan pada tanggal 5 Maret 2023 dengan jumlah penonton sebanyak 7,2 juta.

*Gambar 4.8 Konten ORMAS tentang Bayar Pajak*

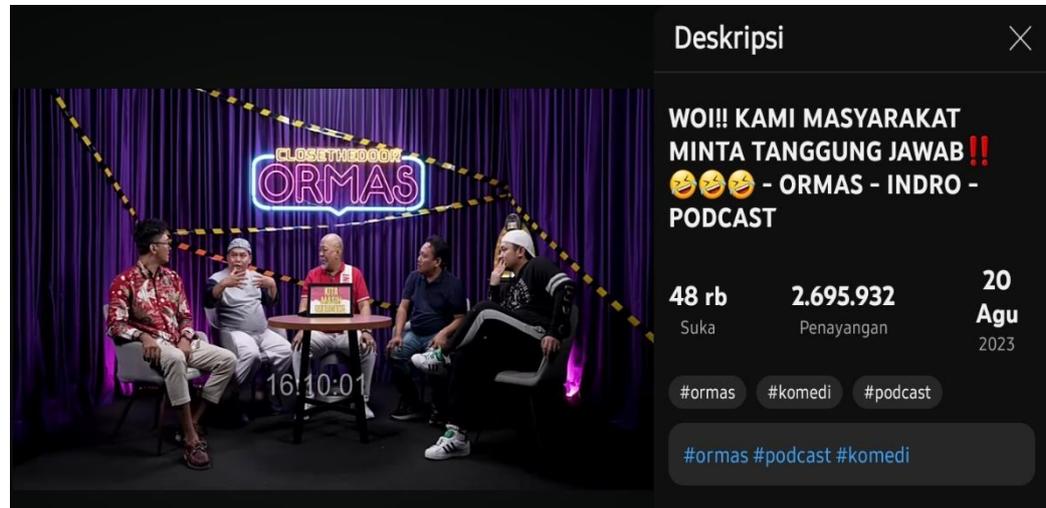


*Sumber : Kanal Youtube Deddy Corbuzier*

- c. Video ORMAS lainnya yang tidak membahas terkait politik adalah tema “Kita Masih Merdeka”. Pada konten tersebut, Deddy Corbuzier mengundang 5 (lima) orang yakni Uus dan Denny Chandra sebagai tim pro, Gilang Dirga dan Arif Didu sebagai tim kontra serta yang berbeda adalah salah satu bintang tamu

sebagai penengah maupun provokator yakni Indro Warkop. Konten yang berjudul “WOI!! KAMI MASYARAKAT MINTA TANGGUNG JAWAB!! – ORMAS – INDRO – PODCAST” telah ditonton sebanyak 2,6 juta.

**Gambar 4.9** Konten ORMAS Tentang Kita Masih Merdeka



Sumber : Kanal Youtube Deddy Corbuzier

## B. Generasi Z

### 1. Konsep Generasi Z

Sebelum mengenal tentang generasi Z, terdapat sebuah teori yang mengelompokkan generasi ke dalam istilah generasi X, Y, Z, dan lain sebagainya. Teori generasi mengelompokkan istilah tersebut dengan pernyataan bahwa generasi merupakan hasil pengaruh dari kejadian bersejarah dan fenomena budaya yang terjadi pada sekelompok individu di fase kehidupan mereka sehingga membentuk ingatan secara kolektif yang berakibat pada kehidupan mereka (Putra, 2016). Generasi biasanya dibedakan oleh tahun kelahiran yakni sebagai berikut:

- Generasi *baby boomer* yaitu generasi yang mempunyai tahun kelahiran pada tahun 1946-1964 dengan usia berkisar 56-74 tahun.
- Generasi X yaitu generasi yang mempunyai tahun kelahiran pada tahun 1965-1980 dengan usia berkisar 40-55 tahun.
- Generasi Y yaitu generasi yang mempunyai tahun kelahiran pada tahun 1981-1996 dengan usia berkisar 24-39 tahun.
- Generasi Z yaitu generasi yang mempunyai tahun kelahiran pada tahun 1997-2012 dengan usia berkisar 8-23 tahun.
- Generasi post gen Z yaitu generasi yang mempunyai tahun kelahiran pada tahun 2013 dan selanjutnya dengan usia berkisar 7 tahun sampai sekarang.

Namun, menurut Howe dan Strauss terdapat tiga sisi yang mengklasifikasikan generasi dibandingkan tahun kelahiran yakni sebagai berikut (Howe & Strauss, 1991) :

- a) *Perceived membership* yakni persepsi individu pada suatu kelompok di mana mereka tergabung di dalamnya, spesifikasinya saat masa remaja hingga masa dewasa muda.
- b) *Common belief and behaviors* yaitu sikap dan pilihan yang diambil pada sebuah kehidupan keluarga, kehidupan personal, karir, politik dan agama mengenai pernikahan, kesehatan, pekerjaan, anak, kejahatan, dan lain sebagainya.
- c) *Common location in history* yaitu terjadi sudut pandang politik yang berbeda, kejadian bersejarah di masa lampau saat masa remaja hingga masa dewasa muda.

Berbagai istilah generasi yang telah dipaparkan di atas, peneliti mengambil objek penelitian sebagai responden dan narasumber yakni generasi Z. Generasi Z dikenal dengan istilah iGeneration, generasi net atau generasi internet. Menurut Badan Pusat Statistik, generasi ini lahir tahun 1997-2012. Generasi ini mengerjakan semua kegiatan dalam satu waktu seperti mendengarkan musik menggunakan headset, *membrowsing* informasi di internet menggunakan ponsel, dan sebagainya. Semenjak kecil, mereka telah dikenalkan dengan teknologi dan akrab dengan *gadget* yang canggih sehingga secara tidak langsung dapat berdampak pada kehidupan pribadi mereka. Generasi Z mempunyai ciri-ciri yakni (Wijoyo, Indrawan, Handoko, & Santamoko, 2020):

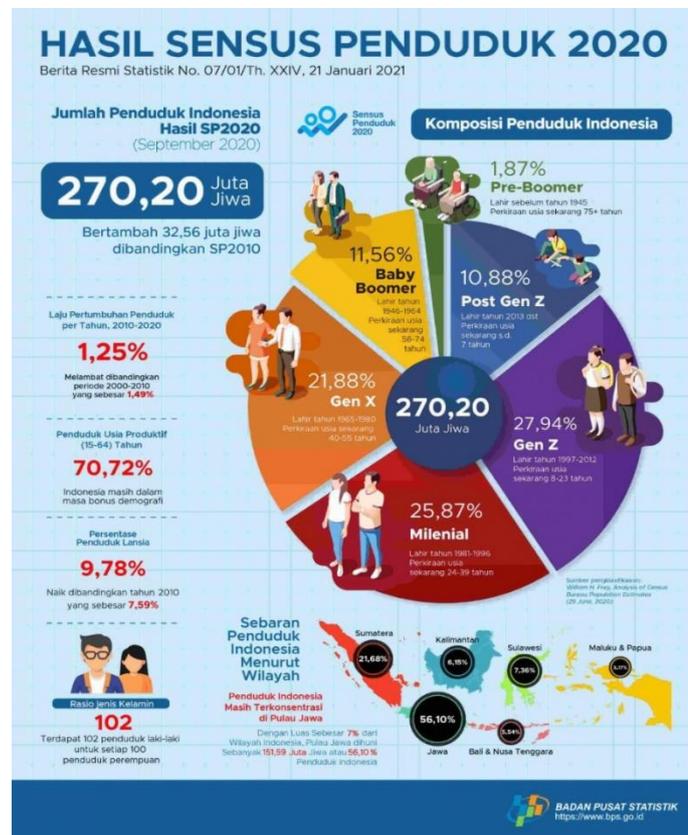
- a. Merupakan generasi digital yang mahir dengan teknologi informasi dan berbagai aplikasi di komputer. Mereka dengan mudah dan cepat dalam mengakses sebuah informasi yang sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka seperti pendidikan, kesehatan, dan lain-lain.
- b. Generasi Z sangat suka dan sering berkomunikasi melalui media sosial seperti *facebook, instagram, twitter*, dan sebagainya. Adanya media sosial ini, mereka memiliki kebebasan untuk mengekspresikan apa yang mereka rasakan dan pikirkan secara langsung.

- c. Generasi ini memiliki sikap toleransi terhadap budaya yang berbeda dan peduli terhadap lingkungan sekitar.
- d. Generasi Z biasanya melakukan kegiatan seperti membaca, mendengarkan musik, dan sebagainya secara bersamaan. Hal tersebut dikarenakan mereka menginginkan yang serba cepat dan tidak bertele-tele.
- e. Generasi ini memiliki kekurangan dalam hal komunikasi secara verbal, bersikap egoisme dan individualis, ingin serba instan dan tidak menghargai proses.

## 2. Populasi Generasi Z di Indonesia

Indonesia memiliki jumlah penduduk sebesar 270,20 juta jiwa yang tersebar di berbagai provinsi. Data tersebut berdasarkan hasil sensus penduduk dari Badan Pusat Statistik yang diselenggarakan setiap sepuluh tahun sekali dan diterbitkan pada tahun 2020. Badan Pusat Statistik telah merilis infografis mengenai komposisi penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur untuk memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai struktur generasi Indonesia di masa depan. Berikut infografisnya:

**Gambar 4.10 Infografis Hasil Sensus Penduduk 2020**

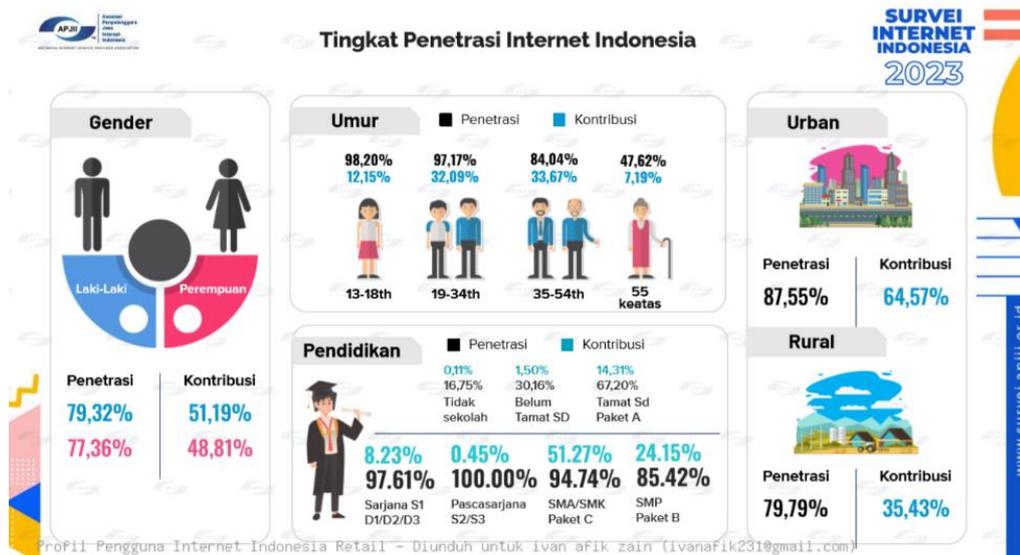


Sumber : <https://www.bps.go.id/>

Mengacu data infografis di atas, dapat dilihat bahwa populasi generasi Z atau generasi yang lahir pada tahun 1997-2012 ini mendominasi dan memiliki jumlah penduduk sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94%. Kemudian, disusul oleh generasi milenial yang menjadi populasi dominan kedua yakni sekitar 25,87% atau 69,38 juta jiwa. Lalu, generasi X mengikuti dengan jumlah penduduk sekitar 58,65 juta jiwa atau 21,88%. Selanjutnya, ada generasi baby boomer sekitar 11,56%, post generasi Z sekitar 10,88%, dan pre boomer sekitar 1,87% (Badan Pusat Statistik, 2021). Adanya dominasi generasi Z ini tentu menjadi peluang dan tantangan bagi Indonesia dalam menghadapi bonus demografi. Dikatakan demikian karena generasi tersebut identik dengan teknologi dan lahir pada masa transisi perkembangan teknologi sehingga perlu menyikapinya dengan baik dan benar.

Kemajuan teknologi membuat generasi Z akrab dengan *smartphone* untuk mengakses internet, berkomunikasi di media sosial, dan sebagainya. Generasi ini dengan mudah memperoleh informasi dari berbagai belahan dunia hanya dengan mengetik dua atau tiga kata kunci kemudian seluruh informasi dapat diakses dan dibaca atau biasa disebut dengan internet. Sebuah survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menginformasikan tingkat penetrasi internet di Indonesia melalui infografis. Hasil survey tersebut yakni sebagai berikut:

**Gambar 4.11 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia**



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa penduduk Indonesia yang berusia 13-18 tahun dan usia 19-34 tahun memiliki tingkat presentase yang tinggi yakni 98,15% dan 97,17% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023). Hal ini menandakan bahwa generasi muda yakni generasi Z sering menggunakan internet untuk mengakses informasi atau berita atau sebagai pekerjaan yang mengharuskan menggunakan internet. Tak hanya mengakses internet, generasi Z juga seringkali menggunakan sosial media seperti *instagram*, *whatsapp*, *tik tok*, *youtube*, dan sebagainya untuk berkomunikasi, membuat konten tentang edukasi atau konten yang berisi humor, dan sebagainya.

Kemudahan teknologi membuat lebih memilih hal-hal secara cepat saat bekerja. Hal ini tentu berimplikasi pada pola berpikir dan teknik mereka bekerja. Generasi Z yang tumbuh sejalan dengan munculnya teknologi membuat kehidupan mereka menjadi ketergantungan pada teknologi tersebut. Generasi Z ini lebih senang pada suasana yang fleksibel dan berorientasi pada kekeluargaan. Generasi tersebut memilih bekerja secara tim daripada individual. Pola berpikir pada generasi ini juga lebih terbuka akan adanya perubahan serta inovasi yang bertujuan mengembangkan hal baru (Wijoyo, Indrawan, Handoko, & Santamoko, 2020).

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab kelima, peneliti memndeskripsikan hasil dari penelitian yang penulis peroleh dari lapangan melalui penyebaran kuesioner. Adapun hasilnya berupa identitas responden dan hasil kuesioner penelitian dari responden yang akan diuji dan dianalisa menggunakan IBM SPSS Statistic versi 22. Perhitungan hasil kuesioner dianalisa menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas data menggunakan teknik uji Komolgorov-Smirnov, uji regresi linear sederhana meliputi uji koefisien determinasi, uji T, serta uji F. Hal tersebut ditujukan untuk menjawab rumusan masalah yakni apakah terdapat pengaruh humor politik media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi generasi Z atau tidak.

Peneliti juga menjabarkan analisis dan diskusi secara mendalam terkait bagaimana humor politik media *youtube* Deddy Corbuzier dapat mempengaruhi persepsi generasi Z di mana hasil penelitiannya diperoleh melalui wawancara kepada narasumber. Berikut ini pemaparan hasil penelitian dan pembahasan secara mendalam:

#### A. Identitas Responden

Pada studi ini, peneliti mendapatkan 100 responden sebagai sampel penelitian yang diambil dari jumlah populasi yakni *subscriber* media *youtube* Deddy Corbuzier dan dihitung menggunakan teknik perhitungan slovin. Adapun identitas responden yakni tahun kelahiran di mana peneliti mengklasifikasikan hal tersebut sebagai kriteria generasi Z, berdasarkan tingkat pekerjaan dan konten atau video yang ditonton pada media *youtube* Deddy Corbuzier. Berikut penjelasan lebih lanjut:

## 1. Data Responden Berdasarkan Tahun Lahir

*Gambar 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Tahun Lahir*

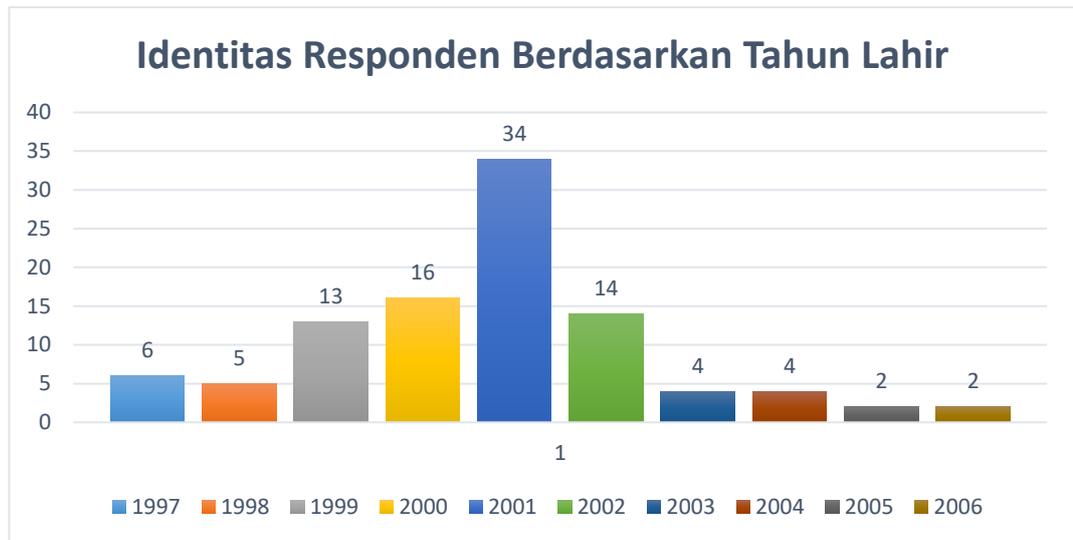
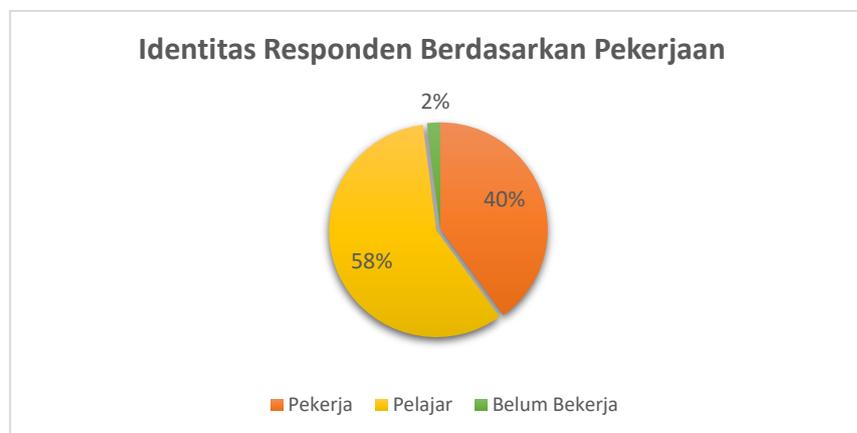


Diagram batang di atas menggambarkan bahwa responden terbanyak adalah responden dengan tahun lahir 2001 sejumlah 34 orang atau 34%. Sementara responden lainnya adalah responden dengan tahun lahir 1997 sejumlah 6 orang atau 6%, responden dengan tahun lahir 1998 sejumlah 5 orang atau 5%, responden dengan tahun lahir 1999 sejumlah 13 orang atau 13%, responden dengan tahun lahir 2000 sejumlah 16 orang atau 16%, responden dengan tahun lahir 2002 sejumlah 14 orang atau 14%, responden dengan tahun lahir 2003 sejumlah 4 orang atau 4%, responden dengan tahun lahir 2004 sejumlah 4 orang atau 4%, responden dengan tahun lahir 2005 sejumlah 2 orang atau 2%, dan responden dengan tahun lahir 2006 sejumlah 2 orang atau 2%.

## 2. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

*Gambar 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan*

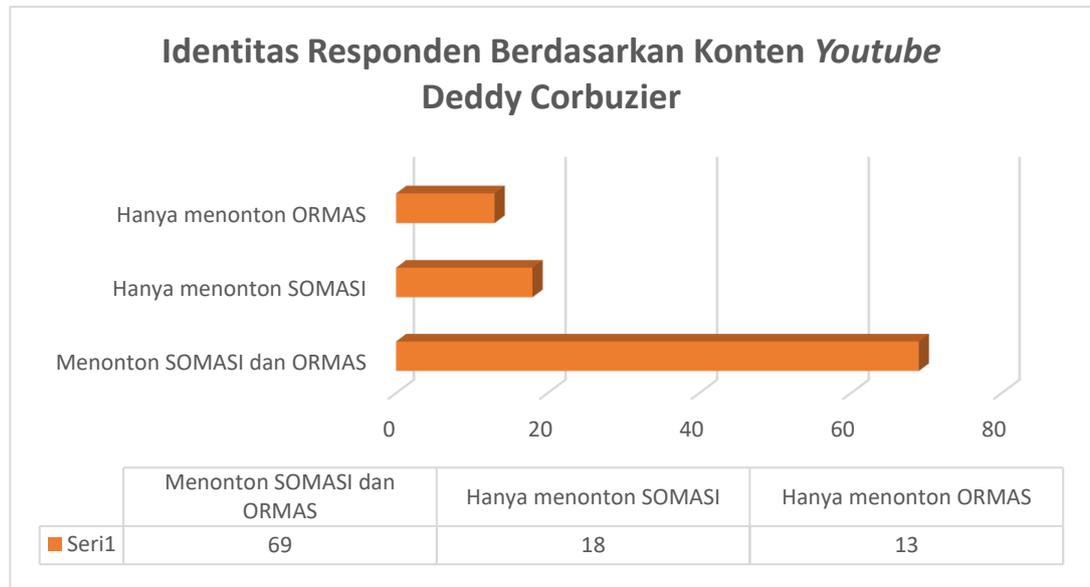


Berdasarkan diagram lingkaran di atas, dapat dijelaskan bahwa data responden yang memiliki pekerjaan yakni sebesar 40% atau 40 orang meliputi karyawan

swasta, buruh, *freelance*, dan sebagainya. Sementara responden lainnya yakni pelajar di tingkat SMA sampai mahasiswa sebesar 58% atau 58 orang. Pada urutan terbawah yakni responden yang belum bekerja sebesar 2% atau 2 orang.

### 3. Data Responden Berdasarkan Konten Media Youtube Deddy Corbuzier

**Gambar 5.3 Identitas Responden Berdasarkan Konten Media Youtube Deddy Corbuzier**



Media *youtube* Deddy Corbuzier memiliki beragam jenis konten yakni *podcast*, *podhub*, dan sebagainya. Namun, peneliti menggunakan dua konten atau video sebagai objek yang diteliti yakni SOMASI (*Stand On Mic Take It Easy*) dan ORMAS (Obrolan Masyarakat). Berdasarkan diagram bar di atas, dapat ditarik kesimpulannya bahwa generasi Z sering menonton acara SOMASI dan ORMAS yakni sebanyak 69 orang atau 69%. Adapun responden yang menonton SOMASI sebanyak 18 orang dan responden yang menonton acara ORMAS hanya 13 orang.

#### B. Hasil Kuesioner (X<sub>1</sub>/Humor Politik)

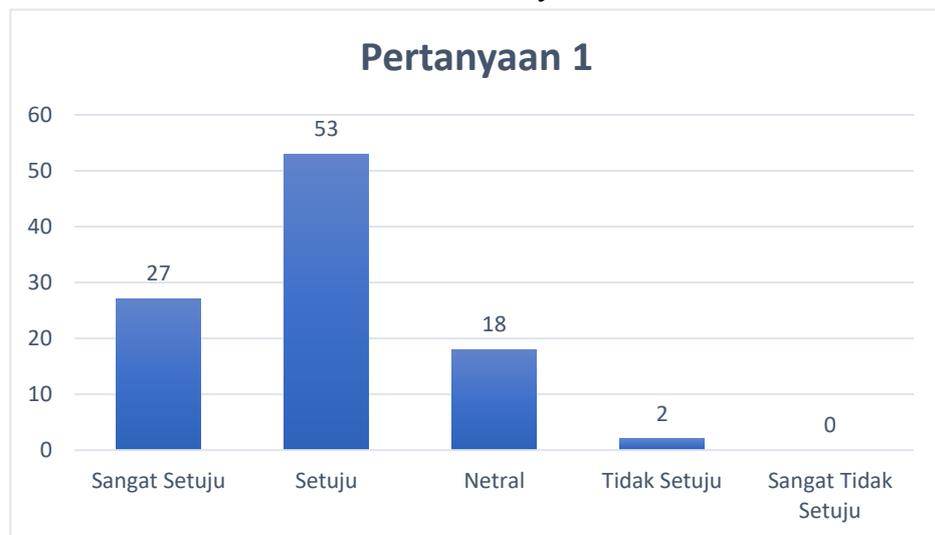
Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan hasil kuesioner variabel independen yakni humor politik dalam bentuk diagram batang. Hal tersebut bertujuan agar pembaca memahami dan mencerna hasil penelitiannya secara komprehensif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus excel untuk memperoleh jumlah jawaban responden yang meliputi sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju serta mengubah data numeric menjadi grafik atau diagram batang sebagai representasi hasil penelitian.

Adapun variabel independen atau variabel  $X_1$  yakni humor politik terdiri dari beberapa indikator diantaranya kritik politik, isu-isu politik, dan *stand up comedy*. Variabel tersebut memiliki 8 pertanyaan yang dijabarkan jawabannya sebagai berikut:

### 1. Indikator Kritik Politik

- a. Pertanyaan nomor 1 menyatakan bahwa “Media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menyampaikan sebuah kritik yang membuat generasi Z menjadi lebih baik dalam menyikapi isu–isu politik di Indonesia”.

**Gambar 5.4 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 1 Variabel  $X_1$**



Berdasarkan diagram batang di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju, 53 responden menjawab setuju, 18 responden menjawab netral, 2 responden menjawab tidak setuju, dan tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut berarti bahwa mayoritas responden dengan jumlah 53% setuju dengan pertanyaan “media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menyampaikan sebuah kritik yang membuat generasi Z menjadi lebih baik dalam menyikapi isu–isu politik di Indonesia”.

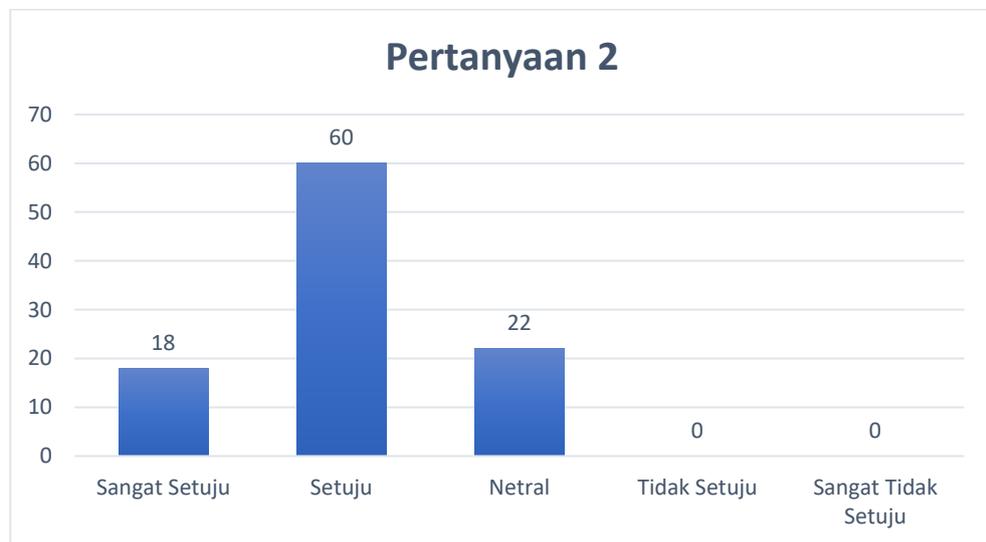
Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 48 orang, pekerja 31 orang, dan yang belum bekerja 1 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian yang diteliti secara mendalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah

responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS sejumlah 59 orang. Kemudian, sejumlah 12 orang hanya menonton SOMASI serta 9 orang hanya menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat responden yang menjawab tidak setuju yakni 2 orang menonton SOMASI dan ORMAS. Dengan demikian, hasilnya menyimpulkan bahwa responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- b. Pertanyaan nomor 2 menyatakan bahwa “Media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengeluarkan pernyataan yang sesuai dengan apa yang diinginkan generasi Z terkait kritikan-kritikan pada acara tersebut”.

**Gambar 5.5 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 2 Variabel  $X_1$**



Dari diagram di atas menunjukkan bahwa sejumlah 18 orang (18%) memilih sangat setuju, 60 orang (60%) memilih setuju, 22 orang (22%) memilih netral, 0 orang (0%) memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden setuju dengan pertanyaan “media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengeluarkan pernyataan yang sesuai dengan apa yang diinginkan generasi Z terkait kritikan-kritikan pada acara tersebut”.

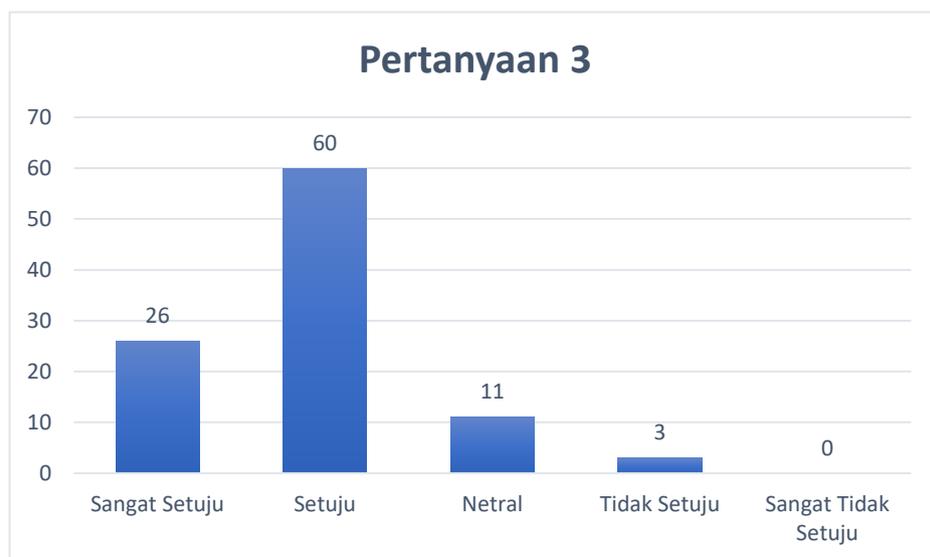
Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 44 orang, pekerja 33 orang, dan yang belum bekerja 1 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Apabila hasil kuesioner penelitian ini diteliti secara lebih dalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang kerap kali menonton konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier dengan jumlah 53 orang. Kemudian, sejumlah 16 orang hanya menonton konten SOMASI dan 9 orang menonton konten ORMAS. Maka dari itu, hasil dari data tersebut menggambarkan bahwa jawaban mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton acara SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier.

## 2. Indikator Isu-Isu Politik

- a. Pertanyaan nomor 3 menyatakan bahwa “Media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengangkat tema terkait isu-isu politik”.

**Gambar 5.6 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 3 Variabel  $X_1$**



Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat bahwa sejumlah 26 responden (26%) menjawab sangat setuju, 60 responden (60%) menjawab setuju, 11 responden (11%) menjawab netral, 3 responden (3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menandakan bahwa mayoritas responden dengan jumlah 60% setuju dengan pertanyaan “media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengangkat tema terkait isu-isu politik”.

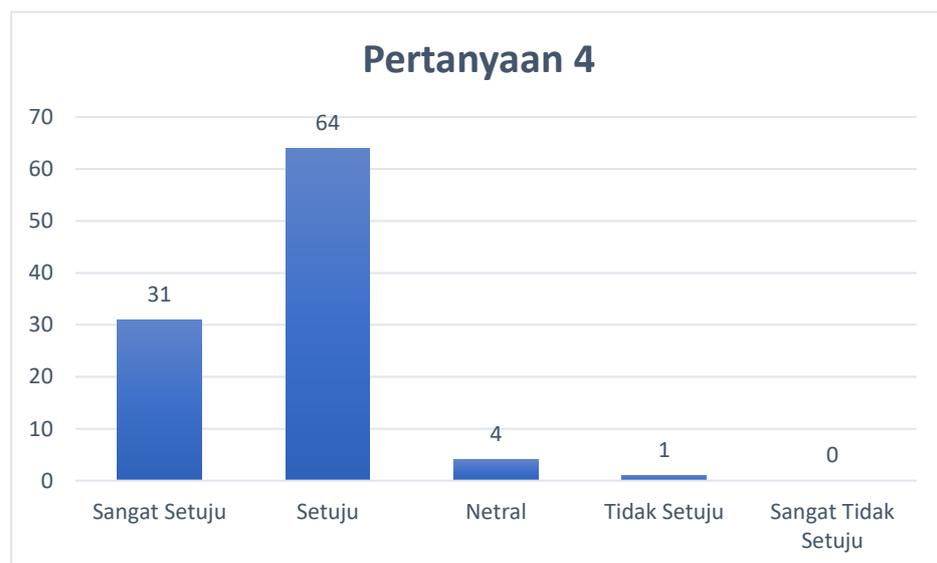
Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 53 orang, pekerja 31 orang, dan yang belum bekerja 2

orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian yang diteliti secara mendalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS sejumlah 61 orang. Kemudian, sejumlah 14 orang hanya menonton SOMASI serta 11 orang hanya menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat responden yang tidak setuju yakni 1 orang hanya menonton SOMASI dan 2 orang hanya menonton ORMAS. Dengan demikian, hasilnya menyimpulkan bahwa responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- b. Pertanyaan nomor 4 menyatakan bahwa “Media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menampilkan sebuah tema terkait keresahan yang dialami oleh masyarakat”.

**Gambar 5.7 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 4 Variabel  $X_1$**



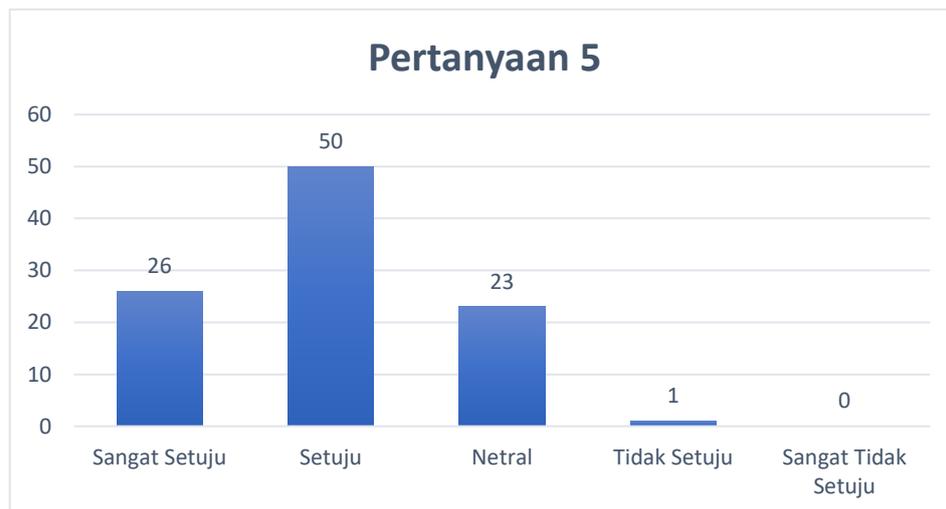
Dari diagram di atas menunjukkan bahwa sebanyak 31 orang (31%) memilih sangat setuju, 64 orang (64%) memilih setuju, 4 orang (4%) memilih netral, 1 orang (1%) memilih tidak setuju dan 0 orang (0%) memilih sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden setuju dengan pertanyaan “media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menampilkan sebuah tema terkait keresahan yang dialami oleh masyarakat”.

Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 54 orang, pekerja 39 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Apabila hasil kuesioner penelitian ini diteliti lebih lanjut, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang kerap kali menonton konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier dengan jumlah 66 orang. Kemudian, sejumlah 16 orang hanya menonton konten SOMASI dan 13 orang menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat responden yang menjawab tidak setuju yakni 1 orang hanya menonton SOMASI. Dengan demikian, hasil dari data tersebut menyimpulkan bahwa jawaban mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton acara SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier.

- c. Pertanyaan nomor 5 menyatakan bahwa “Media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menyampaikan informasi-informasi berdasarkan fakta”.

**Gambar 5.8 Hasil Kuesioner Pernyataan Nomor 5 Variabel  $X_1$**



Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat bahwa sejumlah 26 responden (26%) menjawab sangat setuju, 50 responden (50%) menjawab setuju, 11 responden (23%) menjawab netral, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menandakan bahwa mayoritas responden dengan jumlah 50% setuju dengan

pertanyaan “media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menyampaikan informasi-informasi berdasarkan fakta”.

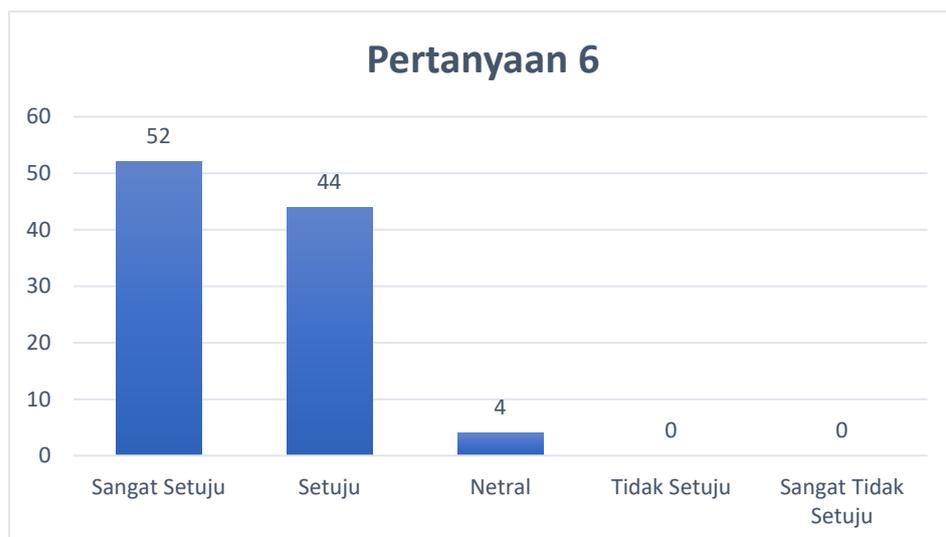
Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 41 orang, pekerja 34 orang, dan yang belum bekerja 1 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian yang diteliti secara mendalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS sejumlah 54 orang. Kemudian, sejumlah 11 orang hanya menonton SOMASI serta 11 orang hanya menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat responden yang menjawab tidak setuju yakni 1 orang menonton SOMASI dan ORMAS. Dengan demikian, hasilnya menggambarkan bahwa responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

### 3. Indikator *Stand Up Comedy*

- a. Pertanyaan nomor 6 menyatakan bahwa “Media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengemas acara tersebut dengan humor”.

**Gambar 5.9 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 6 Variabel  $X_1$**



Berdasarkan diagram batang di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 52 responden menjawab sangat setuju, 44 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab netral, dan tidak ada satupun yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal tersebut berarti bahwa mayoritas responden

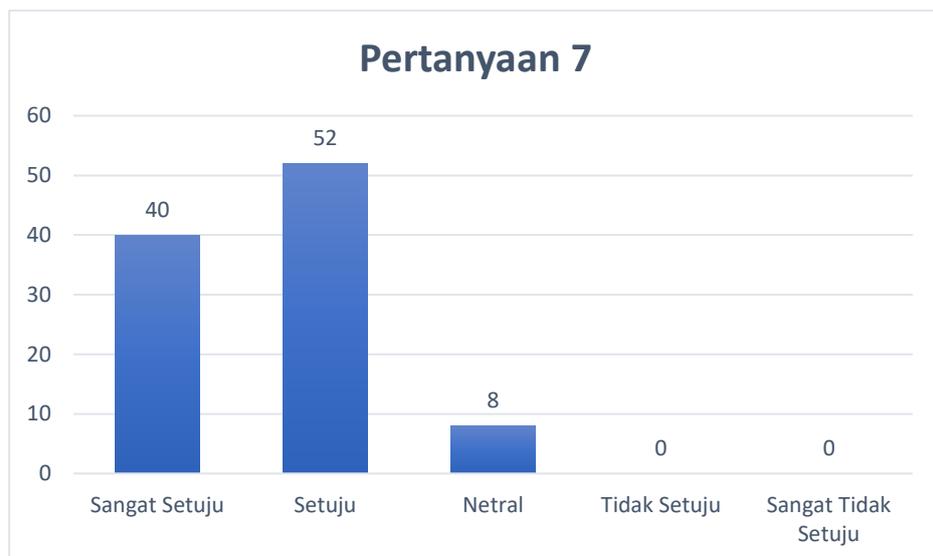
dengan jumlah 52% sangat setuju dengan pertanyaan “media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengemas acara tersebut dengan humor”.

Dalam kuissoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 54 orang, pekerja 40 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Apabila hasil kuesioner penelitian ini diteliti secara mendalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang kerap kali menonton konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier dengan jumlah 65 orang. Kemudian, sejumlah 18 orang hanya menonton konten SOMASI dan 13 orang menonton konten ORMAS. Dengan demikian, hasil dari data tersebut menyimpulkan bahwa jawaban mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton acara SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier.

- b. Pertanyaan nomor 7 menyatakan bahwa “Media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS membuat generasi Z terhibur dengan humor politik yang disampaikan oleh komika”.

**Gambar 5.10 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 7 Variabel  $X_1$**



Dari diagram di atas menunjukkan bahwa sebanyak 40 orang (40%) memilih sangat setuju, 52 orang (52%) memilih setuju, 8 orang (8%) memilih netral, 0 orang (0%) memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini

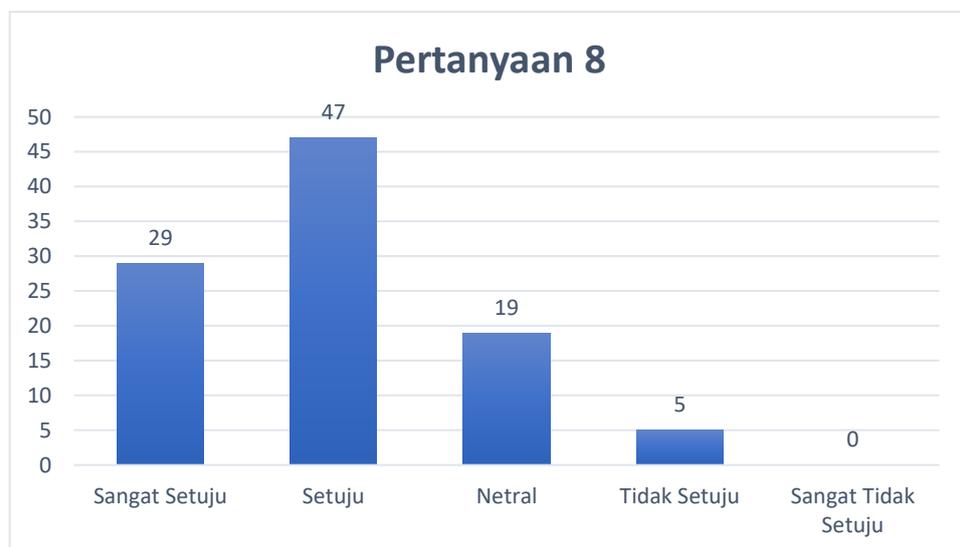
membuktikan bahwa mayoritas responden setuju dengan pertanyaan “media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS membuat generasi Z terhibur dengan humor politik yang disampaikan oleh komika”.

Dalam kuisioner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 51 orang, pekerja 39 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian yang diteliti lebih lanjut, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS sejumlah 64 orang. Kemudian, sejumlah 16 orang hanya menonton SOMASI serta 12 orang hanya menonton konten ORMAS. Dengan demikian, hasilnya menggambarkan bahwa responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- c. Pertanyaan nomor 8 menyatakan bahwa “Generasi Z lebih suka menonton penyampaian politik dengan menggunakan humor dalam media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS”.

**Gambar 5.11 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 8 Variabel  $X_1$**



Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat bahwa sejumlah 29 responden (29%) menjawab sangat setuju, 47 responden (47%) menjawab setuju, 19 responden (19%) menjawab netral, 5 responden (5%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut

menandakan bahwa mayoritas responden dengan jumlah 47% setuju dengan pertanyaan “generasi Z lebih suka menonton penyampaian politik dengan menggunakan humor dalam media *youtube* Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS”.

Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 48 orang, pekerja 26 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Apabila hasil kuesioner penelitian ini diteliti lebih lanjut, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang kerap kali menonton konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier dengan jumlah 53 orang. Kemudian, sejumlah 14 orang hanya menonton konten SOMASI dan 9 orang menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat responden yang menjawab tidak setuju yakni 3 orang hanya menonton ORMAS, 1 orang hanya menonton SOMASI, dan 1 orang menonton keduanya. Dengan demikian, hasil dari data tersebut menyimpulkan bahwa jawaban mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton acara SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier.

### **C. Hasil Kuesioner (Y<sub>1</sub>/Persepsi Politik)**

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan hasil kuesioner variabel independen yakni humor politik dalam bentuk diagram batang. Hal tersebut bertujuan agar pembaca memahami dan mencerna hasil penelitiannya secara komprehensif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus excel untuk memperoleh jumlah jawaban responden yang meliputi sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju serta mengubah data *numeric* menjadi grafik atau diagram batang sebagai representasi hasil penelitian.

Adapun variabel dependen atau variabel Y<sub>1</sub> yakni persepsi politik terdiri dari beberapa indikator diantaranya sikap politik, pengetahuan politik, dan aspirasi politik. Variabel tersebut memiliki 8 pernyataan yang dijabarkan jawabannya sebagai berikut:

## 1. Indikator Sikap Politik

- a. Pertanyaan nomor 1 berisi “Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menjadi tontonan menarik yang membahas perpolitikan”.

**Gambar 5.12 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 1 Variabel  $Y_1$**

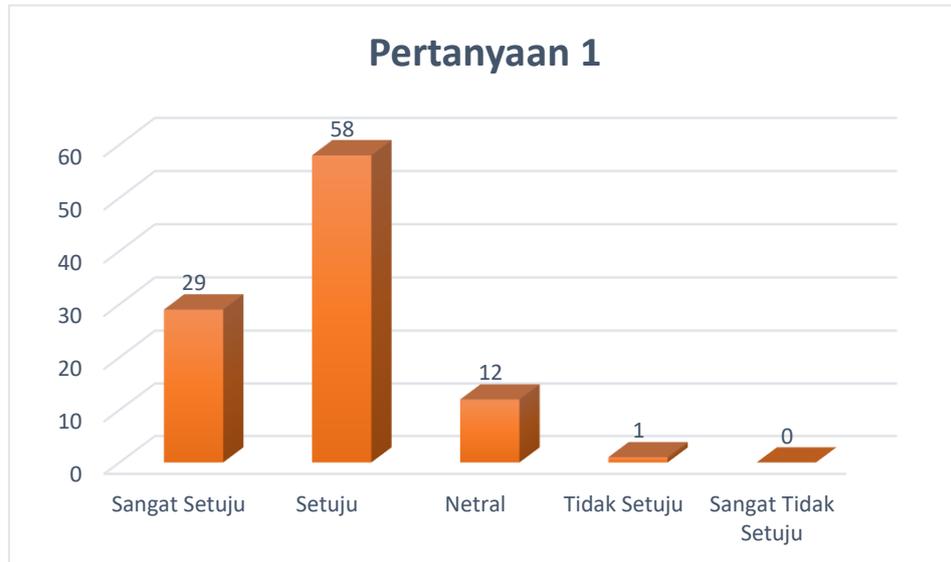


Diagram bar di atas menggambarkan bahwa sebanyak 29 responden (29%) memilih sangat setuju, 58 responden (58%) memilih setuju, 12 responden (12%) memilih netral, 1 responden (1%) memilih tidak setuju, dan 0 responden (0%) memilih sangat tidak setuju. Data tersebut menyimpulkan bahwa 58% responden setuju dengan pertanyaan “adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menjadi tontonan menarik yang membahas perpolitikan”.

Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 50 orang, pekerja 35 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian, jawaban sangat setuju dan setuju lebih dipilih responden yakni sejumlah 61 orang. Responden tersebut memilih menonton konten SOMASI dan ORMAS. Kemudian, sejumlah 14 orang memilih menonton SOMASI dan 12 orang yang setuju memilih menonton ORMAS. Sementara itu, terdapat 1 responden yang tidak setuju dan menonton konten SOMASI dan ORMAS. Maka dari itu, hasil dari data tersebut yaitu responden

yang memilih sangat setuju dan setuju merupakan generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- b. Pertanyaan nomor 2 berisi “Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menumbuhkan minat generasi Z terhadap perkembangan perpolitikan di Indonesia”.

**Gambar 5.13 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 2 Variabel  $Y_1$**

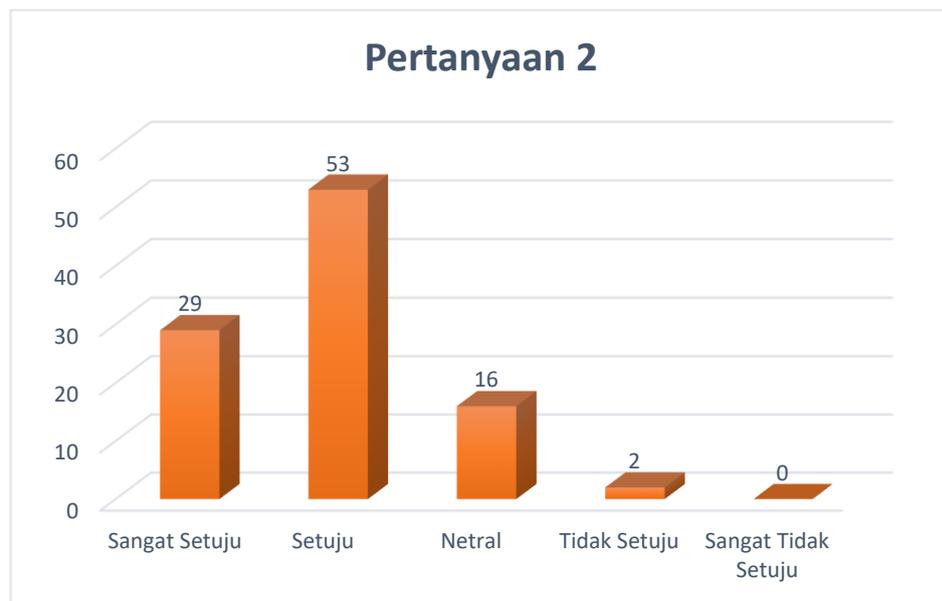


Diagram di atas menyajikan hasil kuesioner pernyataan nomor 2 pada variabel  $Y_1$  yang berarti bahwa sebanyak 29 responden memilih sangat setuju, 53 responden memilih setuju, 16 responden memilih netral, 2 responden memilih tidak setuju dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju. Hal tersebut menyimpulkan bahwa 53 responden setuju dengan pertanyaan “adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menumbuhkan minat generasi Z terhadap perkembangan perpolitikan di Indonesia”.

Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 47 orang, pekerja 33 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Apabila hasil kuesioner penelitian ini diteliti lebih lanjut, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang kerap kali menonton konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier dengan jumlah 56 orang. Kemudian, sejumlah 14 orang

hanya menonton konten SOMASI dan 12 orang menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat responden yang menjawab tidak setuju yakni 1 orang hanya menonton SOMASI dan 1 orang menonton SOMASI dan ORMAS. Dengan demikian, hasil data tersebut menyimpulkan bahwa jawaban mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton acara SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier.

## 2. Indikator Pengetahuan Politik

- a. Pertanyaan nomor 3 berisi “Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menjadikan generasi Z memiliki wawasan yang luas terkait perpolitikan”.

**Gambar 5.14 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 3 Variabel  $Y_1$**

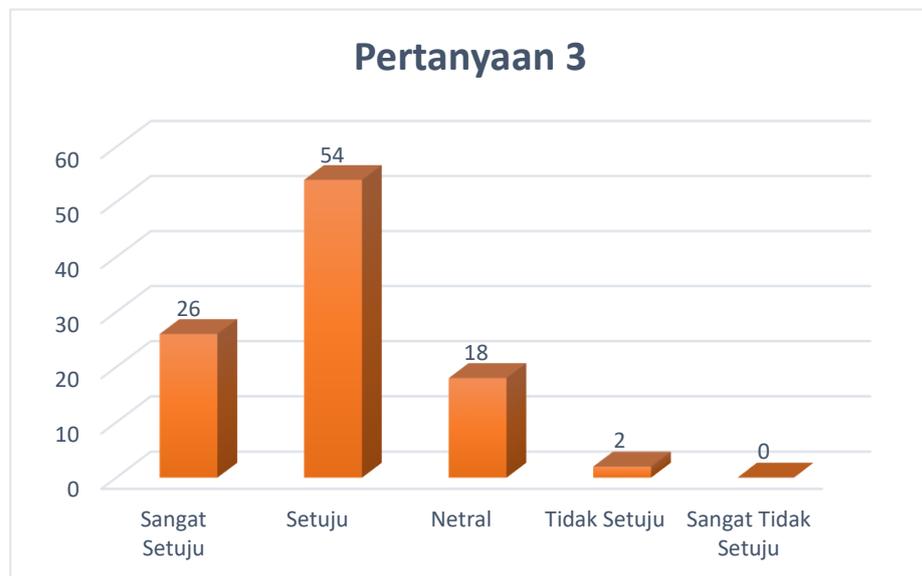


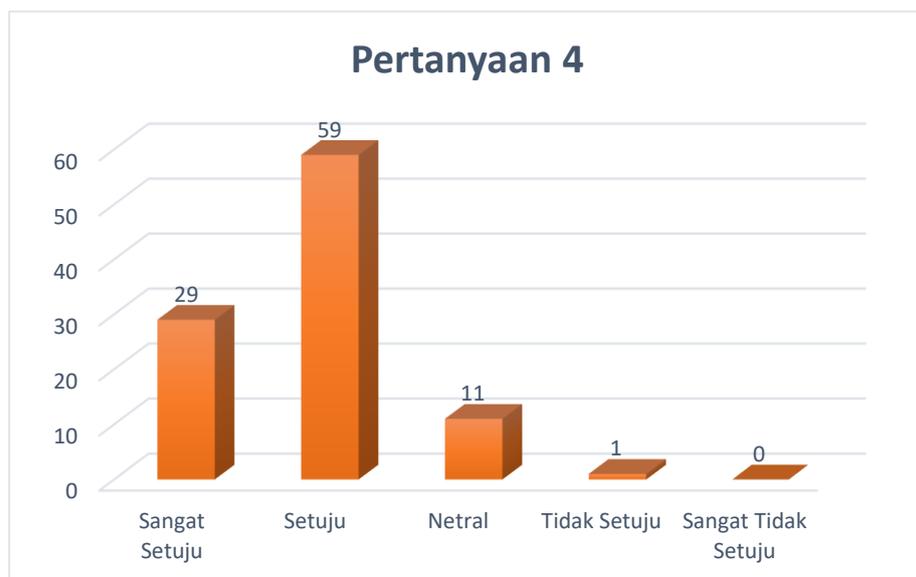
Diagram bar di atas menggambarkan bahwa sebanyak 26 responden (26%) memilih sangat setuju, 54 responden (54%) memilih setuju, 18 responden (18%) memilih netral, 2 responden (2%) memilih tidak setuju, dan 0 responden (0%) memilih sangat tidak setuju. Data tersebut menyimpulkan bahwa 54% responden setuju dengan pertanyaan “adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menjadikan generasi Z memiliki wawasan yang luas terkait perpolitikan”.

Dalam kuissoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 45 orang, pekerja 33 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian, jawaban sangat setuju dan setuju lebih dipilih responden yakni sejumlah 58 orang. Responden tersebut memilih menonton konten SOMASI dan ORMAS. Kemudian, sejumlah 12 orang memilih menonton SOMASI dan 10 orang yang setuju memilih menonton ORMAS. Sementara itu, terdapat 1 responden yang tidak setuju dan menonton konten SOMASI dan ORMAS serta 1 responden tidak setuju yang menonton SOMASI. Maka dari itu, hasil dari data tersebut yaitu responden yang memilih sangat setuju dan setuju merupakan generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- b. Pertanyaan nomor 4 berisi “Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier dapat menjadikan generasi Z memiliki perbedaan pola berpikir dan cara pandang”.

**Gambar 5.15 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 4 Variabel  $Y_1$**



Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat bahwa sejumlah 29 responden (29%) menjawab sangat setuju, 59 responden (59%) menjawab setuju, 11 responden (11%) menjawab netral, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menandakan bahwa mayoritas responden dengan jumlah 59% setuju dengan pertanyaan “adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier dapat menjadikan generasi Z memiliki perbedaan pola berpikir dan cara pandang”.

Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai

pelajar dengan jumlah 49 orang, pekerja 37 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian yang diteliti secara mendalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS sejumlah 61 orang. Kemudian, sejumlah 15 orang hanya menonton SOMASI serta 12 orang hanya menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat 1 responden yang memilih tidak setuju dan responden tersebut menonton konten SOMASI dan ORMAS. Dengan demikian, hasilnya menyimpulkan bahwa responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- c. Pertanyaan nomor 5 berisi “Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier dapat menumbuhkan kesadaran pentingnya mengetahui perpolitikan Indonesia”.

**Gambar 5.16 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 5 Variabel  $Y_1$**

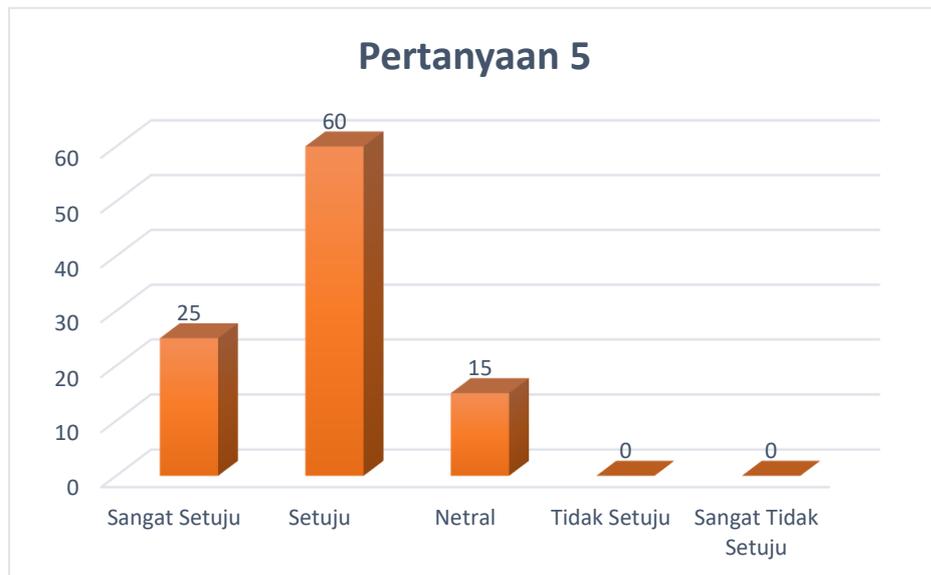


Diagram bar di atas menggambarkan bahwa sebanyak 25 responden (25%) memilih sangat setuju, 60 responden (60%) memilih setuju, 15 responden (18%) memilih netral, 0 responden (0%) memilih tidak setuju, dan 0 responden (0%) memilih sangat tidak setuju. Data tersebut menyimpulkan bahwa 60% responden setuju dengan pertanyaan “adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier dapat menumbuhkan kesadaran pentingnya mengetahui perpolitikan Indonesia”.

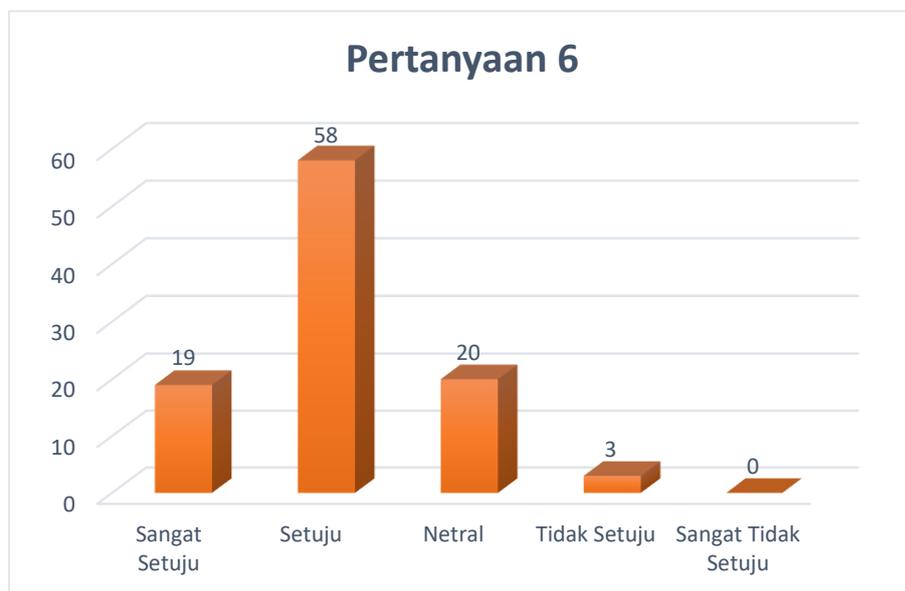
Dalam kuisioner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 48 orang, pekerja 35 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Apabila hasil kuesioner penelitian ini diteliti lebih lanjut, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang kerap kali menonton konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier dengan jumlah 59 orang. Kemudian, sejumlah 13 orang hanya menonton konten SOMASI dan 13 orang menonton konten ORMAS. Dengan demikian, hasil data tersebut menyimpulkan bahwa jawaban mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton acara SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier.

### 3. Indikator Aspirasi Politik

- a. Pertanyaan nomor 6 berisi “Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menimbulkan keinginan generasi Z untuk menyampaikan aspirasi terkait politik”.

**Gambar 5.17 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 6 Variabel  $Y_1$**



Dari diagram di atas menunjukkan bahwa sebanyak 19 orang (19%) memilih sangat setuju, 58 orang (58%) memilih setuju, 20 orang (20%) memilih netral, 3 orang (3%) memilih tidak setuju dan 0 orang (0%) memilih sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden setuju dengan pertanyaan “adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy

Corbuzier menimbulkan keinginan generasi Z untuk menyampaikan aspirasi terkait politik”.

Dalam kuisoner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 47 orang, pekerja 28 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian yang diteliti secara mendalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS sejumlah 52 orang. Kemudian, sejumlah 15 orang hanya menonton SOMASI serta 10 orang hanya menonton konten ORMAS. Sementara itu, terdapat responden yang tidak setuju yakni 3 orang yang menonton SOMASI dan ORMAS. Dengan demikian, hasilnya menyimpulkan bahwa responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- b. Pertanyaan nomor 7 berisi “Generasi Z menyampaikan aspirasinya melalui tindakan nyata dengan menyampaikan aspirasinya secara tertulis atau lisan”.

**Gambar 5.18 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 7 Variabel  $Y_1$**

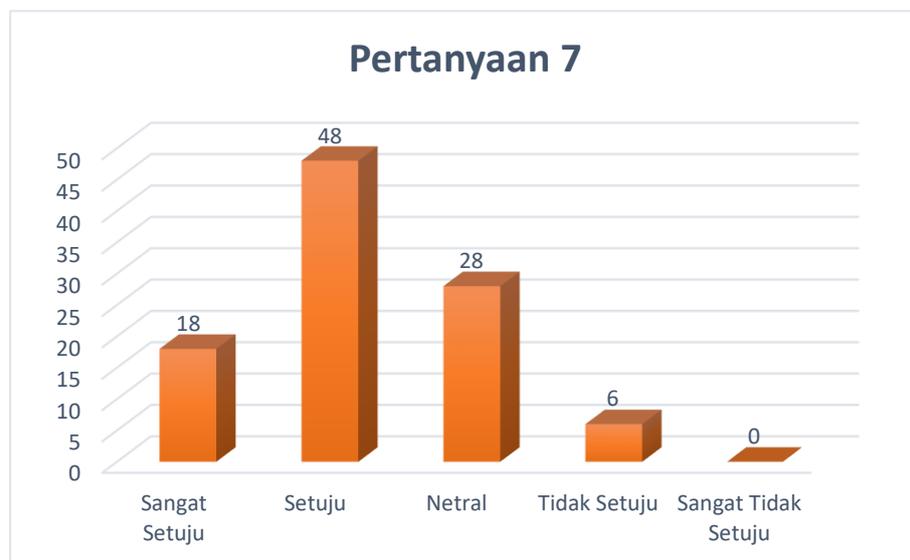


Diagram bar di atas menggambarkan bahwa sebanyak 18 responden (18%) memilih sangat setuju, 48 responden (48%) memilih setuju, 28 responden (28%) memilih netral, 6 responden (6%) memilih tidak setuju, dan 0 responden (0%) memilih sangat tidak setuju. Data tersebut menyimpulkan bahwa 48%

responden setuju dengan pertanyaan “generasi Z menyampaikan aspirasinya melalui tindakan nyata dengan menyampaikan aspirasinya secara tertulis atau lisan”.

Dalam kuisiner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 38 orang, pekerja 26 orang, dan yang belum bekerja 2 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian, jawaban sangat setuju dan setuju lebih dipilih responden yakni sejumlah 49 orang. Responden tersebut memilih menonton konten SOMASI dan ORMAS. Kemudian, sejumlah 11 orang memilih menonton SOMASI dan 16 orang yang setuju memilih menonton ORMAS. Sementara itu, terdapat 4 responden yang tidak setuju dan menonton konten SOMASI dan ORMAS serta 2 responden dan hanya menonton SOMASI. Maka dari itu, hasil data tersebut yaitu responden yang memilih sangat setuju dan setuju merupakan generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS.

- c. Pertanyaan nomor 8 berisi “Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menginspirasi generasi Z untuk menginspirasi pendapatnya dalam bentuk humor”.

**Gambar 5.19 Hasil Kuesioner Pertanyaan Nomor 8 Variabel  $Y_1$**

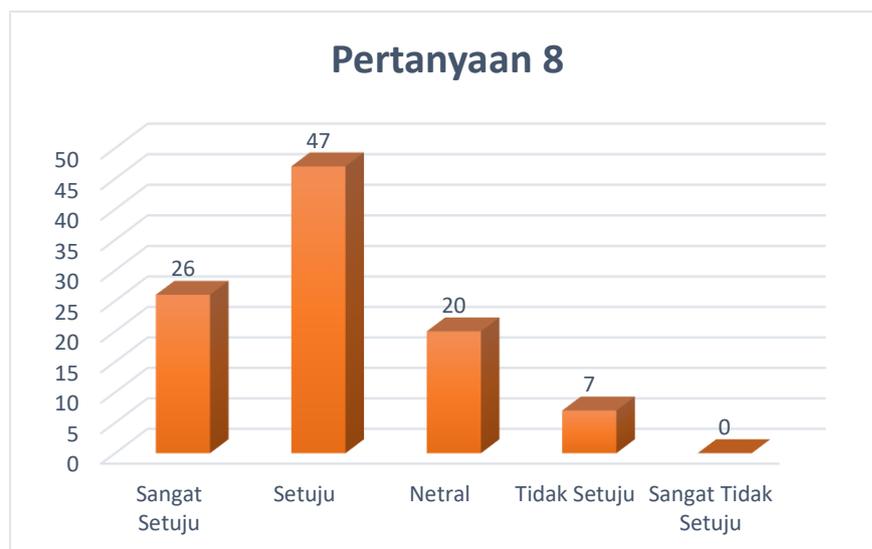


Diagram bar di atas menggambarkan bahwa sebanyak 26 responden (26%) memilih sangat setuju, 47 responden (47%) memilih setuju, 20 responden (20%) memilih netral, 7 responden (2%) memilih tidak setuju, dan 0 responden (0%) memilih sangat tidak setuju. Data tersebut menyimpulkan bahwa 54%

responden setuju dengan pertanyaan “adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier menginspirasi generasi Z untuk menginspirasi pendapatnya dalam bentuk humor”.

Dalam kuisioner penelitian ini, mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan jumlah 45 orang, pekerja 27 orang, dan yang belum bekerja 1 orang. Hasilnya, data menunjukkan bahwa dominan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju adalah pelajar.

Pada kuesioner penelitian yang diteliti secara mendalam, peneliti memperoleh responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS sejumlah 53 orang. Kemudian, sejumlah 13 orang hanya menonton SOMASI. Sejumlah 7 orang setuju dan hanya menonton konten ORMAS. Dengan demikian, hasilnya menyimpulkan bahwa responden yang memilih sangat setuju dan setuju adalah generasi Z yang menonton konten SOMASI dan ORMAS

#### D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kecermatan atau ketepatan suatu instrumen dalam pengukuran. Uji validitas ini bertujuan guna menentukan apakah data penelitian valid atau tidak dengan teknik SPSS. Analisis ini dijalankan dengan mengkorelasikan tiap-tiap skor item dengan skor total. Jumlah responden dalam penelitian ini yakni 100 orang, maka r-tabel yang ditetapkan yakni 0,197 guna menentukan nilai validasi instrumen penelitian ini. Instrumen dapat dikatakan valid jika r-tabel lebih kecil dari r-hitung. Berikut hasil uji validitas untuk pertanyaan variabel  $X_1$  dan variabel  $Y_1$  :

**Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Variabel  $X_1$  (Humor Politik)**

Korelasi Antara	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pertanyaan no. 1 dengan total. • Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan	0,561	0,197	Valid

ORMAS menyampaikan sebuah kritik yang membuat generasi Z menjadi lebih baik dalam menyikapi isu-isu politik di Indonesia.			
Pertanyaan no. 2 dengan total. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengeluarkan pernyataan yang sesuai dengan apa yang diinginkan generasi Z terkait kritikan-kritikan pada acara tersebut.</li> </ul>	0,536	0,197	Valid
Pertanyaan no. 3 dengan total. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengangkat tema</li> </ul>	0,538	0,197	Valid

terkait isu-isu politik.			
<p>Pertanyaan no. 4 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menampilkan sebuah tema terkait keresahan yang dialami oleh masyarakat.</li> </ul>	0,587	0,197	Valid
<p>Pertanyaan no. 5 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS menyampaikan informasi-informasi berdasarkan fakta.</li> </ul>	0663	0,197	Valid
<p>Pertanyaan no. 6 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS mengemas acara</li> </ul>	0,554	0,197	Valid

tersebut dengan humor.			
Pertanyaan no. 7 dengan total. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS membuat generasi Z terhibur dengan humor politik yang disampaikan oleh komika.</li> </ul>	0,593	0,197	Valid
Pertanyaan no. 8 dengan total. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generasi Z lebih suka menonton penyampaian politik dengan menggunakan humor dalam Media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier melalui acara SOMASI dan ORMAS.</li> </ul>	0,610	0,197	Valid

**Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Variabel  $Y_1$  (Persepsi Politik)**

Korelasi Antara	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pertanyaan no. 1 dengan total.	0,553	0,197	Valid

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menjadi tontonan menarik yang membahas perpolitikan.</li> </ul>			
<p>Pertanyaan no. 2 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menumbuhkan minat generasi Z terhadap perkembangan perpolitikan di Indonesia.</li> </ul>	0,642	0,197	Valid
<p>Pertanyaan no. 3 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menjadikan generasi Z memiliki wawasan yang</li> </ul>	0,671	0,197	Valid

luas terkait perpolitikan.			
<p>Pertanyaan no. 4 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier dapat menjadikan generasi Z memiliki perbedaan pola berpikir dan cara pandang.</li> </ul>	0,591	0,197	Valid
<p>Pertanyaan no. 5 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier dapat menumbuhkan kesadaran pentingnya mengetahui perpolitikan Indonesia.</li> </ul>	0,632	0,197	Valid
<p>Pertanyaan no. 6 dengan total.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya acara SOMASI dan</li> </ul>	0,603	0,197	Valid

ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menimbulkan keinginan generasi Z untuk menyampaikan aspirasi terkait politik.			
Pertanyaan no. 7 dengan total. <ul style="list-style-type: none"> <li>Generasi Z menyampaikan aspirasinya melalui tindakan nyata dengan menyampaikan aspirasinya secara tertulis atau lisan.</li> </ul>	0,673	0,197	Valid
Pertanyaan no. 8 dengan total. <ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya acara SOMASI dan ORMAS pada media <i>youtube</i> Deddy Corbuzier menginspirasi generasi Z untuk mengaspirasikan pendapatnya dalam bentuk humor.</li> </ul>	0,551	0,197	Valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi sebuah instrumen dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan memanfaatkan objek yang sama akan memperoleh data yang sama. Pada penelitian ini, penulis memakai uji reliabilitas Cronbach's Alpha dengan mengaplikasikan SPSS untuk menentukan apakah data penelitian dikatakan reliabel atau tidak. Data dapat dikatakan reliabel jika nilai Alpha Cronbach's lebih besar dari  $> 0,6$  dan tidak reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari  $< 0,6$ .

**Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel  $X_1$  (Humor Politik)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,715	8

Berdasarkan tabel *reliability statistic* di atas, didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,715 maka dapat dikatakan reliabel karena Cronbach's Alpha  $> 0.60$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data hasil kuesioner variabel Humor Politik ( $X_1$ ) dari pertanyaan nomor 1 sampai nomor 8 dapat dipercaya.

**Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel  $Y_1$  (Persepsi Politik)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,760	8

Berdasarkan tabel *reliability statistic* di atas, didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,760 maka dapat dikatakan reliabel karena Cronbach's Alpha  $> 0.60$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data hasil kuesioner variabel Persepsi Politik ( $Y_1$ ) dari pertanyaan nomor 1 sampai nomor 8 dapat dipercaya.

## E. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Prasyarat Analisis

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, penulis memakai metode Komolgorov-

Smirnov sebagai uji normalitas data dengan SPSS 22.0. Adapun hasilnya yakni data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih tinggi daripada nilai alpha yakni ( $P > 0,05$ ) dan sebaliknya data dikatakan berdistribusi tidak normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih rendah daripada nilai alpha yakni ( $P < 0,05$ ).

*Tabel 5.5 Hasil Uji Normalitas*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,60164883
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,074
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel One-Sampel Kolmogrov-Smirnov Test di atas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang didapat sebesar  $0,077 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data-data penelitian telah memenuhi **distribusi normal**.

b. Uji Linearitas

Pada pengujian linearitas regresi, peneliti menggunakan uji serentak atau uji statistik F. Harga F dihitung lalu dikorelasikan dengan F tabel dengan taraf signifikansinya sebesar 5%. Jika harga F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel maka hubungan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat dikatakan linear. Adapun hasil uji linearitas yakni sebagai berikut:

**Tabel 5.6 Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Persepsi Politik	Between	(Combined)	699,239	13	53,788	8,490	,000
* Humor Politik	Groups	Linearity	574,021	1	574,021	90,601	,000
		Deviation from Linearity	125,218	12	10,435	1,647	,094
Within Groups			544,871	86	6,336		
Total			1244,110	99			

Hasil uji linearitas antara Humor Politik dengan Persepsi Politik diperoleh nilai F hitung sebesar 1,647 yang lebih kecil dibandingkan dengan f tabel ( $df=1/12$ ) yakni 4,75 ( $1,647 < 4,75$ ) maka Persepsi Politik dengan Humor Politik adalah **linier**. Selain membandingkan dengan tabel F, dapat juga membandingkan dengan Sig.  $> 0,05$ . Pada hasil ANOVA Table di atas, Sig.  $> 0,05$  ( $0,094 > 0,05$ ) sehingga dapat dikatakan Humor Politik dengan Persepsi Politik memiliki hubungan yang linier.

## 2. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang permasalahan penelitian. Hipotesis juga bisa dikatakan sebagai pernyataan atau kesimpulan yang bersifat sementara ataupun dugaan yang sifatnya rasional terhadap suatu populasi. Dalam hipotesis terdapat dua macam yakni hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan hipotesis nihil atau hipotesis nul ( $H_0$ ). Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) menjelaskan adanya hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, sedangkan Hipotesis nul ( $H_0$ ) menerangkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Hipotesis ini akan diuji menggunakan uji hipotesis parsial atau uji t guna melihat ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini hipotesis yang ada dalam penelitian :

**$H_0$**  : Tidak adanya pengaruh antara humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap perspektif politik generasi Z.

**$H_a$**  : Adanya pengaruh antara humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap perspektif politik generasi Z.

**Keterangan** :  $H_0$  ditolak jika nilai signifikansi  $< \alpha$  5%

a. Regresi Linear Sederhana dan Uji Parsial (Uji t)

Analisis regresi adalah analisis guna membentuk keputusan apakah menurun dan naiknya variabel dependen dapat dijalankan dengan meningkatkan variabel independen atau tidak dengan menggunakan SPSS 22.0. Hasil analisis regresi linier sederhana seperti pada tabel berikut :

**Tabel 5.7 Hasil Uji Serentak (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	574,021	1	574,021	83,950	,000 <sup>b</sup>
	Residual	670,089	98	6,838		
	Total	1244,110	99			

a. Dependent Variable: Persepsi Politik

b. Predictors: (Constant), Humor Politik

Dari hasil tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 83,950 dengan tingkat tren 0,000 yang berarti hasil output sebesar 0,05. Hasilnya, model regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel Humor Politik ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel Persepsi Politik ( $Y_1$ ). Pertimbangan lain dilihat dari besaran  $F_{hitung}$  terhadap  $F_{tabel}$ , jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sebaliknya, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hasil  $F_{hitung}$  dalam tabel di atas sebesar  $F_{hitung} 83,950 > F_{tabel} 3,938$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel Humor Politik ( $X_1$ ) terhadap variabel Persepsi Politik ( $Y_1$ ).

**Tabel 5.8 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,732	2,789		2,414	,018
Humor Politik	,767	,084	,679	9,162	,000

a. Dependent Variable: Persepsi Politik

Hasil analisis regresi linear sederhana seperti pada tabel di atas dapat ditulis persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 6,732 + 0,767X$$

Nilai konstanta sebesar 6,732, hal ini berarti bahwa Persepsi Politik akan bernilai 6,732 jika Humor Politik sama dengan nol. Hal ini dapat dijelaskan bahwa Persepsi Politik akan menurun jika tidak ada Humor Politik.

Variabel Humor Politik (X) mempunyai pengaruh positif terhadap Persepsi Politik (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,767 menunjukkan bahwa apabila Humor Politik meningkat sebesar 1 persen maka Persepsi Politik akan meningkat sebesar 0,767 persen dengan asumsi variabel bebas yang lain konstan. Nilai signifikan (sig) sebesar 0,000, nilai ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan 0,05 maka pengaruh Humor Politik terhadap Persepsi Politik adalah signifikan ( $0,000 < 0,05$ ).

Berdasarkan perhitungan SPSS, dalam t test nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,162, sedangkan  $t_{tabel}$  yakni 1,660, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,162 > 1,660$ ), artinya ada pengaruh signifikan positif variabel Humor Politik terhadap Persepsi Politik.

b. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi diterapkan guna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menunjukkan variabel-variabel dependen. Uji ini menggunakan SPSS 22.0 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

**Tabel 5.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 <sup>a</sup>	,461	,456	2,615

a. Predictors: (Constant), Humor Politik

b. Dependent Variable: Persepsi Politik

Koefisien determinasi R Square sebesar 0,461 yang berarti 46,1% variasi pada variabel Y (Persepsi Politik) dapat dijelaskan oleh variasi variabel X (Humor Politik). Sementara sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Untuk memperjelas jawaban hipotesis, peneliti menentukan tingkat hubungan dari interval koefisien menurut Sugiyono (2018) dengan gambaran interval koefisien sebagai berikut :

**Tabel 5.10 Interpretasi Nilai R Square**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Koefisien Korelasi</b>
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Tinggi
0,80 - 1,000	Sangat Tinggi

*Sumber : Sugiyono, 2018*

Dari tabel di atas jika ditaruh hasil dari pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebesar 0,461, maka interpretasinya adalah pengaruh dari variabel Humor Politik terhadap variabel Persepsi Politik masuk dalam kategori sedang. Sehingga hipotesis yang menyatakan “Pengaruh Humor Politik Dalam Media *Youtube* Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Politik Generasi Z” **diterima.**

#### **F. Analisis dan Diskusi**

Pada bagian ini, penulis akan mengulas terkait interpretasi hasil wawancara, indikator setiap variabel yang dikorelasikan dengan hasil uji SPSS dan wawancara, serta analisis dan diskusi pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z yang direlevansikan dengan teori humor politik, teori komunikasi politik, dan teori persepsi. Pada ulasan pertama, generasi Z merupakan generasi yang erat kaitannya dengan teknologi. Adanya teknologi membuat generasi Z semakin mudah untuk mengakses berbagai informasi di internet maupun media sosial. Salah satu informasi yang bermunculan di internet maupun media sosial adalah berita atau isu-isu tentang politik. Sebagian besar generasi Z mengikuti perkembangan isu-isu politik yang ada di Indonesia melalui berbagai platform seperti *instagram*, *tik tok*, *x*, *youtube*, dan lain sebagainya. Hal tersebut selaras dengan pendapat salah satu narasumber yang keenam menyatakan bahwa:

“Ya, saya mengikuti isu2 terkini terkait politik Indonesia melalui sosial media seperti *Instagram*, *YouTube* dan *Saluran WhatsApp*” (Narasumber 6, 2023).

Dari pernyataan narasumber di atas, media *youtube* menjadi pilihan narasumber untuk mengakses isu-isu politik. Salah satu konten kreator yang membahas isu-isu politik adalah kanal *youtube* Deddy Corbuzier. Adapun konten video yang terkenal dalam kanal *youtube* Deddy Corbuzier adalah *podcast*. Selain *podcast*, Deddy Corbuzier juga menampilkan sebuah konten yakni SOMASI (*Stand On Mic Take It Easy*) dan ORMAS (Obrolan Masyarakat). Dari konten-konten tersebut, beberapa responden memilih menonton konten SOMASI dan ORMAS, ada yang hanya menonton SOMASI, dan ada yang hanya menonton konten ORMAS.

Konten SOMASI dan ORMAS yang ada di media *youtube* Deddy Corbuzier menyajikan berbagai tema yang menarik baik itu tema terkait politik yang hangat dibicarakan maupun tema di luar politik. Berdasarkan hasil dari wawancara, narasumber menyebutkan terdapat tema di luar politik diantaranya semua cewek cantik, pernikahan, Jefri Nichol vs *everybody*, dan sebagainya. Konten SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier memiliki perbedaan penyampaian dalam membawakan sebuah tema atau materi. Pada konten SOMASI berfokus pada satu orang komika yang menyampaikan keresahannya. Sementara pada konten ORMAS berfokus pada sekelompok orang yang dibagi menjadi dua kelompok yakni tim pro dan tim kontra. Dalam penyampaian, konten SOMASI menyajikan tema yang diangkat oleh sang komika tersendiri sedangkan pada konten ORMAS terdapat tema atau materi yang telah ditentukan oleh tim kreatif dari *channel youtube* Deddy Corbuzier. Penyampaian materi pada kedua konten tersebut kerap kali ada yang aman dan ada yang tidak aman atau dalam istilah di konten tersebut disebut “pinggir jurang”. Penyampaian materi yang dikatakan tidak aman dikarenakan mengandung sindiran, kritik, dan lain sebagainya terhadap personal dan suatu instansi.

Dari penjelasan di atas, terdapat perbedaan antara konten SOMASI dan konten ORMAS. Pada hasil wawancara, narasumber berpendapat bahwa ada yang lebih menyukai konten SOMASI dan ada juga yang lebih menyukai konten ORMAS. Beberapa narasumber yang menyatakan lebih menyukai konten SOMASI yakni narasumber ketiga mengatakan:

“Menurut saya kedua konten tersebut cukup bagus. Dimana, mereka dapat mengangkat isu-isu yang berkembang di masyarakat dengan cara berkomedi. Disamping memberikan insight juga hiburan. Diantara keduanya, saya lebih suka konten SOMASI karena poin-poin baik berupa informasi ataupun kritikan tersampaikan. Dibandingkan dengan

ORMAS kekurangannya mungkin terkadang opini yang hendak disampaikan tidak clear karena terpotong jokes narasumber lain, sehingga sedikit tidak kondusif. Secara keseluruhan, kedua konten memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing” (Narasumber 3, 2023).

Pendapat lain juga disampaikan oleh narasumber kelima mengatakan:

“pandangan saya mengenai konten ORMAS dan SOMASI ini sebagai wadah untuk mengutarakan pendapat yang dikemas dengan komedi sehingga lebih bisa diterima kalangan anak muda, saya lebih menyukai konten SOMASI karena diisi oleh materi-materi yang berkualitas” (5, 2023).

Dari kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa konten SOMASI lebih menarik perhatian dikarenakan poin-poin atau materi yang disampaikan oleh komika tersampaikan dengan jelas dan tidak terpotong oleh komika lainnya sehingga terasa lebih berkualitas. Sementara itu, narasumber lainnya memilih menyukai konten ORMAS karena setting tempat pada konten tersebut lebih seru dan menampilkan perdebatan antara tim pro dan tim kontra sehingga mendapatkan sudut pandang yang berbeda. Seperti pernyataan dari narasumber yang menyukai ORMAS yakni narasumber keempat :

“kalau untuk SOMASI saya lebih suka melihat komikanya yang berpikiran kritis dari sisi pandangnya. Kalau untuk ORMAS sendiri itu kan dasarnya dari obrolan masyarakat maka dari itu saya lebih suka ke ORMAS yang membuat saya jadi mengerti dari sudut pandang lain komika/bintang tamunya” (Narasumber 4, 2023).

Pendapat lain juga disampaikan oleh narasumber kesembilan :

“Dalam pandangan saya mengenai konten tersebut yaitu konten tersebut bisa menjadi wadah untuk mewakili keresahan masyarakat dengan mengkritik pemerintah, saya lebih menyukai konten ORMAS, karena disana mereka bisa mengeluarkan aspirasi dengan mempertahankan pro dan kontra dan lebih bagusnya lagi tema yang diangkat itu keresahan politik saat ini” (Narasumber 9, 2023).

Kedua konten tersebut memang memiliki penyajian yang berbeda. Pandangan terhadap kedua konten tersebut tergantung pada persepsi penontonnya. Selain terdapat perbedaan penyajian, kedua konten tersebut juga memiliki persamaan yakni

penyampaian isu – isu terkini yang menjadi keresahan yang dialami oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan narasumber yakni narasumber ketujuh:

“isu yang diangkat memang isu yang sedang viral terkadang saya merasa cukup relate dengan penyampain di kedua konten tersebut tetapi ada juga kalanya saya kurang setuju dengan opini yang disampaikan dalam konten tersebut” (Narasumber 7, 2023).

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh narasumber kesepuluh :

“Konten yang menarik dan menghibur karena di dalamnya mengandung kritikan atau sindiran halus yang dikemas secara humor atau candaan. Saya lebih suka konten SOMASI karena sang komika runtut memaparkan materinya dan punline komedinya sering dapat dan lebih ke pinggir jurang. Sementara di ORMAS sendiri karena dia konsepnya debat antara pro dan kontra kadang dia melebar kemana<sup>2</sup> terkait tema dan kerap kali salah satu tim entah itu pro atau kontra kurang konsisten membawakannya” (Narasumber 10, 2023)

Konten SOMASI dan ORMAS dapat memberikan manfaat karena penyampaiannya berupa isu - isu terkini. Jika kita menonton konten SOMASI kita bisa melihat pandangan seorang komika terhadap isu – isu terkini. Sementara konten ORMAS menghadirkan konten yang memadukan dua kelompok dengan dua pandangan yang berbeda yakni pandangan pro dan kontra terhadap isu – isu terkini. Oleh karena itu, kita bisa melihat pemikiran atau sudut pandang yang berbeda pada setiap isu – isu yang dijelaskan dan memberikan suatu pemikiran bahwa dalam memandang suatu hal bukan hanya pada sudut pandang kita sendiri atau satu sisi saja. Hal tersebut disampaikan juga oleh narasumber kedelapan :

“saat di konten ORMAS kan ada pro dan kontra saat membahas suatu isu, nah kedua belah pihak saling memberikan pendapatnya soal isu tersebut. Disaat itu pun saya menanggapi untuk menggabungkan dari 2 pendapat tersebut dan menyimpulkan menjadi pendapat milik saya pribadi yang mungkin mengambil jalan tengah dari pendapat mereka” (Narasumber 8, 2023)

Perdapat lain juga disampaikan oleh narasumber keempat:

“cara berpikir dari sudut pandang berbeda itu yang harusnya diterapkan pada kita sehingga kita tidak seharusnya langsung berpikir orang lain salah kita yang benar” (Narasumber 4, 2023)

Penyampaian isu - isu terkini yang dihadirkan konten ORMAS dan SOMASI menjadi daya tarik bagi penontonnya. Namun daya tarik konten tersebut yang paling utama bukan pada hal apa yang disampaikan tapi kepada cara penyampaiannya yang digabungkan dengan sebuah komedi. Cara penyampaian konten tersebut yang dibalut dengan komedi menjadikan konten tersebut menghibur para penontonnya dan membuat penonton tidak bosan. Seperti pada pernyataan salah satu narasumber yakni narasumber kesepuluh :

“Menurut saya, isu-isu yang disajikan dan dikemas secara komedi dari komika itu membuat saya tertawa dan meskipun itu diplesetin tetapi saya paham apa yang lagi dibahas atau plesetan tersebut mengarah kemana. Selain itu juga kontennya menarik dan membuat saya tidak bosan dan tidak sabar untuk menunggu dan menonton episode selanjutnya. Intinya lucunya dapet, kritiknya dapet, dan tentunya menghibur” (Narasumber 10, 2023).

Kreativitas yang disajikan pada konten SOMASI dan ORMAS walaupun dikemas secara komedi, konten tersebut tetap memberikan manfaat serta edukatif. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan narasumber ketiga yakni:

“Penyampaian isu-isu yang disajikan dalam bentuk humor menurut saya merupakan hal yang kreatif. Walaupun dikemas dengan humor, hingga saat ini saya masih bisa mengerti maksud ataupun tujuan dari poin-poin yang hendak disampaikan. Penyampaian isu dalam bentuk humor juga menjadi alternatif bagi mereka ditengah adanya upaya pembatasan untuk menyampaikan pendapat atau kritik di media sosial” (Narasumber 3, 2023).

Kreativitas Konten SOMASI dan ORMAS penyampaian isu – isu terutama isu politik di Indonesia dengan menggunakan komedi, menjelaskan bahwa masih kurangnya kebebasan berpendapat di masyarakat karena takut terjerat UU ITE. Hal tersebut berdasarkan pada pernyataan narasumber kesatu:

“jika dilihat dari cara mereka menyampaikan keresahan, meskipun sudah dibalut dengan komedi dan sarkasme, membuktikan tidak adanya kebebasan berpendapat di masyarakat. semua pembicara saat membahas

hal sensitif terlihat sangat berhati-hati karena takut akan dijerat uu ite” (Narasumber 1, 2023)

Pendapat lain juga disampaikan oleh narasumber keenam:

“Indonesia sebagai negara demokrasi masih kurang dalam menerapkan demokrasi itu sendiri. Seperti banyaknya pejabat pemerintah yang menolak bahkan melaporkan kritik dari masyarakat” (Narasumber 6, 2023).

Namun secara tidak langsung konten SOMASI dan ORMAS memberikan persepsi kepada masyarakat terutama dalam hal perpolitikan Indonesia seperti tetap mengikuti perkembangan dan tetap berpikir kritis terhadap politik di Indonesia serta berani menyuarakan pendapatnya baik dalam lingkungan sekitar, media sosial, dan sebagainya. Kedua konten tersebut juga menggambarkan bahwa bahasan politik tidak harus serius dan memusingkan karena politik juga bisa dibawakan secara komedi sehingga politik tidak menjadi pembahasan yang begitu rumit dan berat. Hal tersebut selaras dengan pernyataan narasumber ketiga:

“Menurut saya kedua konten tersebut sekiranya dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap politik. Dimana, selama ini masyarakat seperti antipati terhadap isu-isu perpolitikan karena kesan politik itu sebagai suatu topik yang menjelumit, berat, dan ribet untuk dibicarakan. Namun, dengan konten tersebut ternyata politik itu bisa dibawakan dengan santai dan ringan. Hal inilah yang kemudian sedikitnya juga memberikan pengaruh kepada masyarakat, terlebih khusus dapat menarik penonton dari kalangan anak muda untuk paham akan isu politik yang berkembang dan mendorong mereka untuk berani menyampaikan pendapatnya. Ini merupakan salah satu cara kreatif dan menjadi inspirasi pula bagi anak muda dalam membuat konten-konten politik ataupun kritik lainnya” (Narasumber 3, 2023).

Pendapat lain juga disampaikan oleh narasumber kelima :

“saya kurang suka dengan ribetnya dinamika politik Indonesia tapi menonton konten SOMASI dan ORMAS ini membuat persepsi saya berpikir bahwa berdebat tentang politik pro maupun kontra dibawakan dengan cara lawak dan tertawa itu menyenangkan, dan politik tidak harus kaku” (Narasumber 5, 2023).

Adanya konten SOMASI dan ORMAS membuat beberapa narasumber berani untuk menyuarakan pendapatnya seperti narasumber kelima:

“lebih berani menyampaikan pendapat, dengan adanya konten SOMASI dan ORMAS ini bisa membuat tahun politik ini menjadi lebih berbeda dari tahun politik sebelumnya, tidak kaku, rileks, santai tapi serius untuk masa depan yang lebih baik” (Narasumber 5, 2023).

Narasumber kelima menambahkan pendapatnya bahwa:

“saya berdiskusi politik dengan pasangan, teman kerja, dan jga teman dikampung sya, mengenai politik dinasti, batas dan minimum capres cawapres yang ramai dibicarakan, terdapat di Konten ormas dengan temanya "gibran masuk.. buzzer mulai ribut.. relawan sibuk" di Indonesia seharusnya tidak ada nepotisme , siapa saja mempunyai hak untuk menjadi pemimpin, jika ingin netral seharusnya isu-isu ini sudah mencuat sejak dulu, bukan baru sekarang isu ini muncul setelah gibran memutuskan untuk berpaling dari partai politik” (Narasumber 5, 2023).

Pendapat lain juga disampaikan oleh narasumber kedua :

“tentu saja dan tidak perlu juga untuk takut menyampaikan pendapat dan menginformasikan isu isu politik, saya lebih takut saat orang-orang terlalu takut untuk menyampaikan pendapat dan menginformasikan isu isu politik pada orang lain maupun masyarakat pada lingkungan sekitar agar perhatian masyarakat pada politik tetap tumbuh subur” (Narasumber 2, 2023).

Narasumber kedua menambahkan pendapatnya bahwa:

“ada bagian dari alam bawah sadar saya yang mengatakan bahwa "contoh nya sudah ada jadi tidak masalah jika dilakukan" (Narasumber 2, 2023).

Selain pendapat bahwa narasumber merasa lebih ingin bersuara ketika melihat konten SOMASI dan ORMAS. Ada juga yang menganggap bahwa dengan ada atau tidaknya konten SOMASI beberapa narasumber tetap berani untuk menyuarakan pendapatnya seperti narasumber ketiga:

“Sebenarnya dengan ada atau tidaknya konten tersebut sekiranya saya cukup berani untuk menyampaikan pendapat atau menginformasikan isu-isu politik, namun masih pada tahap dilingkup yang kecil seperti keluarga ataupun teman” (Narasumber 3, 2023).

Namun ada narasumber yang juga hanya menikmati konten SOMASI dan ORMAS sebagai konten hiburan yang membahas isu – isu politik yakni narasumber keempat :

“tidak saya hanya penikmat isu-isu politik, dan sepertinya saya belum ada di fase bisa menyuarakan aspirasi saya” (Narasumber 4, 2023).

Dari pendapat narasumber yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa konten somasi dan ormas telah membawa pengaruh yang cukup pada penontonnya. Konten yang menampilkan kritikan dan sindiran dengan dikemas secara humor memberikan warna untuk menyampaikan pendapat terkait isu politik yang lebih ringan dan tidak terkesan serius sehingga penonton tertarik dengan konten tersebut. Terdapat berbagai macam respon yang dirasakan oleh penonton konten tersebut seperti berani untuk menyuarakan aspirasinya, ada juga yang hanya menikmati sebagai hiburan.

Ulasan yang kedua, dalam penelitian ini, peneliti memperoleh hasil dari uji regresi linear sederhana yakni  $F_{83,950} > F_{tabel\ 3,938}$  yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (humor politik) terhadap variabel dependen (persepsi politik). Pada variabel humor politik terdapat tiga indikator yakni kritik politik, isu-isu politik, dan *stand up academy*. Indikator kritik politik memiliki nilai paling banyak yakni pertanyaan nomor 2 sebanyak 60 orang menjawab setuju. Indikator isu-isu politik memiliki nilai paling banyak yakni pertanyaan nomor 4 sebanyak 64 orang menjawab setuju. Kemudian indikator *stand up academy* memiliki nilai yakni pertanyaan nomor 7 sebanyak 52 orang menjawab.

Sementara pada variabel persepsi politik terdapat tiga indikator yakni sikap politik, pengetahuan politik, dan aspirasi politik. Indikator sikap politik memiliki nilai yakni pertanyaan nomor 1 sebanyak 58 orang memilih setuju. Indikator pengetahuan politik memiliki nilai yakni pertanyaan nomor 5 sebanyak 60 orang memilih setuju. Terakhir, indikator aspirasi politik memiliki nilai yakni pertanyaan nomor 6 sebanyak 58 orang menjawab setuju.

Hasil dari perhitungan menggunakan uji regresi linear sederhana diperoleh pengaruh humor politik terhadap persepsi politik sebesar 46,1% masuk dalam kategori sedang, sementara sisanya 53,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Adanya pengaruh humor politik terhadap persepsi politik diperkuat oleh humor yang disajikan oleh para komika pada konten ORMAS ataupun SOMASI. Pada hasil wawancara bersama narasumber terkait faktor lain yang mempengaruhi persepsi politik generasi Z selain

humor politik pada media *youtube* Deddy Corbuzier yakni dinamika politik yang terjadi di Indonesia itu sendiri. Dikatakan demikian, pembahasan politik masih dianggap sebagai suatu hal yang berat dan ribet untuk dibicarakan. Selain itu, adanya UU ITE dianggap sebagai sumber ketakutan masyarakat membahas isu – isu yang sensitif terkait perpolitikan di Indonesia terlebih di media sosial. Hal tersebut terbukti ketika demokrasi di Indonesia dirasa menurun karena para pejabat yang menolak bahkan melaporkan masyarakat yang mengkritik kinerja dari pejabat tersebut.

Indikator – indikator yang mempengaruhi variabel humor politik dan variabel persepsi politik dapat dijelaskan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber. Humor politik yang meliputi kritik politik pada konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier yang membuat masyarakat menyukai konten tersebut. Kritik politik yang dihadirkan pada konten tersebut mewakili keresahan yang dialami oleh masyarakat dan dianggap sebagai wadah penyampaian aspirasi. Isu – isu politik yang disampaikan dalam bentuk *stand up comedy* menjadikan konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier menarik serta menghibur bagi para penontonnya. Pembahasan politik yang dibawakan dalam konten tersebut walaupun disampaikan dengan komedi masih tetap tersampaikan dengan jelas. Isu – isu yang dibahas juga selaras dengan apa yang terjadi pada saat ini yang menjadi keresahan dari masyarakat Indonesia. Oleh karena itu terdapat pengaruh terhadap variabel Persepsi Politik dari kedua indikator yang ada dalam variabel humor politik yakni isu – isu politik dan *stand up comedy*.

Dalam indikator - indikator persepsi politik terdapat indikator pengetahuan politik yang menjelaskan pengetahuan politik apa yang didapat dari menonton konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier. Mengacu pada hasil wawancara bersama narasumber dapat disimpulkan yakni masyarakat dapat menemukan pandangan lain yang disampaikan oleh komika pada acara SOMASI sedangkan pada konten ORMAS disajikan dua pandangan berbeda antara pro dan kontra terkait suatu isu politik. Hal tersebut yang membuat para penonton kedua konten tersebut dapat menambah wawasan serta menggabungkan pendapatnya dengan pandangan yang disampaikan pada konten tersebut.

Selain pengetahuan politik, aspirasi politik juga menjadi indikator yang dapat dilihat serta dirasakan secara langsung karena aspirasi politik adalah bukti nyata adanya pengaruh dari konten SOMASI dan ORMAS di media *youtube* Deddy Corbuzier. Beberapa narasumber menjelaskan bahwa dengan adanya konten SOMASI dan

ORMAS membuat mereka berani untuk melakukan tindakan nyatanya berupa penyampaian aspirasi. Namun, salah satu narasumber mengatakan bahwa dia hanya menikmati isu-isu yang disampaikan dan belum bisa untuk menyuarakan aspirasinya. Tindakan generasi Z untuk menyampaikan aspirasi sebagai perwujudan aksi nyata untuk terus menumbuhkan pengetahuan politik di sekitar mereka dan sadar akan pentingnya politik. Indikator lainnya dari variabel persepsi politik adalah sikap politik generasi Z. Pentingnya generasi Z untuk paham atau selalu mengikuti perkembangan yang terjadi dalam perpolitikan di Indonesia tapi masih terdapat generasi Z yang antipati dalam menanggapi isu – isu politik yang ada di Indonesia. Beberapa narasumber menjelaskan bahwa dengan adanya konten SOMASI dan ORMAS memberikan pengaruh karena dapat menarik para penonton generasi Z untuk selalu memahami terkait isu politik yang ada di Indonesia. Konten tersebut memberikan cara kreatif serta memberikan inspirasi bagi generasi Z untuk berani menyampaikan pendapatnya dengan membuat konten – konten politik.

Ulasan yang ketiga yakni penulis akan menginterpretasikan dan menguraikan secara mendalam terkait konten SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier dan pengaruhnya terhadap persepsi politik generasi Z yang direlevansikan dengan teori humor, komunikasi politik, dan persepsi. Konten yang disajikan dalam media *youtube* Deddy Corbuzier yakni acara SOMASI dan ORMAS merupakan seni humor yang mengarah pada humor lakuan karena konten tersebut membahas tentang isu – isu terkini termasuk isu politik yang disampaikan dengan bentuk lawakan. Humor yang dibawakan mengandung kritik, satire, dan saran yang ditujukan kepada para pejabat publik, dan institusinya. Hal tersebut menjelaskan bahwa pada dasarnya humor politik ditujukan sebagai simbol kebebasan dari ketegangan serta tekanan atau dalam teori humor yakni *teori pelepasan inhibisi*.

Konten SOMASI dan ORMAS yang disampaikan oleh komika atau bintang tamu secara tersirat merupakan bentuk komunikasi politik. Dikatakan demikian karena komunikasi politik mengkaji serta menyampaikan sebuah topik yang bertujuan untuk mencapai sebuah pengaruh. Upaya mencapai hal tersebut, konten SOMASI dan ORMAS menggunakan teknik retorika politik. Konten tersebut mengaplikasikan retorika sebagai pernyataan umum, aktual, dan terbuka dengan membuat masyarakat dalam hal ini generasi Z sebagai sasaran utamanya. Konten tersebut menghadirkan beberapa komika yang menggunakan gaya ajakan berupa bahasa lisan yang di dalamnya terdapat intonasi suara, mimik, dan irama. Selain itu, konten SOMASI dan

ORMAS menjalankan lima pusat tradisi kajian retorika yakni penemuan dengan menentukan ide - ide yang akan dibahas serta membingkai ide - ide tersebut dalam bahasa yang mudah dicerna. Penyusunan yakni penyusunan ide – ide yang mengarah pada konteks dan orang. Gaya yaitu bagaimana cara menyajikan ide – ide tersebut yang meliputi preferensi non verbal dan verbal. Terakhir, daya ingat yakni bagaimana ide – ide tersebut nantinya tidak lagi hanya diingat tetapi juga diadaptasikan.

Pada penyajian konten SOMASI dan ORMAS terdapat unsur propaganda yang disengaja. Dikatakan demikian karena konten tersebut membuat para penonton terpengaruhi sehingga merasa berani untuk menyuarakan pendapatnya. Salah satu narasumber mengatakan “ada bagian dari alam bawah sadar saya yang mengatakan bahwa contoh nya sudah ada jadi tidak masalah jika dilakukan”. Selain itu, para penonton juga menerima pandangan baru yang mereka dapat dari konten tersebut dan diaplikasikan pada obrolan dilingkungan sekitarnya contohnya yang dialami oleh salah satu narasumber yang mengatakan “saya berdiskusi politik dengan pasangan, teman kerja, dan jga teman dikampung sya, mengenai politik dinasti, batas dan minimum capres cawapres yang ramai dibicarakan, terdapat di Konten ormas dengan temanya "gibran masuk.. buzzer mulai ribut.. relawan sibuk" di Indonesia seharusnya tidak ada nepotisme , siapa saja mempunyai hak untuk menjadi pemimpin, jika ingin netral seharusnya isu-isu ini sudah mencuat sejak dulu, bukan baru sekarang isu ini muncul setelah gibran memutuskan untuk berpaling dari partai politik”. Namun, konten tersebut tidak menciptakan suatu kegelisahan, ketidakpuasan atau membuat orang lain melakukan pemberontakan sehingga tidak bisa dikatakan bahwa konten tersebut menjalankan agitasi politik.

Konten humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier yakni ORMAS dan SOMASI mengundang para komika untuk menampilkan sebuah acara humor yang membahas isu – isu terkini seperti politik. Oleh karena itu, Konten tersebut tidak dapat dikatakan sebagai konten yang menjalankan teori lobi politik dikarenakan yang diundang bukan seseorang dari pemerintahan melainkan seorang komika sehingga tidak adanya negosiasi kebijakan yang terjadi.

Konten SOMASI dan ORMAS dari penjelasan di atas masuk dalam bentuk komunikasi politik yakni retorika politik, propaganda politik, dan dalam penyajian konten tersebut menyampaikan sebuah kritik, satire, dan saran terkait isu politik namun dikemas secara humor. Hal tersebut yang menjelaskan bahwa adanya tindakan politik yang diaplikasikan pada konten tersebut. Dalam konteks tindakan politik dapat dilihat

pada salah satu konten SOMASI yang berjudul “*MASUK PENJARA KITA GARA GARA VIDEO INI KAYANYA!!- MAMAT ALKATIRI - SOMASI - Deddy Corbuzier Podcast*”. Salah satu komika yang tampil pada saat itu yakni Mamat Alkatiri menyampaikan kritik – kritiknya dalam bentuk komedi yang disampaikan untuk beberapa pejabat seperti presiden yang sedang membagikan baju, wakil presiden yang ditanya terkait kinerjanya, dan sebagainya.

Persepsi merupakan sudut pandang seseorang dalam melihat sesuatu dan setiap orang memiliki sudut pandang yang berbeda dalam mempersepsikannya. Dalam teori persepsi terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi persepsi yakni faktor fungsional dan faktor struktural. Selain kedua faktor tersebut, terdapat faktor lain yakni faktor perhatian yang memainkan peran bagaimana humor politik dapat mempengaruhi persepsi politik generasi Z. Sesuatu yang menarik perhatian dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Adapun faktor eksternal yang menjadikan konten SOMASI dan ORMAS dapat menarik perhatian generasi Z karena menghadirkan penyampaian isu politik yang biasanya dianggap pembahasan yang serius, membosankan, dan berat namun pada konten SOMASI dan ORMAS di mana dalam menyajikan isu politik dengan cara berbeda melalui humor membuat generasi Z merasa santai dan menghibur. Hal tersebut dianggap sebagai hal yang baru serta memiliki nilai kreativitas. Sementara pada faktor internal, konten SOMASI dan ORMAS mendapat perhatian yang menarik karena informasi yang diberikan terkait penyampaian isu – isu adalah isu – isu terkini yang memang sedang hangat dibicarakan, penyampaian isu – isu yang dibahas juga tersampaikan dengan jelas dan baik serta sesuai dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini.

Selain perhatian, faktor fungsional juga dapat mempengaruhi persepsi yang dilihat Pada acara SOMASI yang disajikan pada media *youtube* Deddy Corbuzier terdapat satu video dari komika mamat alkatiri yang berjudul "*MASUK PENJARA KITA GARA GARA VIDEO INI KAYANYA!!- MAMAT ALKATIRI - SOMASI - Deddy Corbuzier Podcast*" mengangkat bagian perbedaan bahasa. Pada video tersebut menceritakan saat Mamat Alkatiri tengah kuliah di Yogyakarta dan dia berasal dari papua. Saat mengobrol dengan temannya, dia bingung dan tidak mengerti apa yang sedang dibicarakan karena ketiga temannya menggunakan bahasa jawa. Padahal, seharusnya dia terlibat dalam pembicaraan tersebut. Kemudian Mamat Alkatiri membandingkan dimana saat dia *stand up comedy* menggunakan bahasa papua, maka

mereka juga tidak mengerti bahasa papua dan diakhiri kalimat Mamat Alkatiri yang mengatakan "Itulah yang saya rasakan".

Salah satu contoh dari video tersebut menggambarkan faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi. Dikatakan demikian, karena terdapat kerangka rujukan untuk mempengaruhi bagaimana makna pesan yang diterima. Seseorang yang berasal dari luar pulau jawa akan mengalami kesulitan untuk memahami dan melakukan pembicaraan dengan orang-orang yang asli jawa karena mereka terbiasa menggunakan bahasa jawa. Hal ini mengakibatkan persepsi atau makna yang diterima akan berbeda dan hanya bisa menjawab kata misalnya "nggih" secara terus menerus dan tidak tau apa yang dibicarakan. Begitupun sebaliknya, seseorang yang asli jawa mendengarkan stand up comedy menggunakan bahasa papua akan tidak tertawa dan tidak merasa lucu meskipun bagi orang papua hal itu adalah lawakan.

Faktor struktural yang menjadi pengaruh humor politik terhadap persepsi generasi Z dalam menonton konten SOMASI dan ORMAS dibuktikan dari salah satu video ORMAS yang berjudul "*MAAF KAMI TAKUT BERI JUDUL!!JEBLOK JURANG INI... 🎨- ORMAS - Corbuzier Podcast*" yang membahas tentang tenaga kerja asing. Pembahasan tersebut bermula ketika salah satu bacapres menjelaskan bahwa masalah tenaga kerja asing apakah bisa digantikan oleh tenaga kerja Indonesia. Hal tersebut memberikan dua pandangan berbeda dalam melihat permasalahan yakni ada tim pro yang menjelaskan bahwa tenaga kerja Indonesia belum bisa menggantikan tenaga kerja asing karena dalam segi keahlian atau kemahiran suatu bidang tertentu sementara tenaga kerja asing lebih bisa menempati posisi tersebut dari pada tenaga kerja Indonesia. Sedangkan tim kontra menjelaskan bahwa sebenarnya permasalahannya yakni tenaga kerja asing dipergunakan bukan untuk mengisi pekerjaan tetap yang seharusnya ditujukan untuk tenaga kerja Indonesia, seharusnya tenaga kerja asing dipergunakan sebagai perantara atau pengajar bagi tenaga kerja Indonesia dalam menangani mesin atau teknologi yang baru. Hal tersebut masuk dalam dalil kedua dari Krech dan Crutchfield terkait medan konseptual dan persepsi kognitif yang diorganisasikan serta memberikan makna. Seseorang akan mengorganisasikan stimulusnya dengan cara memandang konteksnya meskipun stimulus yang diterima tidak lengkap dan akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten serta rangkaian stimulus yang seseorang persepsikan. Adapun contoh lainnya yakni pada konten ORMAS yakni "*JEFRI NICHOL VS EVERYBODY... VS COWOK YUK!!*". Pada konten

tersebut dijelaskan bahwa gaya atau pakaian Jefri Nichol seperti perempuan sehingga hal tersebut dianggap tidak wajar karena tidak umum pada masyarakat Indonesia. Hal tersebut masuk dalam dalil ketiga yakni sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat struktur secara keseluruhan. Maksudnya adalah individu akan dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya dengan efek berupa asimilasi atau kontras. Berdasarkan penjelasan tersebut persepsi yang diambil dari konten SOMASI dan ORMAS melihat pada hubungan keseluruhan seperti dari konteksnya, lingkungannya, dan masalah yang dihadapi.

#### **G. Keterbatasan Penelitian**

Berdasar pada hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti selama di lapangan, peneliti memahami bahwa terdapat keterbatasan yang dialami. Kemudian, peneliti merepresentasikannya menjadi catatan-catatan guna peneliti lainnya menyempurnakan penelitiannya. Adapun keterbatasan yang menjadi catatan tersebut yakni sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang menjadi sampel penelitian ini adalah 100 orang. Jumlah tersebut tentunya kurang menggeneralisasikan fakta di lapangan.
2. Pada studi ini, peneliti hanya memakai satu variabel yakni humor politik untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidaknya variabel tersebut terhadap persepsi politik, Sementara itu, masih terdapat variabel-variabel independen lainnya yang bisa dieksplor untuk mencari pengaruh pada persepsi politik.
3. Pada proses teknik pengumpulan data berupa kuesioner yakni hasil yang diperoleh kurang merepresentasikan pendapat responden secara faktual. Hal ini disebabkan adanya faktor kejujuran dan faktor pemahaman yang berbeda sehingga dapat mempengaruhi hasil interpretasi data yang ditampilkan.
4. Pada penyebaran kuesioner melalui memberikan komentar di konten *youtube* Deddy Corbuzier maupun postingan *instagram* Deddy Corbuzier, peneliti mengalami kesulitan karena link yang tertera di caption kuesioner tidak bisa di cantumkan di kolom komentar sehingga peneliti harus mencantumkan link tersebut di bio *instagram* dan kanal *youtube* peneliti namun tetap responden yang menonton konten SOMASI dan ORMAS pada media *youtube* Deddy Corbuzier.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan studi penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai “Pengaruh Humor Politik Dalam Media *Youtube* Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Politik Generasi Z” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mengacu pada hasil kuesioner penelitian yang telah diuji menggunakan uji F memperoleh hasil bahwa nilai F hitung sebesar 83,950. Pertimbangan lain dilihat dari besaran F hitung terhadap F tabel, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sebaliknya, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pada penelitian ini, hasil  $F_{hitung}$  sebesar  $F_{hitung} 83,950 > F_{tabel} 3,938$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel Humor Politik ( $X_1$ ) terhadap variabel Persepsi Politik ( $Y_1$ ).
2. Besaran pengaruh humor politik dalam media *youtube* Deddy Corbuzier terhadap persepsi politik generasi Z diperoleh berdasarkan uji koefisien determinasi R Square sebesar 0,461 yang berarti 46,1% variasi pada variabel Y (Persepsi Politik) dapat dijelaskan oleh variasi variabel X (Humor Politik). Sedangkan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai tersebut diinterpretasikan bahwa pengaruh dari variabel Humor Politik terhadap variabel Persepsi Politik masuk dalam kategori sedang. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan “Pengaruh Humor Politik Dalam Media *Youtube* Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Politik Generasi Z” diterima. Untuk memperkuat hasil tersebut dilakukan wawancara terhadap para penonton konten SOMASI dan ORMAS sehingga, didapatkan penjelasan setiap indikator-indikator pada variabel humor politik meliputi kritik politik, isu – isu politik, dan *stand up comedy* berpengaruh terhadap indikator – indikator variabel persepsi politik yakni pengetahuan politik, aspirasi politik, dan perilaku politik generasi Z.
3. Hasil observasi yang dilakukan pada konten SOMASI dan ORMAS dalam media *youtube* Deddy Corbuzier merujuk pada teori humor dapat dikatakan konten tersebut menyampaikan sebuah keresahan yang terjadi di Indonesia dengan menggunakan lawakan sehingga konten tersebut termasuk dalam seni humor lakuan

yang menggunakan *teori pelepasan inhibis*. Penyajian konten SOMASI dan ORMAS berlandaskan teori komunikasi politik di dalamnya terdapat unsur retorika politik, propaganda politik, dan tindakan politik karena menyampaikan kritik politik dan penyampaiannya menggunakan bahasa lisan suara, mimik, dan irama yang bertujuan untuk mendapatkan pengaruh. Konten SOMASI dan ORMAS berpengaruh pada persepsi generasi Z karena memunculkan faktor – faktor yang terdapat pada teori persepsi yakni faktor fungsional, faktor struktural, dan faktor perhatian yang mengandung faktor eksternal dan juga internal karena konten tersebut menghadirkan suatu hal yang baru penyampaian kritik dengan humor berdasarkan isu – isu yang terjadi saat ini serta kritik yang disampaikan berdasarkan pandangan yang dilihat secara personal dan juga pandangan yang dilihat secara keseluruhan atau keadaan di sekitar.

## **B. Saran**

1. Generasi Z dapat terus meningkatkan sikap atau tindakan politiknya dalam menghadapi dinamika politik yang terjadi di Indonesia mengingat generasi tersebut sebagai generasi yang nantinya akan melanjutkan bangsa Indonesia.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel serta indikator di dalamnya sehingga hasil yang didapatkan jauh lebih kompleks.
3. Perlunya penambahan secara detail baik dari segi kata, gestur tubuh, nada suara pada konten humor politik guna menggambarkan sehingga dapat melihat dan memperkaya persepsi politik.

## DAFTAR PUSTAKA

- 5, N. (2023, November 11). Pandangan Informan Terhadap Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Abadi, F. Y., Tinus, A., Widodo, R., & Lutfiana, R. F. (2021). Persepsi Masyarakat Dalam Menanggapi Iklan Politik di Televisi. *Jurnal Pekan, Vol. 5 No. 1*, 67-76.
- Adha, S. S., & Mahadian, A. B. (2021). Analisis Meme Politik Among Us #DPRIMPOSTOR (Analisis Semiotika Meme Among Us #DPRIMPOSTOR Dalam Perbincangan Isu Politik Di Twitter). 6664-6675.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik (Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi Komunikasi Politik Indonesia)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Infografis Survei Penetrasi dan Perilaku Internet 2023*. Dipetik Oktober 25, 2023, dari [www.survei.apjii.or.id](http://www.survei.apjii.or.id)
- Badan Pusat Statistik. (2021, Januari 2021). *Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020*. Dipetik November 1, 2023, dari <https://www.bps.go.id>
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. (2018). *Mendesain dan Melaksanakan Mixed Methods Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, D. A. (2018). Modul iii : Uji Validitas dan Reliabilitas. 1-3.
- El Qudsi, M. I., & Syamdar, I. A. (2020). Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis, Vol. 4 No. 2*, 167-185.
- Farid, A. S. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Publik. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 4 No. 1*, 45-50.
- Feldman, O. (2005). *Talking Politic in Japan Today*. United Kingdom: Sussex Academic Press.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations: The History of America's Future*. New York: William Morrow & Co.

- Irwanto, Leliana, I., & Retno H, L. (2019). Kritik Dalam Humor Meme Nurhadi-Aldo Era Demokrasi Digital. *Jurnal Akrab Juara*, 65-77.
- Lesmana, M. (2009). *Kitab al-Bukhala, Karya Al-Jahiz: Analisis Struktur Teks dan Isi*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya UI.
- Lesmana, M. (2014). Teks-teks Humor Politik di Indonesia: Sekedar Hiburan Atau Sekaligus Kritikan? *Jurnal Kajian Sejarah dan Pendidikan Sejarah*, 91-97.
- Limilia, P., & Ariadne, E. (2018). Pengetahuan dan Persepsi Politik Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sosial, Vol. 16 No. 1*, 45-55.
- Mitchel, S. (2012). Political Humor and Conspiracy Theories.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mufti, A., Al Azis, I. S., & Hasanah, D. U. (2022). Wacana Humor Toleransi Beragama Dalam Sudut Pandang Gen-Z: Studi Kasus Pertemanan Beda Agama. *The 1st International Conference on Culture & Language (ICCL)*, 655-669.
- Nabilah, R., Afrizal, S., & Bahrudin, F. A. (2022). Persepsi Masyarakat Desa Terhadap Fenomena Politik Uang Dalam Pemilihan Umum. *Publisitas: Journal of Social Science and Politics, Vol. 8 No. 2*, 163-174.
- Narasumber 1. (2023, Oktober 28). Persepsi Informan Setelah Menonton Acara SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 10. (2023, November 25). Kesan Yang Dapat Diambil Dari Penyajian Isu-Isu Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 10. (2023, November 25). Penyajian Isu-Isu Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 2. (2023, November 5). Aspirasi Politik Informan Setelah Menonton Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 3. (2023, November 5). Aspirasi Politik Informan Setelah Menonton Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 3. (2023, November 5). Kesan Yang Dapat Diambil Dari Penyajian Isu-Isu Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)

- Narasumber 3. (2023, November 11). Pandangan Informan Terhadap Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 3. (2023, November 5). Persepsi Informan Setelah Menonton Acara SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 4. (2023, November 6). Aspirasi Politik Informan Setelah Menonton Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 4. (2023, November 6). Pandangan Informan Terhadap Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 4. (2023, November 6). Pengaruh Penyampaian Isu-Isu Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 5. (2023, November 6). Aspirasi Politik Informan Setelah Menonton Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 5. (2023, November 6). Persepsi Informan Setelah Menonton Acara SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 6. (2023, November 12). Informasi Pencarian Isu Politik di Media Sosial. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 6. (2023, November 12). Persepsi Informan Setelah Menonton Acara SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 7. (2023, November 24). Penyajian Isu-Isu Pada Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 8. (2023, November 2). Pengaruh Penyampaian Isu-Isu Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Narasumber 9. (2023, November 20). Pandangan Informan Terhadap Konten SOMASI dan ORMAS. (I. A. Zain, Pewawancara)
- Octastefani, T., & A.Kusuma, M. B. (2020). Satu Dekade Stand-up Comedy Di Indonesia : Anak Muda, Kreativitas Humor, Dan Kritik Politik. 369-378.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Book.

- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti, Vol. 9 No. 18*, 126-127.
- Rahmanadji, D. (2009). Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor. 215-220.
- Rakhmat, J. (1998). *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Robin, P., Alvin, S., & Hasugian, T. (2022). Gen-Z Perspective On Politics: High Interest, Uninformed, and Urging Political Education. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 10, No. 3*, 183-189.
- Romadoni, A. R., & Faudy, M. E. (2022). Humor Politik dalam Acara E-Talkshow Tv One. 32-37.
- Rozikin, F. C., & Pandin, M. G. (2021). Historical Meme As A Solution to Improve Generation Z Nationalism in Indonesia. *Historia: Program Studi Pendidikan Sejarah, Vol. 9, No. 2*, 151-161.
- Sani, B. I., & Dewi, R. K. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return On Aset (ROA) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Periode 2013-2017. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 82-86.
- Sarwono, S. W. (1982). *Pengantar Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sinaga, Y. H. (2019). Dampak Penggunaan Gadget Dalam Ibadah Remaja di GBI Plaza Pondok Gede Bekasi . 1.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Suryo, H., & Aji, K. (2020). Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri, Vol. 4 No. 1*, 87-94.
- Tranggana, A. U. (2021, April 15). *Survei LPMM, Hanya 20,3 Persen Masyarakat Indonesia Tertarik Berita Politik*. Dipetik Juni 13, 2023, dari RMOL.ID: <https://politik.rmol.id/read/2021/04/15/483545/survei-lpmm-hanya-20-3-persen-masyarakat-indonesia-tertarik-berita-politik>

- Tsakona, V., & Popa, D. E. (2011). *Studies in Political Humor. Amsterdam: John. Amsterdam: John Benyamin Publishing. .*
- Tya, R. A. (2020). Persepsi Politik Komunitas Bikers Subuhan Tasikmalaya Terhadap Kekuatan Islam dalam Pilpres 2019. 8.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Widiyastuti, N. (2021). Wacana Humor Pada Tagar #Matanajwamentiterawan Di Twitter. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 159-172.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Yolanda, H. P., & Halim, U. (2020). Partisipasi Politik Online Generasi Z Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, Vol. 10, No. 2, 30-39.

## LAMPIRAN

### 1. Lampiran Hasil Uji SPSS

#### a. Hasil Uji Validitas Variabel X

		Correlations								
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x
x1	Pearson Correlation	1	,397**	,110	,211*	,264**	,134	,211*	,217*	,561**
	Sig. (2-tailed)		,000	,276	,036	,008	,183	,035	,030	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	,397**	1	,214*	,194	,284**	,108	,291**	,058	,536**
	Sig. (2-tailed)	,000		,033	,053	,004	,284	,003	,569	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	,110	,214*	1	,245*	,216*	,143	,120	,384**	,538**
	Sig. (2-tailed)	,276	,033		,014	,031	,157	,234	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	,211*	,194	,245*	1	,426**	,213*	,370**	,191	,587**
	Sig. (2-tailed)	,036	,053	,014		,000	,033	,000	,057	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	,264**	,284**	,216*	,426**	1	,395**	,194	,283**	,663**
	Sig. (2-tailed)	,008	,004	,031	,000		,000	,053	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	,134	,108	,143	,213*	,395**	1	,443**	,253*	,554**
	Sig. (2-tailed)	,183	,284	,157	,033	,000		,000	,011	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x7	Pearson Correlation	,211*	,291**	,120	,370**	,194	,443**	1	,257**	,593**
	Sig. (2-tailed)	,035	,003	,234	,000	,053	,000		,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x8	Pearson Correlation	,217*	,058	,384**	,191	,283**	,253*	,257**	1	,610**
	Sig. (2-tailed)	,030	,569	,000	,057	,004	,011	,010		,000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
x	Pearson Correlation	,561**	,536**	,538**	,587**	,663**	,554**	,593**	,610**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## b. Hasil Uji Validitas Variabel Y

### Correlations

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x	
x1	Pearson Correlation	1	,397**	,110	,211*	,264**	,134	,211*	,217*	,561**
	Sig. (2-tailed)		,000	,276	,036	,008	,183	,035	,030	,000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	,397**	1	,214*	,194	,284**	,108	,291**	,058	,536**
	Sig. (2-tailed)	,000		,033	,053	,004	,284	,003	,569	,000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	,110	,214*	1	,245*	,216*	,143	,120	,384**	,538**
	Sig. (2-tailed)	,276	,033		,014	,031	,157	,234	,000	,000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	,211*	,194	,245*	1	,426**	,213*	,370**	,191	,587**
	Sig. (2-tailed)	,036	,053	,014		,000	,033	,000	,057	,000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	,264**	,284**	,216*	,426**	1	,395**	,194	,283**	,663**
	Sig. (2-tailed)	,008	,004	,031	,000		,000	,053	,004	,000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	,134	,108	,143	,213*	,395**	1	,443**	,253*	,554**
	Sig. (2-tailed)	,183	,284	,157	,033	,000		,000	,011	,000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100
x7	Pearson Correlation	,211*	,291**	,120	,370**	,194	,443**	1	,257**	,593**
	Sig. (2-tailed)	,035	,003	,234	,000	,053	,000		,010	,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x8	Pearson Correlation	,217*	,058	,384**	,191	,283**	,253*	,257**	1	,610**
	Sig. (2-tailed)	,030	,569	,000	,057	,004	,011	,010		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x	Pearson Correlation	,561**	,536**	,538**	,587**	,663**	,554**	,593**	,610**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

### c. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,715	8

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Humor Politik X1	29,11	7,816	,369	,696
Humor Politik X2	29,20	8,121	,368	,694
Humor Politik X3	29,07	7,985	,350	,699
Humor Politik X4	28,91	8,063	,447	,681
Humor Politik X5	29,15	7,341	,499	,665
Humor Politik X6	28,68	8,179	,406	,688
Humor Politik X7	28,84	7,934	,442	,680
Humor Politik X7	29,16	7,368	,400	,691

**d. Hasil Uji Realibilitas Variabel Y**

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	8

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Persepsi Politik Y1	28,02	10,424	,403	,744
Persepsi Politik Y2	28,08	9,792	,495	,729
Persepsi Politik Y3	28,13	9,650	,532	,722
Persepsi Politik Y4	28,01	10,273	,452	,737
Persepsi Politik Y5	28,07	10,147	,507	,729
Persepsi Politik Y6	28,24	10,023	,450	,737
Persepsi Politik Y7	28,39	9,351	,515	,724
Persepsi Politik Y8	28,25	9,947	,346	,760

**e. Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,60164883
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,074
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

**f. Hasil Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 <sup>a</sup>	,461	,456	2,615

- a. Predictors: (Constant), Humor Politik
- c. Dependent Variable: Persepsi Politik

**g. Hasil Uji Hipotesis Parsial**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,732	2,789		2,414	,018
	Humor Politik	,767	,084	,679	9,162	,000

- d. Dependent Variable: Persepsi Politik

**h. Hasil Uji Serentak**

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	574,021	1	574,021	83,950	,000 <sup>b</sup>
	Residual	670,089	98	6,838		
	Total	1244,110	99			

- a. Dependent Variable: Persepsi Politik
- b. Predictors: (Constant), Humor Politik

## 2. Lampiran Kriteria Perhitungan Nilai 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	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	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	0.3301	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	0.2925	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	0.2423	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	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	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	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	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	0.2565	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

### 3. Lampiran Kriteria Perhitungan Nilai F Tabel

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 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
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

#### 4. Lampiran Kriteria Perhitungan Nilai T Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

#### 5. Lampiran Daftar Pertanyaan Wawancara

- a. Apakah Informan mengikuti isu – isu terkini terkait perpolitikan yang ada di Indonesia? Melalui media apa?

- b. Apakah informan menonton acara SOMASI dan ORMAS atau salah satunya yang ada di kanal *youtube* Deddy Corbuzier?
- c. Adakah dalam acara SOMASI dan ORMAS terdapat tema yang di luar politik? Contohnya?
- d. Bagaimana informan memandang acara SOMASI dan ORMAS pada *youtube* Deddy Corbuzier? Apakah Informan lebih suka acara SOMASI atau ORMAS? Sebutkan alasannya?
- e. Bagaimana isu-isu yang disajikan acara SOMASI dan ORMAS? Apakah hal tersebut sesuai dengan keresahan dari masyarakat?
- f. Bagaimana informan memandang penyampaian isu – isu yang disajikan dalam bentuk humor pada acara SOMASI dan ORMAS di *youtube* Deddy Corbuzier?
- g. Apakah informan merasa dipengaruhi dalam penyampaian isu – isu pada acara SOMASI dan ORMAS di *youtube* Deddy Corbuzier?
- h. 8. Apa yang bisa diambil dari isu – isu yang disajikan pada acara ORMAS dan SOMASI di *youtube* Deddy Corbuzier?
- i. Bagaimana persepsi informan setelah menonton acara SOMASI dan ORMAS pada *youtube* Deddy Corbuzier terkait perpolitikan?
- j. Apakah setelah menonton acara ORMAS dan SOMASI, informan menjadi lebih berani menyampaikan pendapat dan menginformasikan isu – isu politik pada lingkungan sekitarnya?

## 6. Lampiran Data Narasumber

No.	Identitas Informan	Pekerjaan	Konten Yang Ditonton Pada Media <i>Youtube</i> Deddy Corbuzier
1.	Narasumber 1	Pelajar	Menonton SOMASI dan ORMAS
2.	Narasumber 2	Pelajar	Menonton SOMASI dan ORMAS
3.	Narasumber 3	Mahasiswa	Menonton SOMASI dan ORMAS
4.	Narasumber 4	Pekerja	Menonton SOMASI dan ORMAS
5.	Narasumber 5	Pekerja	Menonton SOMASI dan ORMAS

6.	Narasumber 6	Pelajar	Menonton ORMAS	SOMASI dan
7.	Narasumber 7	Mahasiswa	Menonton ORMAS	SOMASI dan
8.	Narasumber 8	Pekerja	Menonton ORMAS	SOMASI dan
9.	Narasumber 9	Pelajar	Menonton ORMAS	SOMASI dan
10.	Narasumber 10	Pekerja	Menonton ORMAS	SOMASI dan

### 7. Lampiran Link Kuesioner

- <https://bit.ly/KuesionerHumorPolitikMediaYoutubeDeddyCorbuzier>

### 8. Lampiran Hasil Kuesioner Penelitian

- [https://drive.google.com/drive/folders/1vJk0nfya5VQJ4bkGyzEMKNdmL1vxv5CV?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1vJk0nfya5VQJ4bkGyzEMKNdmL1vxv5CV?usp=drive_link)

### 9. Lampiran Kuesioner

**Calling For Respondent**

Hallo! Perkenalkan nama saya **Ivan Afik Zain**, mahasiswa Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Humor Politik Dalam Media Youtube Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Politik Generasi Z".

**Kriteria**

1. Generasi Z Kelahiran 1997-2012
2. Mengikuti akun Youtube Deddy Corbuzier / Pernah menyimak konten humor di youtube Deddy Corbuzier yaitu SOMASI (Stand On Mic Take It Easy) dan ORMAS (Obrolan Masyarakat) baik salah satu maupun keduanya.

**NB : Terdapat reward untuk 20 responden yang beruntung**  
Mohon kesediaannya untuk berpartisipasi sebagai responden dan mengisi kuesioner dengan link berikut ini:

<https://bit.ly/KuesionerHumorPolitikMediaYoutubeDeddyCorbuzier>

Terima Kasih, Apabila terdapat pertanyaan silahkan hubungi: Wa : 081389448827  
Instagram : Ivan\_Afik\_Zain

Halo semuanya

Perkenalkan saya Ivan Afik Zain. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian tugas akhir terkait "Pengaruh Humor Politik Dalam Media Youtube Deddy Corbuzier Terhadap Persepsi Generasi Z (Acara SOMASI dan ORMAS)".

Berhubung terdapat kendala terkait penjelasan kriteria dan kuesioner, maka kriteria dan kuesionernya dapat diakses di bio dan sorotan instagram saya @ivan\_afik\_zain

Nb: Terdapat reward untuk 20 responden yang beruntung

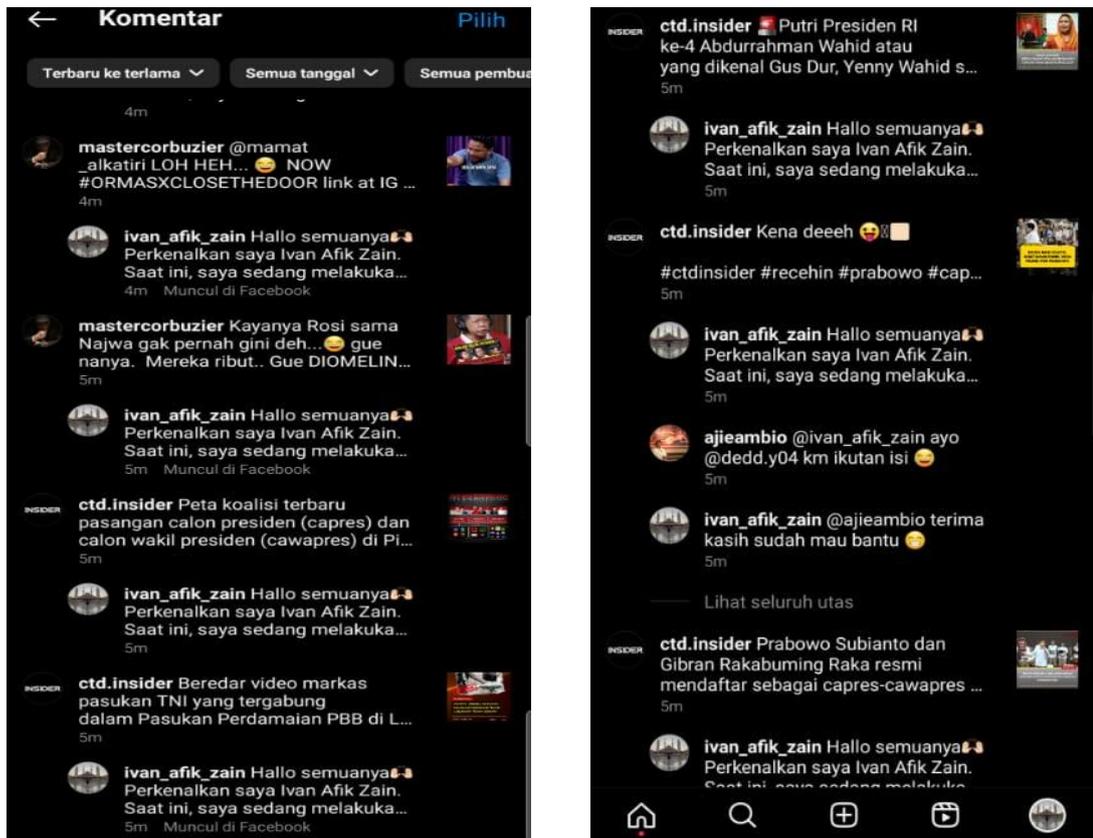
Mohon kesediaannya untuk berpartisipasi ya. Semua identitas dan informasi responden dijaga kerahasiannya dan hanya untuk keperluan akademik. Jangan lupa untuk klik instagram @ivan\_afik\_zain Atas partisipasinya, saya ucapkan terimakasih

Hormat saya,  
Ivan Afik Zain (@ivan\_afik\_zain)

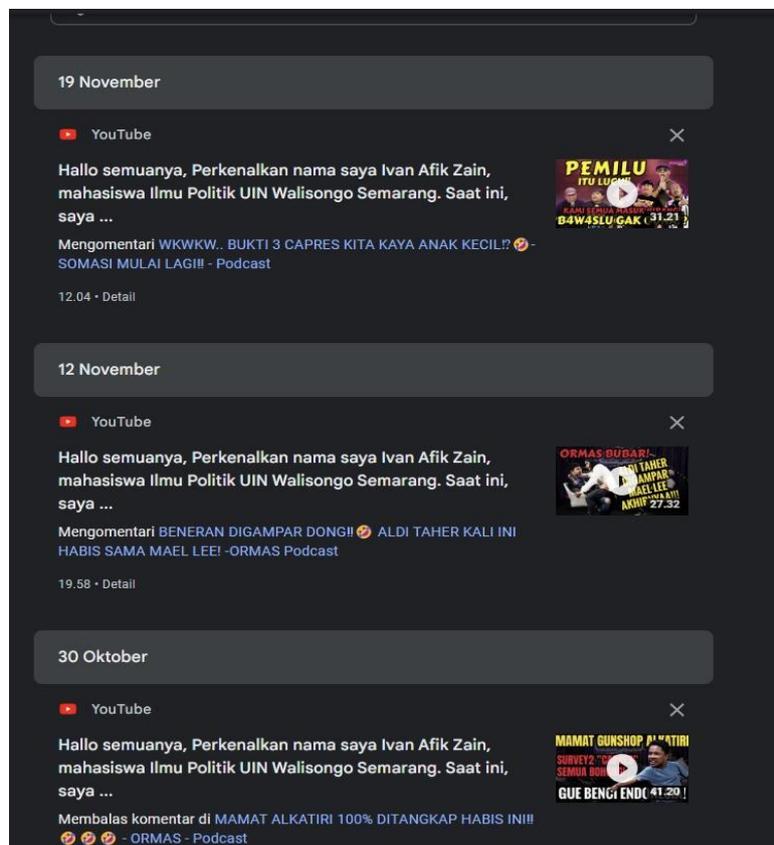
21.15

## 10. Lampiran Foto Penyebaran Kuesioner

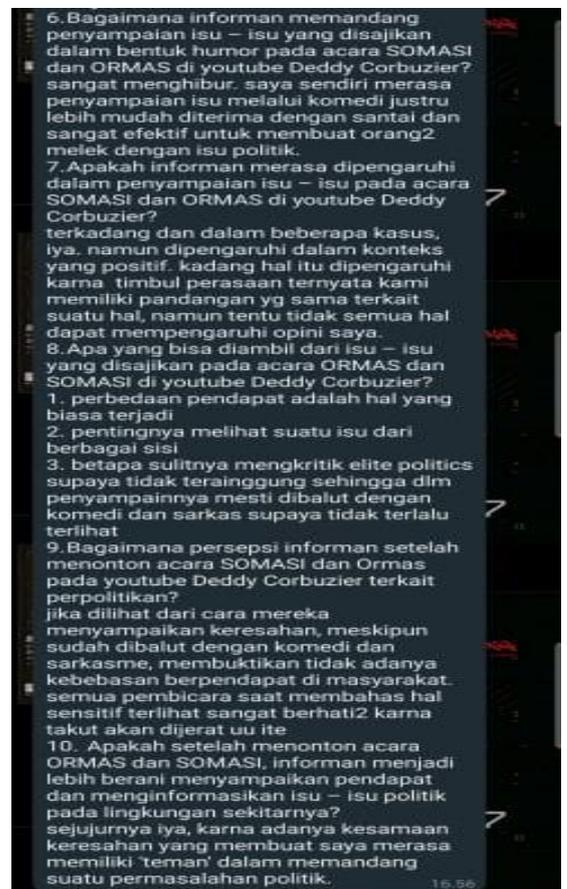
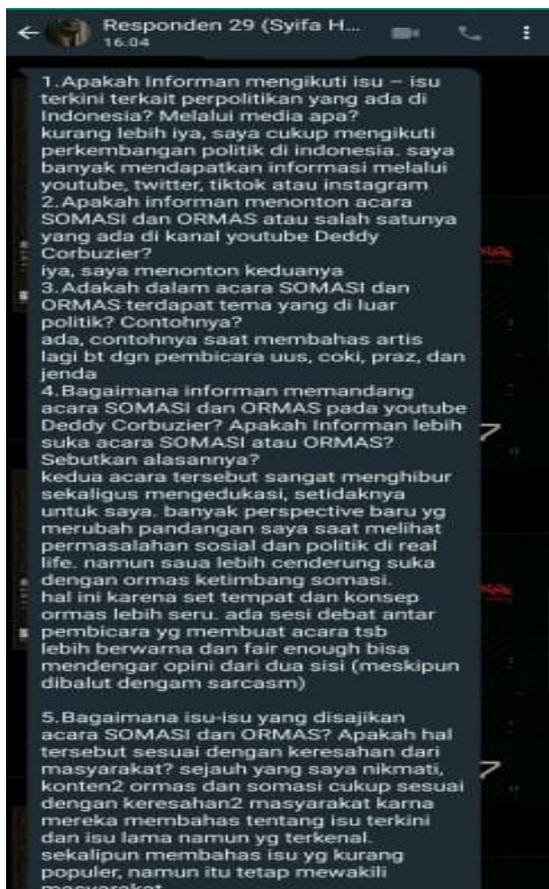
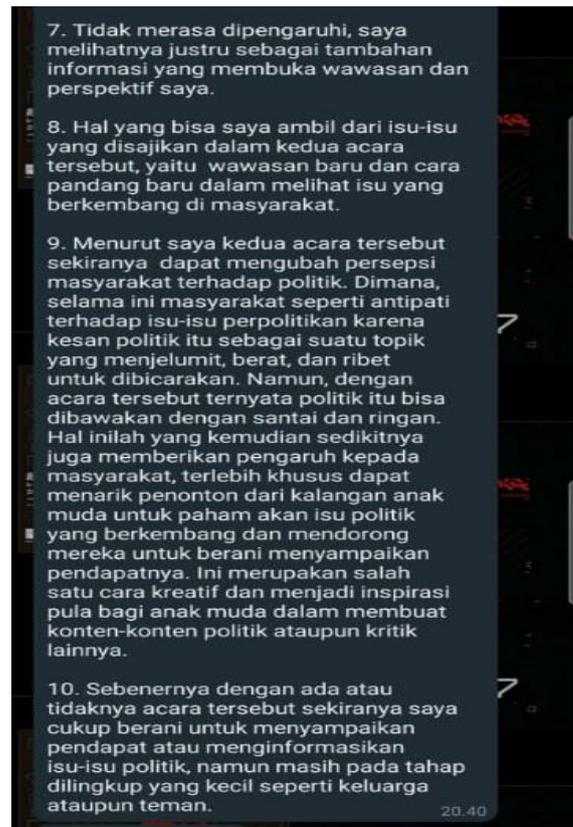
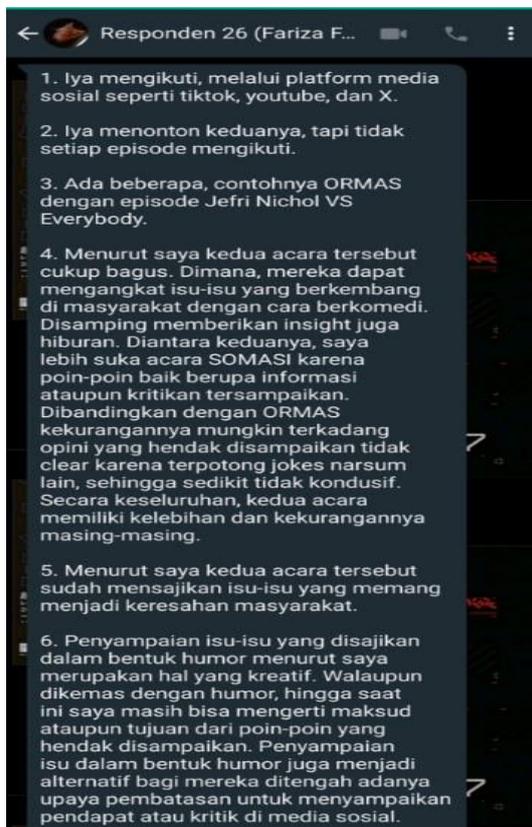
### a. Melalui Komentar *Instagram* Deddy Corbuzier

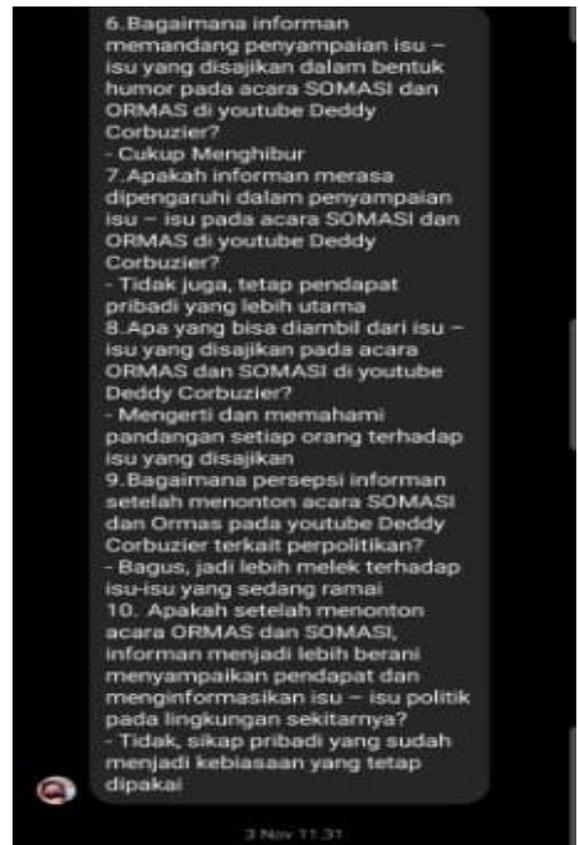


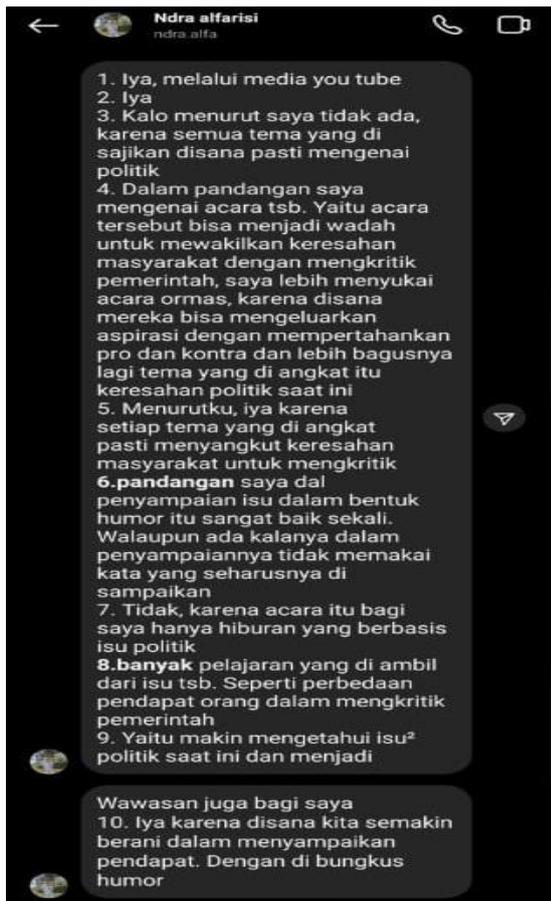
### b. Melalui Komentar *Youtube* Deddy Corbuzier



## 11. Lampiran Foto Wawancara







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. Biodata

Nama : Ivan Afik Zain  
Tempat Tanggal Lahir : Pernalang, 10 November 2001  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jalan. Sungai Barito 1 No.12B RT.001/RW.006, Kel. Semper Barat, Kec. Cilincing, Jakarta Utara, Kode Pos 14130  
No. Hp. : 081389448827  
E-mail : [ivanafik231@gmail.com](mailto:ivanafik231@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan:

1. SD Negeri Semper Barat 03 Pagi
2. SMP Negeri 231 Jakarta Utara
3. SMA Negeri 75 Jakarta Utara
4. S1 Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang

### C. Riwayat Organisasi:

1. Rohis SMA Negeri 75 Jakarta Utara
2. QAI Fisip UIN Walisongo Semarang
3. PMII Rayon Fisip UIN Walisongo Sematrang
4. FKJMU UIN Walisongo Semarang