BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan data premier yang di dapatkan melalui pengumpulan data dari kuesioner yang disebarkan kepada responden. Responden tersebut merupakan pedagang kaki lima di daerah Sumberejo Kota Balikpapan yang pernah menonton iklan Partai Perindo di televisi. Kuesioner ini disebarkan selama kurang lebih tiga minggu sampai dengan empat minggu di waktu sore hari dan malam hari, karena para pedagang kaki lima di daerah Sumberejo mulai berjualan di saat sore hari hingga malam hari. Penyebaran data ini tidak dilakukan secara *online* atau internet, karena dalam penelitian ini sebaiknya langsung bertatap muka dengan responden, dan juga untuk di kalangan pedagang penyebaran data secara online kurang efektif karena sebagian dari pedagang banyak yang tidak mengerti dengan internet. Data atau sampel yang di butuhkan oleh peneliti adalah sebanyak 75 data atau sampel,

3.1 Identitas Responden

Tabel 3.1

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal daerah (provinsi)	Jumlah	Presentase
Jawa Timur	42	56%
Jateng-DIY	33	44%
Total	75	100%

Data responden yang di pakai adalah 75 dari 75 data yang disebar dengan rincian responden dari Jawa Timur sebanyak 42 (56%) yang berasal dari berbagai daerah yaitu Blitar, Madiun, Nganjuk, Surabaya, dan Malang, sedangkan responden yang lainnya yang di peroleh presentasenya sebanyak 44% berasal dari Bantul, Sleman, Jogja, dan Pekalongan.

Tabel 3.2

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
28-34	12	16%
35-40	22	30%
41-46	25	33%
47-52	16	21%
Total	75	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa usia responden mayoritas berada di 41-46 tahun dengan perolehan presentase sebesar 33%, sedangkan responden umur 35-40 tahun mendapatkan presentase terbanyak kedua sebesar 30%, lalu umur 47-52 tahun presentasenya sebesar 21%, dan presentase terendah umur 28-34 tahun sebesar 16%.

3.2 Frekuensi Persebaran Kuesioner

Berikut merupakan rincian presentase persebaran jawaban responden

3.2.1 Distribusi Frekuensi variabel Terpaan Iklan (X1)

Berikut ini akan disajikan Tabel 3.3 yang akan menggambarkan tentang pendapat responden yaitu iklan Partai Perindo di televisi, bahwa iklan Partai Perindo adalah satu-satunya iklan di telvisi.

Tabel 3.3

Persebaran Pendapat Responden Tentang Iklan Partai yang Ada di Televisi

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	11	14.7	14.7	14.7
	N	6	8.0	8.0	22.7
	S	47	62.7	62.7	85.3
	SS	11	14.7	14.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-1

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat mayoritas responden menyatakan setuju bahwa iklan Partai Perindo satu-satunya di televisi sebanyak 47 orang (62,7%). Sebagian lagi menyatakan sangat setuju dan tidak setuju masing-masing sebanyak 11 orang (14,7%), dan sebanyak 6 orang (8%) menyatakan netral. Artinya, iklan Partai Perindo adalah iklan satu-satunya yang mempromosikan mengenai salah satu partai politik Indonesia di televisi.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.4 yang akan menggambarkan tentang pendapat responden yaitu tentang pengetahuan slogan iklan Partai Perindo adalah "membangun masyarakat dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk Indonesia lebih maju.

Tabel 3.4

Persebaran Pendapat Responden Tentang Pengetahuan Slogan Iklan Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	6	8.0	8.0	8.0
	N	15	20.0	20.0	28.0
	S	49	65.3	65.3	93.3
	SS	5	6.7	6.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-2

Tabel diatas dapat dilihat sebagian besar responden menyatakan bahwa iklan Partai Perindo menambah pengetahuan responden tentang slogan iklan Partai Perindo, dengan rincian 49 orang (65,3%) menyatakan setuju. Sebagian lagi menyatakan netral sebanyak 15 orang (20%), menyatakan tidak setuju 6 orang (8%) dan sebanyak 5 orang (6,7%) sangat setuju. Oleh karena itu, mayoritas responden sudah mengetahui bahwa slogan iklan Partai Perindo adalah "Membangun masyarakat dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk Indonesia lebih maju".

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.5 akan menggambarkan tentang pendapat responden yaitu tentang isi dalam iklan sudah menggambarkan karakter Partai Perindo sendiri.

Tabel 3.5

Persebaran Pendapat Responden Tentang Isi Dalam Iklan yang Menggambarkan Karakter Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	N	22	29.3	29.3	29.3
	S	46	61.3	61.3	90.7
	SS	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-3

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 46 orang (61,3%), sebagian lagi menyatakan netral sebanyak 22 orang (29,3%), dan menyatakan sangat setuju 7 orang (9,3%). Artinya, mayoritas responden menyadari bahwa isi yang ada dalam iklan Partai Perindo seperti lirik, visualisasi, dan musik sudah mengambarkan karakter dari Partai Perindo.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan table 3.6 yang akan menggambarkan tentang pendapat responden yaitu tentang menonton iklan Partai Perindo dari awal hingga akhir.

Tabel 3.6

Persebaran Pendapat Responden Tentang Durasi Menonton Iklan Partai Perindo Hingga Akhir

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	STS	1	1.3	1.3	1.3
	TS	25	33.3	33.3	34.7
	N	7	9.3	9.3	44.0
	S	28	37.3	37.3	81.3
	SS	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-4

Tabel diatas menjelaskan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 28 orang (37,3%), 25 orang (33,3%) menyatakan tidak setuju. Kemudian, sebanyak 14 orang (18,7%) menyatakan sangat setuju, 7 orang (9,3%) menyatakan netral dan hanya 1 orang (1,3%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, 42 dari 75 responden menonton iklan Partai Perindo di televisi dari awal hingga akhir iklan tersebut

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan tabel 3.7 yang menggambarkan pendapat responden tentang melihat iklan Partai Perindo sebanyak 5 kali dalam sehari.

Tabel 3.7

Persebaran Pendapat Responden Tentang Frekuensi Melihat Iklan Partai Perindo Sebanyak 5 kali Dalam Sehari

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	STS	4	5.3	5.3	5.3
	TS	13	17.3	17.3	22.7
	N	12	16.0	16.0	38.7
	S	26	34.7	34.7	73.3
	SS	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-5

Berdasarkan data yang telah diolah, sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 26 orang (34,7%). Sebagian lagi menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (26,7%), lalu sebanyak 13 orang (17,3%) menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 12 orang (16%) dan hanya sebanyak 4 orang (5,3%) sangat tidak setuju. Artinya, mayoritas responden melihat iklan Partai Perindo di televisi sebanyak 5 kali dalam sehari".

Dari 5 item pernyataan tentang terpaan iklan Partai Perindo, dengan skor tertinggi ideal = (5 x 5 = 25) dan skor terendah adalah (5 x 1 = 5), maka dapat dihitung nilai interval:

$$Interval = \frac{Skor\ Mak - Skor\ Min}{Jumlah\ Kategori}$$

$$Interval = \frac{25 - 5}{5} = 20 = 4$$

Hasil jawaban dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.8

Persentase Responden Berdasarkan Variabel Terpaan Iklan

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	5-8	0	0%
Rendah	9-12	4	5%
Sedang	13-16	21	28%
Tinggi	17-20	29	39%
Sangat Tinggi	21-24	21	28%
		75	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan hasil pada tabel 3.8 dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pengetahuan yang diwakili oleh 75 responden berada pada tingkat tinggi, yaitu sebesar 39% (29 orang). Sementara 28% responden berada di tingkat sangat tinggi, 28% responden pada tingkat sedang, dan hanya 5% responden pada tingkat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan responden terhadap website dan aplikasi terhitung sedang.

3.2.2 Distribusi Frekuensi variabel Pencitraan Politik (X2)

Berikut ini akan disajikan Tabel 3.9 yang menggambarkan tentang pendapat responden yaitu iklan Partai Perindo di telvisi memberikan kesan positif kepada Harry Tanoe.

Tabel 3.9

Persebaran Pendapat Responden Tentang Kesan Positif Kepada Harry Tanoe dalam Iklan

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	6	8.0	8.0	8.0
	N	6	8.0	8.0	16.0
	S	52	69.3	69.3	85.3
	SS	11	14.7	14.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-6

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 52 orang (69,3%). Sebagian lagi menyatakan netral sebanyak 6 orang (8%), menyatakan tidak setuju 6 orang (8%) dan sebanyak 11 orang (14,7%) sangat setuju. Dengan demikian, mayoritas responden setuju dengan pendapat bahwa iklan Partai Perindo memberikan kesan positif kepada Harry Tanoe.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.10 tentang pendapat responden yang berpandapat bahwa seringnya Harry Tanoe muncul di dalam iklan Partai Perindo membuat responden lebih mengenal sosok Harry Tanoe.

Tabel 3.10

Persebaran Pendapat Responden Tentang Frekuensi Harry Tanoe Muncul Dalam Iklan Membuat Responden Lebih Mengenal Harry Tanoe

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	7	9.3	9.3	9.3
	N	15	20.0	20.0	29.3
	S	39	52.0	52.0	81.3
	SS	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-7

Dari sebagian besar responden 52% setuju, 20% netral, 18,7% sangat setuju dan 7 orang atau 9,3% menjawab tidak setuju. Dari mayoritas jawaban tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih mengenal sosok Harry Tanoe karena seringnya Harry Tanoe muncul di iklan Partai Perindo.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.11 yang menggambarkan tentang pendapat responden bahwa setelah menonton iklan Partai Perindo menambah pengetahuan responden bahwa Harry Tanoe adalah sosok yang dermawan.

Tabel 3.11

Persebaran Pendapat Responden Tentang Kedermawanan Harry Tanoe dalam Iklan Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	14	18.7	18.7	18.7
	N	23	30.7	30.7	49.3
	S	27	36.0	36.0	85.3
	SS	11	14.7	14.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-8

Sebagian besar responden menilai setuju setelah menonton iklan Partai Perindo menambah pengetahuan responden bahwa Harry Tanoe adalah sosok yang dermawan, total sebanyak 50,7% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 18,7% yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa iklan Partai Perindo berhasil menambah pengetahuan responden jika Harry Tanoe adalah sosok yang dermawan.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.12 yang akan menggambarkan pendapat responden tentanh perasaan senang melihat iklan Partai Perindo ketika ada sosok Harry Tanoe.

Tabel 3.12

Persebaran Pendapat Responden Tentang Perasaan Senang Ketika Melihat Harry Tanoe dalam Iklan

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	31	41.3	41.3	41.3
	N	25	33.3	33.3	74.7
	S	8	10.7	10.7	85.3
	SS	11	14.7	14.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-9

Berdasarkan data yang telah didapat, mayoritas responden menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 31 orang (41,3%). Sebagian lagi menyatakan netral sebanyak 25 orang (33,3%), sebanyak 11 orang (14,7%) menyatakan sangat setuju, dan menyatakan setuju 8 orang (10,7%) . Artinya, iklan Partai Perindo yang memperlihatkan sosok Harry Tanoe tidak membuat responden merasa senang.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.13 yang menggambarkan pendapat responden tentang iklan Partai Perindo di televisi menarik karena menampilkan sosok Harry Tanoe.

Tabel 3.13

Persebaran Pendapat Responden Tentang Ketertarikan pada Iklan Partai Perindo di Televisi Karena Menampilkan Sosok harry Tanoe

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	24	32.0	32.0	32.0
	N	31	41.3	41.3	73.3
	S	14	18.7	18.7	92.0
	SS	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-10

Berdasarkan data yang telah diolah, sebagian besar responden menyatakan netral, yaitu sebanyak 31 orang (41,3%). Sebagian kecil lagi menyatakan tidak setuju sebanyak 24 orang (32%), sebanyak 14 orang (18,7%) menyatakan setuju, dan hanya menyatakan sangat setuju 6 orang (8%). Artinya, mayoritas responden tidak terlalu tertarik melihat iklan Partai Perindo yang menampilkan sosok Harry Tanoe

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.14 yang menggambarkan pendapat responden tentang harapan pemberian gerobak UMKM di dalam iklan Partai Perindo nyata dilakukan.

Tabel 3.14

Persebaran Pendapat Responden Tentang Harapan Pemberian Gerobak UMKM oleh Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	N	3	4.0	4.0	4.0
	S	45	60.0	60.0	64.0
	SS	27	36.0	36.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-11

Sebagian besar responden menilai setuju setelah menonton iklan Partai Perindo, responden berharap pemberian gerobak UMKM oleh Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo nyata dilakukan, total sebanyak 96% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 4% yang menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat berharap dengan pemeberian gerobak UMKM tersebut nyata dilakukan..

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.15 yang menggambarkan pendapat responden tentang meningkatkan daya saing usaha antar pedagang setelah diberi gerobak UMKM.

Tabel 3.15

Persebaran Pendapat Responden Tentang Meningkatkan Daya Saing Usaha Antar Pedagang Setelah di Beri Gerobak UMKM

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	N	5	6.7	6.7	6.7
	S	52	69.3	69.3	76.0
	SS	18	24.0	24.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-12

Mayoritas responden menilai setuju dengan adanya pemberian gerobak UMKM Perindo mampu meningkatkan daya saing usaha antar pedagang, total sebanyak 93,3% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 6,7% yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan adanya pemberian gerobak UMKM akan meningkatkan daya saing usaha antar pedagang.

Dari 7 item pernyataan tentang pencitraan politik, dengan skor tertinggi ideal = (7 x 5 = 35) dan skor terendah adalah (7 x 1 = 7), maka dapat dihitung nilai interval:

$$Interval = \frac{Skor\ Mak - Skor\ Min}{Jumlah\ Kategori}$$

$$Interval = \frac{35 - 7}{5} = 5{,}6 = 6$$

Hasil jawaban dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.16

Persentase Responden Berdasarkan Variabel Pencitraan Politik

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Buruk	7-12	0	0%
Buruk	13-18	3	4%
Sedang	19-24	24	32%
Baik	25-30	42	56%
Sangat Baik	31-36	6	8%
Total		75	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan hasil temuan penelitian dalam tabel 3.16 dapat disimpulkan bahwa variabel pencitraan politik yang diwakili oleh 75 responden berada pada tingkat baik, yaitu sebesar 56% (42 orang) dan pada tingkat sedang sebesar 32% (24 orang). Sementara 8% responden berada di tingkat sangat baik dan hanya 4% responden berada pada tingkat buruk. Hal ini menunjukkan bahwa adanya Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo memberikan pengaruh pencitraan politik yang baik pada responden.

3.2.3 Frekuensi Persebaran Tingkat Kepercayaan

Berikut ini akan disajikan Tabel 3.17 yang akan menggambarkan pendapat responden tentang penilaian positif terhadap Harry Tanoe sebagai ketua umum Partai Perindo.

Tabel 3.17

Persebaran Pendapat Responden Tentang Penilaian Positif Terhadap Harry Tanoe Sebagai Ketua Umum Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	3	4.0	4.0	4.0
	N	8	10.7	10.7	14.7
	S	57	76.0	76.0	90.7
	SS	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-13

Tanggapan responden menurut tabel di atas mengenai penilaian positif terhadap Harry Tanoe sebagai ketua umum Partai Perindo menyatakan setuju dan sangat setuju total sebanyak 64 atau 85,3% responden dan hanya 11 atau 14,7% yang menjawab tidak setuju dan netral. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai penilaian positif tentang Harry Tanoe sebagai ketua umum Partai Perindo setelah menonton iklan tersebut.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.18 yang akan menggambarkan tentang percaya Harry Tanoe adalah orang yang mudah bermasyarakat.

Tabel 3.18

Persebaran Pendapat Responden Tentang Persepsi Harry Tanoe Sebagai Orang yang Mudah Bermasyarakat

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	1	1.3	1.3	1.3
	N	10	13.3	13.3	14.7
	S	52	69.3	69.3	84.0
	SS	12	16.0	16.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-14

Berdasarkan data di atas, sebagian besar responden menilai setuju tentang pendapat responden bahwa Harry Tanoe adalah orang yang mudah bermasyarakat, total sebanyak 85,3% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 1,3% yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden percaya Harry Tanoe adalah orang yang mudah bermasyarakat.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.19 yang menggambarkan tentang pantasnya Harry Tanoe menjadi ketua umum Partai Perindo setelah menonton iklan Partai Perindo.

Tabel 3.19

Persebaran Pendapat Responden Tentang Harry Tanoe Pantas Menjadi Ketua Umum Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	STS	1	1.3	1.3	1.3
	TS	3	4.0	4.0	5.3
	N	16	21.3	21.3	26.7
	S	38	50.7	50.7	77.3
	SS	17	22.7	22.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-15

Berdasarkan data yang telah didapat, mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 38 orang (50,7%). Sebagian lagi menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang (22,7%), sebanyak 3 orang (4%) menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 16 orang (21,3%) dan hanya 1 orang (1,3%) sangat tidak setuju. Artinya, mayoritas responden setuju bahwa Harry Tanoe pantas menjadi ketua umum Partai Perindo.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.20 yang menggambarkan pendapat responden tentang percaya bahwa Harry Tanoe akan berbuat baik dan tidak akan menguntungkan pihaknya semata.

Tabel 3.20

Persebaran Pendapat Responden Tentang Harry Tanoe Akan Berbuat Baik dan Tidak Memiliki Keinginan Untuk Menguntungkan Pihaknya Semata

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	STS	1	1.3	1.3	1.3
	TS	14	18.7	18.7	20.0
	N	24	32.0	32.0	52.0
	S	27	36.0	36.0	88.0
	SS	9	12.0	12.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-16

Tanggapan responden menurut tabel diatas mengenai Harry Tanoe akan berbuat baik dan tidak memiliki keinginan untuk menguntungkan pihaknya semata menyatakan mayoritas responden setuju, yaitu sebanyak 27 orang (36%). Sebagian lagi menyatakan sangat setuju sebanyak 9 orang (12%), sebanyak 14 orang (18,7%) menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 24 orang (32%) dan hanya 1 orang (1,3%) sangat tidak setuju. Artinya, mayoritas responden percaya kepada Harry Tanoe bahwa Harry Tanoe akan berbuat baik dan tidak memiliki keinginan untuk menguntungkan pihaknya semata.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.21yang menggambarkan pendapat responden tentang percaya Harry Tanoe peduli dengan masyarakat.

Tabel 3.21

Persebaran Pendapat Responden Tentang Harry Tanoe Peduli Dengan Masyarakat

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	2	2.7	2.7	2.7
	N	7	9.3	9.3	12.0
	S	60	80.0	80.0	92.0
	SS	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-17

Sebagian besar responden menilai setuju tentang di dalam iklan tersebut responden percaya bahwa Harry Tanoe peduli dengan masyarakat, total sebanyak 88% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 2,7% yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat percaya jika Harry Tanoe peduli dengan masyarakat.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.22 yang menggambarkan pendapat responden tentang percaya Harry Tanoe peduli dengan kader-kader yang berada di plosok.

Tabel 3.22

Persebaran Pendapat Responden Tentang Harry Tanoe Peduli Dengan Kader-kader yang Berada di Plosok

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	4	5.3	5.3	5.3
	N	25	33.3	33.3	38.7
	S	38	50.7	50.7	89.3
	SS	8	10.7	10.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-18

Tabel di atas menjelaskan bahwa Sebagian besar responden menilai setuju tentang di dalam iklan tersebut responden percaya Harry Tanoe peduli dengan kader-kader yang berada di plosok, total sebanyak 61,4% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 5,3% yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden percaya Harry Tanoe peduli dengan kader-kader yang berada di plosok.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.21 yang menggambarkan pendapat responden tentang Harry Tanoe tidak pernah tersangkut kasus korupsi di Indonesia.

Tabel 3.23

Persebaran Pendapat Responden Tentang Kepercayaan Terhadap Harry Tanoe yang Tidak Pernah Tersangkut Kasus Korupsi di Indonesia

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	TS	6	8.0	8.0	8.0
	N	15	20.0	20.0	28.0
	S	31	41.3	41.3	69.3
	SS	23	30.7	30.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-19

Berdasarkan data yang telah didapat, mayoritas responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 31 orang (41,3%). Sebagian lagi menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (30,7%), sebanyak 6 orang (8%) menyatakan tidak setuju, dan menyatakan netral 15 orang (20%). Artinya, mayoritas responden percaya bahwa Harry Tanoe tidak pernah tersangkut kasus korupsi di Indonesia.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.24 yang menggambarkan pendapat responden tentang percaya bahwa Harry Tanoe dapat menciptakan lapangan pekerjaan sesuai dengan slogan iklan Partai Perindo.

Tabel 3.24

Persebaran Pendapat Responden Tentang Harry Tanoe Dapat Menciptakan Lapangan Pekerjaan Sesuai Dengan Slogan Iklan Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%))*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	N	9	12.0	12.0	12.0
	S	57	76.0	76.0	88.0
	SS	9	12.0	12.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-20

Sebagian besar responden menilai setuju tentang Harry Tanoe dapat menciptakan lapangan pekerjaan sesuai dengan slogan iklan tersebut, total sebanyak 88% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 12% yang menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat percaya kepada Harrry Tanoe bahwa Harry Tanoe dapat menciptakan lapangan pekerjaan sesuai dengan slogan iklan tersebut.

Selanjutnya, dibawah ini akan disajikan Tabel 3.25 yang menggambarkan pendapat responden tentang harry Tanoe mampu mensejahterakan rakyat Indonesia sesuai dengan prinsip yang ditampilkan di iklan Partai Perindo.

Tabel 3.25

Persebaran Pendapat Reponden Tentang Harry Tanoe Mampu Mensejahterakan Rakyat Indonesia Sesuai Dengan Prinsip yang Ditampilkan di Iklan Partai Perindo

		Frequency	*Percent (%)*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	N	10	13.3	13.3	13.3
	S	39	52.0	52.0	65.3
	SS	26	34.7	34.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber: Jawaban Kuesioner no-21

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan sebagian besar responden menilai setuju tentang Harry Tanoe mampu mensejahterakan rakyat Indonesia sesuai dengan prinsip Iklan tersebut, total sebanyak 86,7% responden yang berpendapat setuju dan sangat setuju dan hanya 13,3% yang menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa responden yakin Harry Tanoe akan mensejahterakan rakyat Indonesia sesuai dengan prinsip yang ditampilkan di iklan tersebut.

Dari 9 item pernyataan tentang Tingkat Kepercayaan Pedagang, dengan skor tertinggi ideal = (9 x 5 = 45) dan skor terendah adalah (9 x 1 = 9), maka dapat dihitung nilai interval:

$$Interval = \frac{Skor\ Mak - Skor\ Min}{Jumlah\ Kategori}$$

$$Interval = \frac{45 - 9}{5} = 7{,}2 = 7$$

Hasil jawaban dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.26

Persentase Responden Berdasarkan Variabel Tingkat Kepercayaan

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	9-15	0	0%
Rendah	16-22	0	0%
Sedang	23-29	3	4%
Tinggi	30-36	55	73%
Sangat Tinggi	37-43	17	23%
Total		75	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan hasil temuan penelitian dalam tabel 3.26 dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat kepercayaan yang diwakili oleh 75 responden berada pada tingkat tinggi, yaitu sebesar 73% (55 orang) dan pada tingkat sangat tinggi sebesar 23% (17 orang). Sementara hanya 4% responden berada di tingkat sedang dan 0 responden berada pada rendah dan sangat rendah. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan responden terhadap Harry Tanoe yang tecipta melalui iklan Partai Perindo.

3.3 Hubungan Pengaruh Terpaan Iklan (X1) Terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo (Y)

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan, tabel 3.27 berikut ini akan menjelaskan keterkaitan antara pengaruh terpaan iklan (X1) terhadap tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo (Y).

Tabel 3.27

Tabulasi Silang Pengaruh Terpaan Iklan (X1) Terhadap TingkatKepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo(Y)

Pengaruh Terpaan Iklan (X1)	Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo (Y)					Jumlah
	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	
Tinggi	9 12%	10 13,3%	-	-	-	19
Sedang	-	39 52%	4 5,3%	-	-	43
Rendah	-	-	11 14,7%	-	-	11
Sangat Rendah	-	-	1 1,3%	1 1,3%	-	2

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa sebagian besar reponden yaitu 39 orang (52%) menyatakan bahwa terpaan iklan sedang dengan tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo. Sedangkan 11 orang atau 14,7% responden menyatakan pengaruh terpaan iklan rendah dengan tingkat kepercayaan yang sedang tentang Harry Tanoe di iklan Partai Perindo.

3.4 Hubungan Pencitraan Politik (X2) Terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo (Y)

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan, tabel 3.28 (tabulasi silang) berikut ini akan menjelaskan keterkaitan antara pencitraan politik (X2) terhadap tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo (Y).

Tabel 3.28

Tabulasi Silang Pencitraan Politik (X2) Terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di Dalam Iklan Partai Perindo (Y).

Pencitraan Politik (X2)	Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo (Y)					Jumlah
	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	
Sangat Baik	6 8%	-	-	-	-	6
Baik	3 4%	39 52%	-	-	-	42
Sedang	-	10 13,3%	14 18,7%	-	-	24
Buruk	-	-	2 2,7%	1 1,3%	-	3

Berdasarkan tabel 3.37, diketahui bahwa mayoritas responden yaitu 39 orang atau 52% menyatakan bahwa pencitraan politik tergolong baik terhadap tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo. Sedangkan 18,7% responden menyatakan bahwa pencitraan politik cukup baik terhadap tingkat kepercayaan yang sedang tentang Harry Tanoe di iklan Partai Perindo.

3.5 Hubungan Pengaruh Terpaan Iklan (X1) dan Pencitraan Politik (X2) Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di Dalam Iklan Partai Perindo (Y)

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan, tabel 3.29 (tabulasi silang) berikut ini akan menjelaskan keterkaitan antara pengaruh terpaan iklan (X1) dan pencitraan politik (X2) terhadap tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo (Y).

Tabel 3.29

Tabulasi Silang Pengaruh Terpaan Iklan (X1) dan Pencitraan Politik (X2) Terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di Dalam Iklan Partai Perindo (Y)

Pengaruh Terpaan Iklan (X1)	Pencitraan Politik (X2)	Tingkat Kepercayaan Pedagangpada Harry Tanoe di Dalam Iklan Partai Perindo (Y)					Total
		Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	
Tinggi	Sangat Baik	6 31,6%					6 31,6%
	Baik	3 15,8%	10 52,6%				13 68,4%
Sedang	Baik		29 67,4%				29 67,4%
	Sedang		10 23,3%	4 9,3%			14 32,6%
Rendah	Sedang			10 90,9%			10 90,9%
	Buruk			1 9,1%			1 9,1%
Sangat Rendah	Buruk			1 50%	1 50%		2 100%

Berdasarkan tabel 3.29 tersebut diketahui bahwa responden sebesar 67,4% (29 orang) menyatakan bahwa apabila pengaruh terpaan iklan sedang dan pencitraan politik tergolong baik, maka tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo akan tinggi. Kemudian 10 orang (90,9%) menyatakan apabila pengaruh terpaan iklan rendah dan pencitraan politik tergolong sedang maka tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo akan sedang. Selanjutnya 6 orang (31,6%) menyatakan apabila pengaruh terpaan iklan tinggi dan pencitraan politik tergolong sangat baik maka tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo akan sangat tinggi.

Dari hasil yang diperoleh dalam tabel 3.29 diperoleh kesimpulan bahwa apabila pengaruh terpaan iklan cukup efektif dan pencitraan politik tergolong baik, maka tingkat kepercayaan pedagang pada Harry Tanoe di dalam iklan Partai Perindo akan tinggi. akan sangat tinggi.