

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Geografis

Kabupaten Probolinggo adalah salah satu Kabupaten yang terletak di Wilayah Jawa Timur, terletak pada 112'50' - 113'30' Bujur Timur (BT) dan 7'40' - 8'10' Lingkup Selatan (LS), dengan luas sekitar 169.616,65 Ha atau + 1.696,17 km² (1,07% dari luas daratan dan lautan Wilayah Jawa Timur). Berikut ini adalah spesifikasinya:

- a. Permukiman: 147,74 Km²
- b. Persawahan: 373,13 Km²
- c. Tegal: 513,80 Km²
- d. Perkebunan: 32,81 Km²
- e. Hutan: 426,46 Km²
- f. Tambak/Kolam: 13,99 Km²
- g. Pulau Gili Ketapang: 0,60 Km²
- h. Lain-lain: 188,24 Km²

Wilayah Kabupaten Probolinggo berbatasan dengan:

- a. Sisi Utara: Selat Madura
- b. Sisi Timur: Kabupaten Situbondo dan Kabupaten Jember
- c. Sisi Barat: Kabupaten Pasuruan
- d. Sisi Selatan: Kabupaten Lumajang dan Kabupaten Malang
- e. Sedangkan di sisi utara bagian tengah terdapat Daerah Otonom yaitu Kota Probolinggo

Kabupaten Probolinggo terletak di lereng Gunung Semeru, Gunung Argopuro, Gunung Lamongan, dan Gunung Tengger. Secara geografis, kabupaten ini membentang dari arah barat ke timur. Selain itu, daerah ini juga dikelilingi oleh beberapa gunung lainnya seperti Gunung Bromo, Widodaren, Gilap, Gambir, Jombang, Cemoro Lawang, Malang, dan Batujajar. Daerah ini terletak pada ketinggian 0-2500 m di atas permukaan laut, dengan suhu rata-rata berkisar antara 27°C hingga 30°C.

Karena letaknya berdekatan dengan garis khatulistiwa, Kabupaten Probolinggo mengalami dua jenis perubahan iklim setiap tahunnya: kemarau dan hujan. Musim kemarau berlangsung dari bulan April hingga Oktober, dengan curah hujan rata-rata sekitar +/-29,5 milimeter per hari, sementara musim penghujan terjadi dari bulan Oktober hingga April dengan rata-rata curah hujan sekitar +/-229 milimeter per hari. Antara bulan Desember dan Maret, hujan menjadi

lebih sering, dengan rata-rata curah hujan mencapai 360 milimeter per hari. Di antara kedua musim tersebut, terdapat periode peralihan yang ditandai oleh angin kering yang bertiup cukup kencang dari arah Tenggara ke Barat Laut, yang dikenal sebagai "Angin Gending".

Beberapa lokasi wisata di Kabupaten Probolinggo meliputi Gunung Bromo, Air Terjun Madakaripura, Pulau Gili Ketapang beserta taman lautnya, Pantai Bentar, Arung Jeram Sungai Pekalen, Ranu Segaran dan Sumber Air Panas, serta Candi Jabung yang merefleksikan masa kejayaan yang lalu, merupakan contoh beberapa destinasi menarik yang ada di wilayah ini. (*Kondisi Geografis - Portal Kabupaten Probolinggo, n.d.*).

Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Probolinggo



Sumber: Map data ©2023

2. Jumlah Penduduk

Salah satu sumber data kependudukan adalah sensus penduduk yang dilakukan setiap 10 tahun sekali. Sejak Indonesia Merdeka sensus

penduduk telah dilakukan 7 kali yaitu tahun 1961, 1971, 1980, 1990, 2000, 2010, dan 2020.

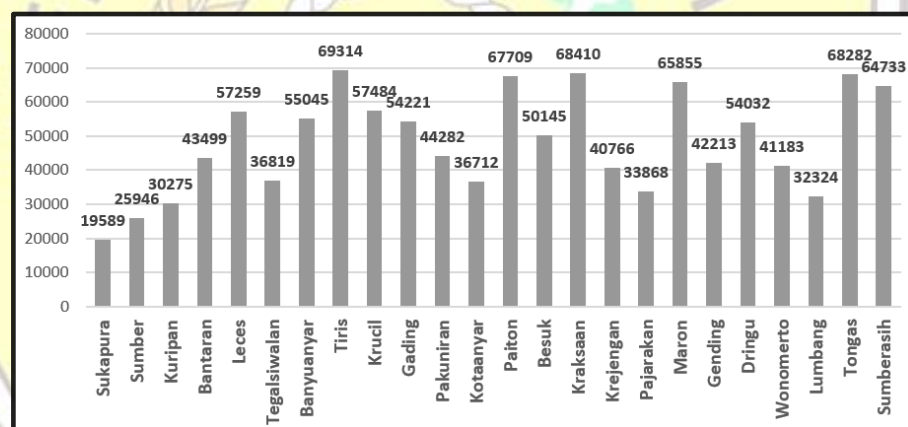
Cara tradisional untuk mencatat setiap penduduk dari rumah ke rumah digunakan untuk enam sensus penduduk sebelumnya. Pertama kalinya dengan latar belakang sejarah pembagian penduduk di Indonesia, Statistik Kependudukan 2020 (SP2020) menggunakan teknik paduan, yaitu dengan menggunakan informasi Organisasi Kependudukan (Adminduk) dari Dinas Ditjen Dukcapil Dalam Negeri. Isu (Kemendagri) sebagai informasi penting untuk melaksanakan SP2021.

Pengumpulan informasi dalam SP2021 dilakukan dengan berbagai moda, yaitu Survei Kependudukan Berbasis Web, Survei Drop Off-Get (DOPU), dan pertemuan. Hadirnya pandemi Covid Disease (Coronavirus) yang melanda dunia mulai awal tahun 2021 membuat banyak kantor ukur publik (Kantor Pengukuran Publik - NSO) melakukan perubahan sesuai dengan administrasi penyelenggaraan Evaluasi Kependudukan, termasuk BPS. Pemilahan informasi kependudukan awalnya diatur dengan mempertemukan dan memisahkan wilayah menjadi dua zona dengan mempertimbangkan aksesibilitas akses internet, yaitu zona yang menggunakan survei kertas (Paper and Pencil Talking, PAPI) dan zona yang menggunakan elektronik (PC Helped Individual Talking, CAPI). Dengan kepengurusan yang baru, pengumpulan data kependudukan dibagi

menjadi tiga zona, yaitu Zona 1 DOPU, Zona 2 Non-DOPU, dan Zona 3 Wawancara.

Data Sensus Penduduk tahun 2020 mencatat bahwa populasi di Kabupaten Probolinggo pada bulan September 2020 mencapai 1.152.537 individu. Dalam perbandingan dengan pencatatan sebelumnya, jumlah penduduk di Kabupaten Probolinggo terus meningkat. Dalam kurun waktu satu dekade, dari tahun 2010 hingga 2020, terjadi penambahan sekitar 56 ribu penduduk di Kabupaten Probolinggo.

Gambar 4.2 Jumlah Penduduk di Kabupaten Probolinggo, 2022



Sumber: Data Proyeksi Penduduk Sementara Tahun 2021-2023

Jumlah penduduk laki-laki di Kabupaten Probolinggo hasil SP2020 sebanyak 568.684 orang, atau 49,34% dari penduduk Kabupaten Probolinggo. Sementara jumlah penduduk perempuan di Kabupaten Probolinggo hasil SP2020 sebanyak 583.853 orang, atau 50,66% dari penduduk Kabupaten Probolinggo. Penduduk Kabupaten Probolinggo memiliki rasio jenis kelamin sebesar 97,40 persen,

menurut dua informasi tersebut. Rasio jenis kelamin bervariasi menurut kelompok umur dan wilayah. Pola jumlah laki-laki melebihi jumlah perempuan tercermin dalam rasio jenis kelamin saat lahir. Pada kelompok usia dewasa muda hingga usia 40 tahun, yang dikenal memiliki keserbagunaan yang sangat tinggi, jumlah laki-laki tidak sebanyak perempuan. Ada lebih sedikit pria daripada wanita dalam kelompok usia 60 tahun ke atas karena pria memiliki harapan hidup yang lebih pendek daripada wanita.

Gambar 4.3 Rasio Jenis Kelamin Penduduk Di Kabupaten Probolinggo

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Total	Rasio Jenis Kelamin
3513010. SUKAPURA	9,819	9,825	19,644	99.94
3513020. SUMBER	12,968	13,070	26,038	99.22
3513030. KURIPAN	14,633	15,563	30,196	94.02
3513040. BANTARAN	21,030	22,120	43,150	95.07
3513050. LECES	28,145	28,860	57,005	97.52
3513060. TEGALSIWALAN	17,965	18,865	36,830	95.23
3513070. BANYUANYAR	26,785	27,951	54,736	95.83
3513080. TIRIS	34,084	34,440	68,524	98.97
3513090. KRUCIL	28,623	28,167	56,790	101.62
3513100. GADING	26,333	27,005	53,338	97.51
3513110. PAKUNIRAN	21,531	22,544	44,075	95.51
3513120. KOTAANYAR	18,003	18,556	36,559	97.02
3513130. PAITON	33,699	34,250	67,949	98.39
3513140. BESUK	24,152	25,383	49,535	95.15
3513150. KRAKSAAN	33,860	34,286	68,146	98.76
3513160. KREJENGAN	19,869	20,561	40,430	96.63
3513170. PAJARAKAN	16,607	17,329	33,936	95.83
3513180. MARON	32,063	33,321	65,384	96.22
3513190. GENDING	20,732	21,083	41,815	98.34
3513200. DRINGU	26,793	26,849	53,642	99.79
3513210. WONOMERTO	20,019	20,849	40,868	96.02
3513220. LUMBANG	15,856	16,347	32,203	97.00
3513230. TONGAS	33,265	34,439	67,704	96.59
3513240. SUMBERASIH	31,850	32,190	64,040	98.94
KABUPATEN PROBOLINGGO	568,684	583,853	1,152,537	97.40

Sumber: Berita Resmi Statistik Hasil Sensus Penduduk 2020, BPS Kabupaten Probolinggo

3. Pekerjaan

Sakernas merupakan sumber utama data terkait ketenagakerjaan. Survei ini memiliki tujuan spesifik untuk menghimpun informasi terkait ketenagakerjaan. Pada survei yang sebelumnya, pengumpulan data ketenagakerjaan dikombinasikan dengan kegiatan lain, seperti Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), Sensus Penduduk (SP), dan Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS).

Sejak Sakernas 2001, konsep status ketenagakerjaan dan pengangguran diperluas dan disempurnakan. Hanya ada 5 kategori status pekerjaan dalam Sakernas 2000 (wiraswasta, bekerja dengan anggota rumah tangga/pekerja tidak tetap, bekerja dengan pekerja tetap, buruh/karyawan, pekerja tidak dibayar), kategori baru berikut ditambahkan pada tahun 2001: spesialis lepas di bidang pertanian dan pekerja lepas di non-hortikultura. Selain itu, untuk menyesuaikan dengan gagasan ILO, gagasan pengangguran terbuka diperluas, khususnya mencakup orang yang sedang mencari pekerjaan, juga mencakup kelompok yang merencanakan organisasi/pekerjaan baru, kelompok yang tidak mencari pekerjaan. karena sulitnya mencari lapangan pekerjaan baru, serta kelompok warga yang tidak mampu mencari pekerjaan secara efektif karena sudah memiliki pekerjaan, tetapi belum mulai bekerja.

Tabel 4.1

**Jumlah Penduduk Berumur 17 Tahun Keatas Menurut Jenis
Kegiatan di Kabupaten Probolinggo, 2022**

Kegiatan Utama	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
(1)	(2)	(3)	(4)
Bekerja	386.719	263.017	649.736
Pengangguran Terbuka	7.415	14.413	21.828
Jumlah	394.134	277.430	671.564

Sumber: Probolinggo Dalam Angka 2023, BPS Kabupaten Probolinggo

4. Partai Politik

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Probolinggo, sebuah badan legislatif unikameral di Provinsi Jawa Timur, dikenal dengan sebutan DPRD Kabupaten Probolinggo. DPRD Probolinggo terdiri dari 50 anggota yang mewakili 7 partai politik yang berbeda.

Tabel 4.2
Daftar Partai Politik dan Jumlah Kursi Periode 2019-2024

No	Partai Politik	Jumlah Kursi
1	Partai Persatuan Pembanguna (PPP)	7
2	Partai Nasional Demokrat (Nasdem)	16
3	Partai Golongan Karya (Golkar)	7
4	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)	5
5	Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	7
6	Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)	1
7	Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)	7
Jumlah		50

Sumber: Probolinggo Dalam Angka 2023, BPS Kabupaten Probolinggo

5. Kang Mahdi

Habibana Mahdi bin Habib Shodiq Al Hamid atau yang biasa disapa “Kang Mahdi”, memiliki nama asli Mahdi, S.E, S.H. Merupakan anak ke-5 dari 8 bersaudara dari pasangan Habib Muhammad Shodiq Al Hamid bin Husein Al Hamid dengan Syarifah Luluk Al Haddar.

Gambar 4.4 Mahdi, S.E, S.H.



Sumber: Instagram @kang_mahdi_

Beliau lahir pada tanggal 27 April 1973, dan menjadi putra daerah asli Kabupaten Probolinggo. Tinggal di Desa Brani Kulon RT: 07/RW: 02 Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. Selain menjalankan tugasnya sebagai Anggota DPRD Provinsi Jawa Timur, beliau juga sebagai seorang pengusaha. Di sisi lain beliau juga hobi olah raga yang memacu adrenaline, seperti: mountain bike, motor trail trabas alas, arung jeram.

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

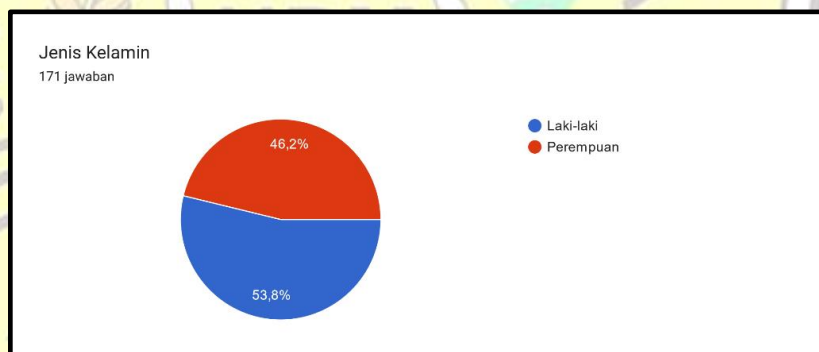
Variabel *personal branding* X dan variabel dukungan keputusan Y merupakan variabel penelitian yang diamati dalam penelitian ini.

skala likert digunakan untuk pengukuran kedua variabel ini. Dalam menyampaikan survey yang dilakukan penulis terhadap 171 responden, jelas terdapat perbedaan klasifikasi baik dari segi usia, pekerjaan, maupun tingkat pendidikan. Banyaknya responden yang menawarkan dukungan memerlukan klasifikasi untuk identitas individu masing-masing responden.

Informasi kuesioner yang disampaikan memperoleh beberapa kualitas responden, khususnya orientasi, usia, dan pelatihan. Garis besar gambar di bawah ini akan memahami atribut responden pemeriksaan.

a. Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.5 Diagram Berdasarkan Jenis Kelamin



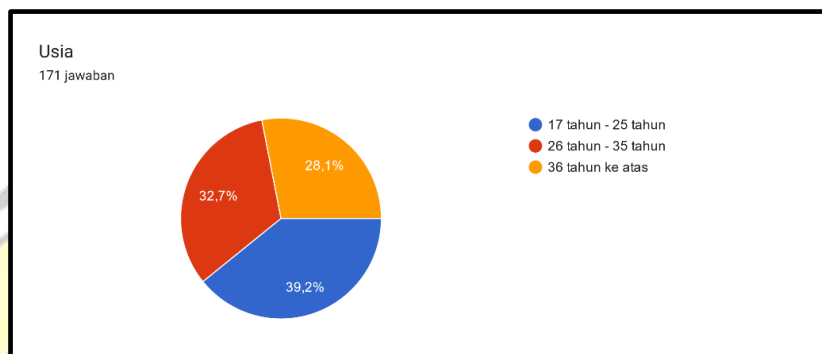
Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan grafik Gambar 4.5 di atas, dilihat dari klasifikasi responden dilihat dari orientasinya, dari 171 responden, 92 orang laki-laki (53,8%), sedangkan 79 orang perempuan (46,2%). Bisa dinyatakan bahwa responden dalam penelitian ini secara orientasi sangat besar atau disesuaikan

dengan jumlah absolut responden, dengan kata lain cukup ideal atau seimbang.

b. Usia Responden

Gambar 4.6 Diagram Berdasarkan Usia

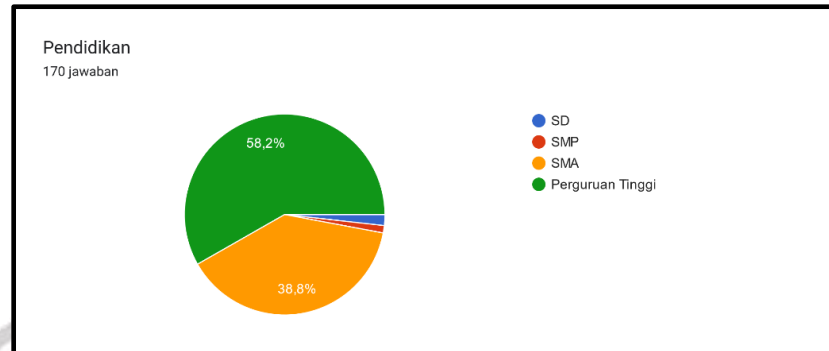


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.6 diagram di atas, tentang karakteristik responden berdasarkan usia dari 171 responden, usia 17-25 tahun sebanyak 67 orang (39,2%), usia 26-35 tahun sebanyak 56 orang (32,7%), dan usia 36 tahun ke atas sebanyak 48 orang (28,1%). Dengan demikian responden adalah masyarakat yang aktif menggunakan media sosial yang dimana bisa dikatakan generasi milenial (usia 27-42 tahun) dan Gen Z (usia 17-26 tahun). Hal tersebut tampak dari rentang usia responden yang di dominasi usia 17-40 tahun.

c. Tingkat Pendidikan Responden

Gambar 4.7 Diagram Berdasarkan Pendidikan



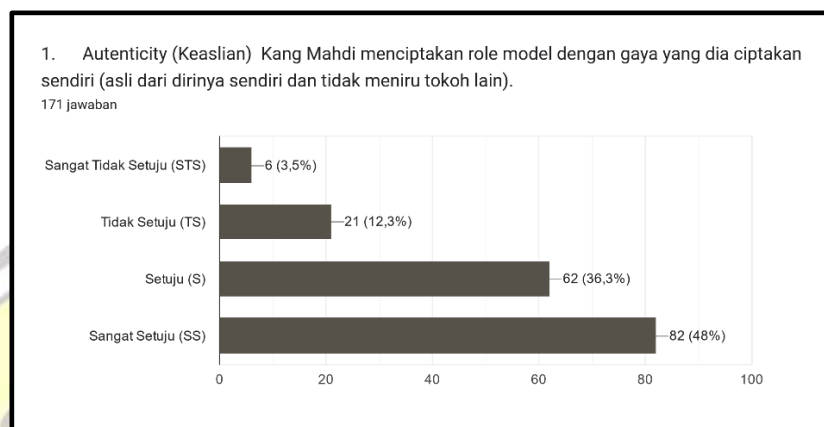
Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.7 diagram di atas, tentang klasifikasi responden berdasarkan dari tingkat pendidikan 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini golongan tingkat pendidikan perguruan tinggi sebanyak 99 orang (58,2%), dan SMA 66 orang (38,8%). Sisanya tingkat pendidikan SMP sebanyak 2 orang (1,2%), dan SD sebanyak 3 orang (1,8%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan golongan intelektual, yang dapat dimaknai jawaban responden akurat dan dapat di pertanggungjawabkan.

2. Indikator *Personal Branding*

a. *Authenticity* (Keaslian)

Gambar 4.8 Diagram Indikator *Authenticity*

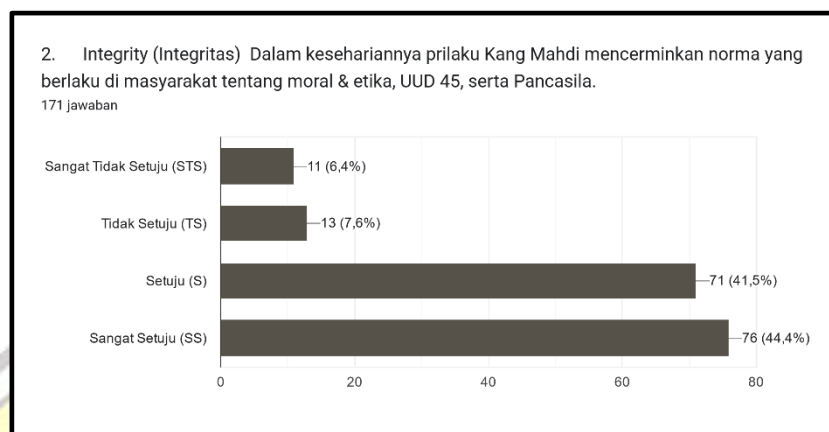


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.8 diagram di atas, tentang indikator *authenticity* (keaslian), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *authenticity personal branding* Kang Mahdi adalah gaya ciri khas asli dari dirinya sendiri dan tidak meniru orang lain. Responden sangat setuju berjumlah 82 orang (48%), setuju 62 orang (36,3%), sedangkan yang tidak setuju berjumlah 21 orang (12,3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (3,5%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat untuk keaslian *role models* tersebut, yang dapat dimaknai ciri khas Kang Mahdi adalah asli dari karakter dirinya sendiri.

b. *Integrity (Integritas)*

Gambar 4.9 Diagram Indikator *Integrity*

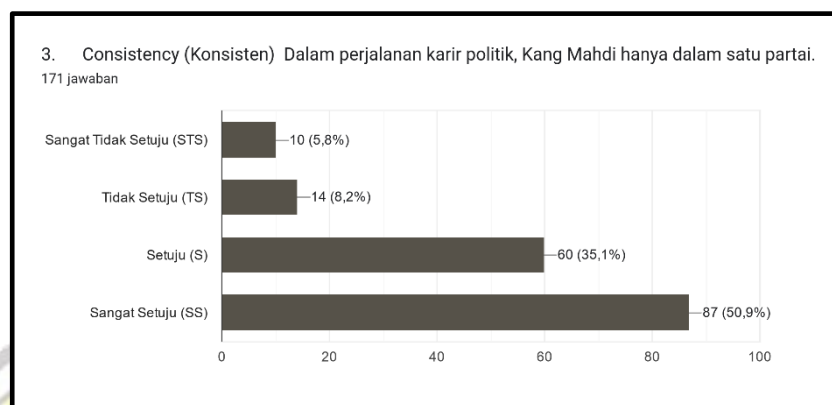


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.9 diagram di atas, tentang indikator *integrity* (integritas), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *integrity personal branding* Kang Mahdi mencerminkan norma yang berlaku di masyarakat tentang moral dan etika yang menyangkut UUD 45 serta Pancasila. Responden sangat setuju berjumlah 76 orang (44,4%), setuju 71 orang (41,5%), yang tidak setuju 13 orang (7,6%), dan sangat tidak setuju ada 11 orang (6,4%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan integritas Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa integritas Kang Mahdi memberikan pengaruh positif disekitarnya serta menjadi teladan bagi masyarakat.

c. **Consistency (Konsisten)**

Gambar 4.10 Diagram Indikator *Consistency*

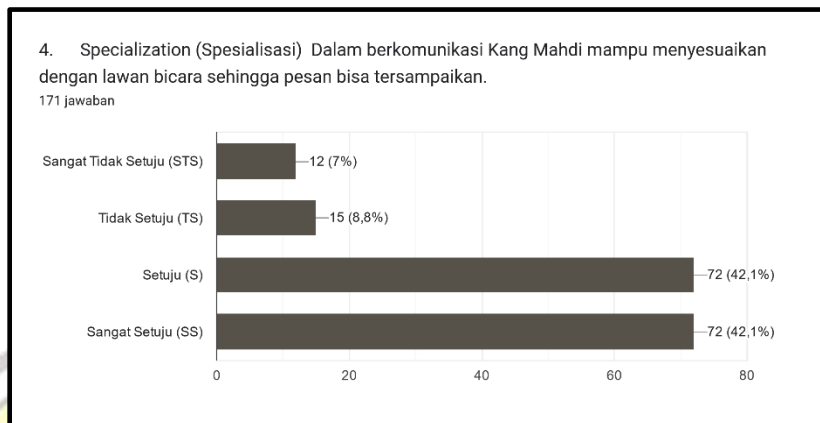


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.10 diagram di atas, tentang indikator *consistency* (konsisten), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *integrity personal branding* Kang Mahdi konsisten dalam perjalanan karir politiknya. Responden sangat setuju sebanyak 87 orang (50,9%), setuju sebanyak 60 orang (35,1%), tidak setuju sebanyak 14 orang (8,2%), dan sangat tidak setuju sebanyak 10 orang (5,8%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan konsisten Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa konsisten Kang Mahdi dalam perjalanan karir politiknya hanya dalam satu partai.

d. *Specialization* (Spesialisasi)

Gambar 4.11 Diagram Indikator *Specialization*

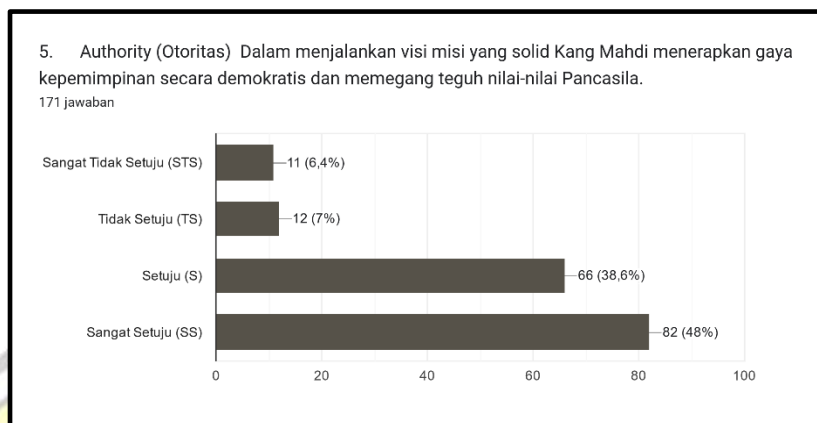


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.11 diagram di atas, tentang indikator *specialization* (spesialisasi), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *specialization personal branding* Kang Mahdi dalam berkomunikasi mampu menyesuaikan dengan lawan bicara sehingga pesan bisa tersampaikan. Responden sangat setuju berjumlah 72 orang (42,1%), setuju 72 orang (42,1%), sedangkan tidak setuju 15 orang (8,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (7%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan spesialisasi Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa dalam berkomunikasi Kang Mahdi mampu menyesuaikan dengan lawan bicara sehingga pesan bisa tersampaikan.

e. **Authority (Otoritas)**

Gambar 4.12 Diagram Indikator Authority

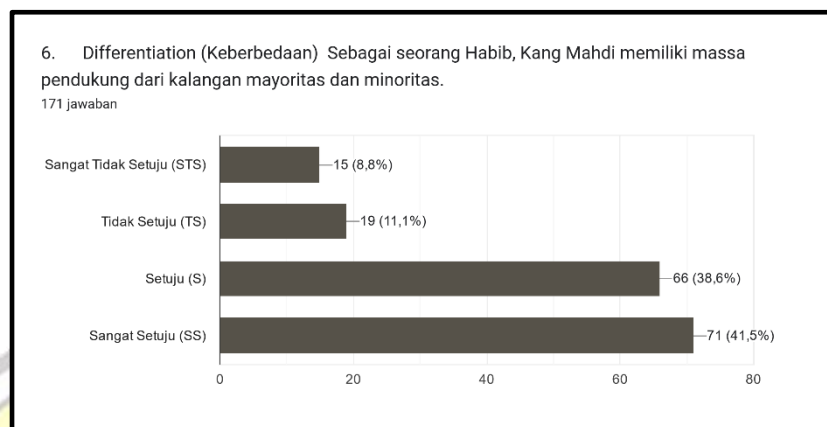


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.12 diagram di atas, tentang indikator *authority* (otoritas), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *authority personal branding* Kang Mahdi dalam menjalankan visi misi yang solid menerapkan gaya kepemimpinan secara demokratis dan memegang teguh nilai-nilai Pancasila. Responden yang sangat setuju sebanyak 82 orang (48%), dan setuju sebanyak 66 orang (38,6%), sedangkan yang tidak setuju sebanyak 12 orang (7%), dan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang (6,4%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan otoritas Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa dalam visi misi yang solid menerapkan gaya kepemimpinan secara demokratis dan memegang teguh nilai-nilai Pancasila.

f. *Differentiation* (Keberbedaan)

Gambar 4.13 Diagram Indikator *Differentiation*

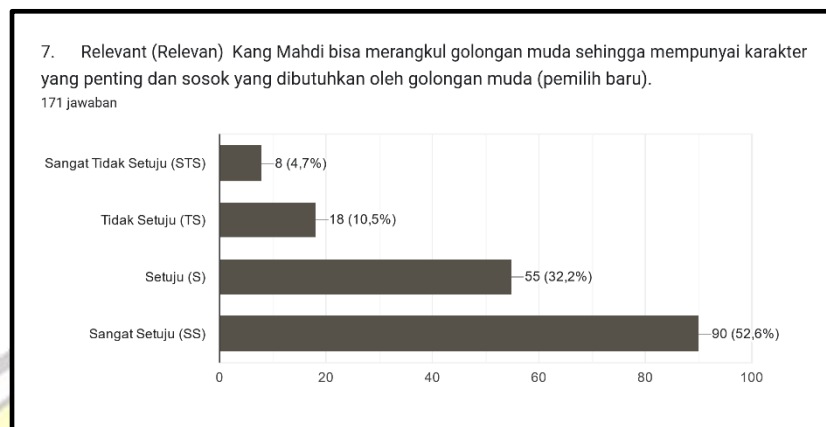


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.13 diagram di atas, tentang indikator *differentiation* (keberbedaan), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *differentiation personal branding* Kang Mahdi sebagai seorang Habib, Kang Mahdi memiliki massa pendukung dari kalangan mayoritas dan minoritas. Responden sangat setuju berjumlah 71 orang (41,5%), setuju 66 orang (38,6%), tidak setuju 19 orang (11,1%), dan sangat tidak setuju 15 orang (8,8%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan keberbedaan Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa sebagai seorang Habib, Kang Mahdi memiliki massa pendukung dari kalangan mayoritas dan minoritas.

g. **Relevant (Relevan)**

Gambar 4.14 Diagram Indikator *Relevant*

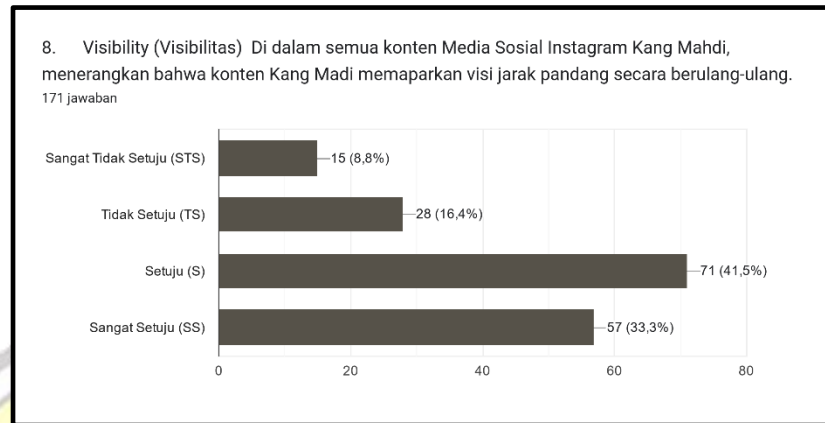


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.14 diagram di atas, tentang indikator *relevant* (relevan), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *relevant personal branding* Kang Mahdi bisa merangkul golongan muda sehingga mempunyai karakter yang penting dan sosok yang dibutuhkan oleh golongan muda (pemilih baru). Responden sangat setuju berjumlah 90 orang (52,6%), setuju 55 orang (32,2%), tidak setuju 18 orang (10,5%), dan sangat tidak setuju 8 orang (4,7%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan relevan Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa Kang Mahdi bisa merangkul golongan muda sehingga mempunyai karakter yang penting dan sosok yang dibutuhkan oleh golongan muda (pemilih baru).

h. *Visibility (Visibilitas)*

Gambar 4.15 Diagram Indikator *Visibility*

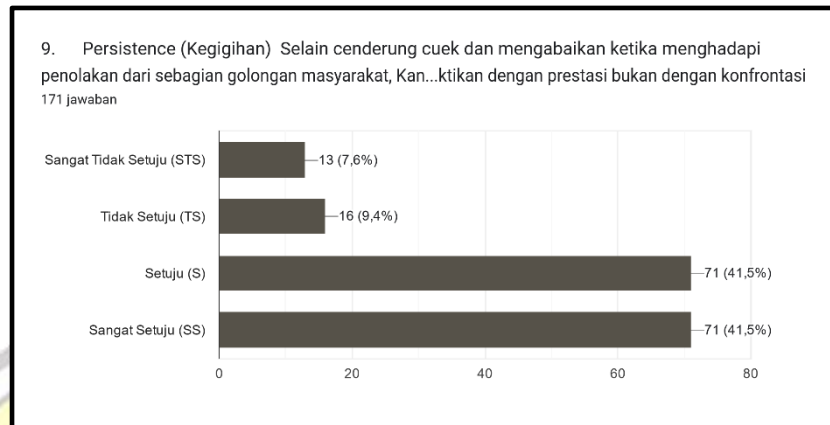


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.15 diagram di atas, tentang indikator *visibility* (visibilitas), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *visibility personal branding* Kang Mahdi di dalam konten media sosial instagram Kang Mahdi memaparkan visi jarak pandang secara berulang-ulang. Responden sangat setuju berjumlah 57 orang (33,3%), setuju 71 orang (41,5%), tidak setuju 28 orang (16,4%), dan sangat tidak setuju 15 orang (8,8%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan visibilitas Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa Kang Mahdi di dalam konten media sosial instagram Kang Mahdi memaparkan visi jarak pandang secara konsisten.

i. **Persistence (Kegigihan)**

Gambar 4.16 Diagram Indikator Persistence

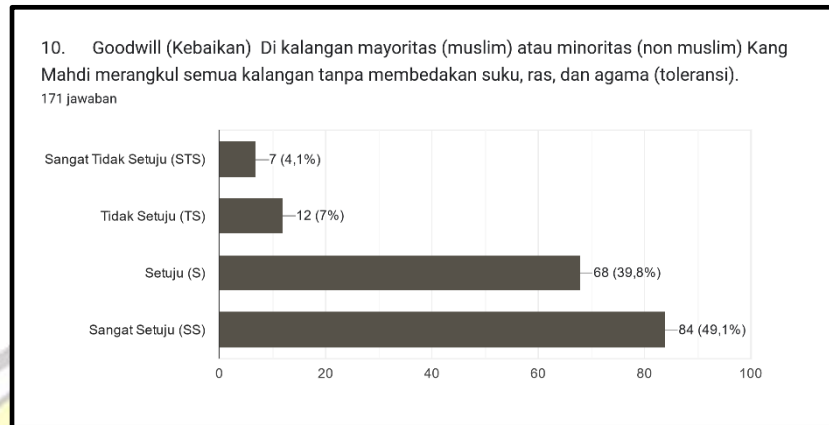


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.16 diagram di atas, tentang indikator *persistence* (kegigihan), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *persistence personal branding* Kang Mahdi cenderung cuek dan mengabaikan ketika menghadapi penolakan dari sebagian golongan masyarakat. Responden sangat setuju berjumlah 71 orang (41,5%), setuju 71 orang (41,5%), tidak setuju 16 orang (9,4%), dan sangat tidak setuju 13 orang (7,6%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan kegigihan Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa Kang Mahdi membuktikan dengan prestasi bukan dengan konfrontasi ketika menghadapi penolakan dari sebagian golongan masyarakat.

j. **Goodwill (Kebaikan)**

Gambar 4.17 Diagram Indikator Goodwill

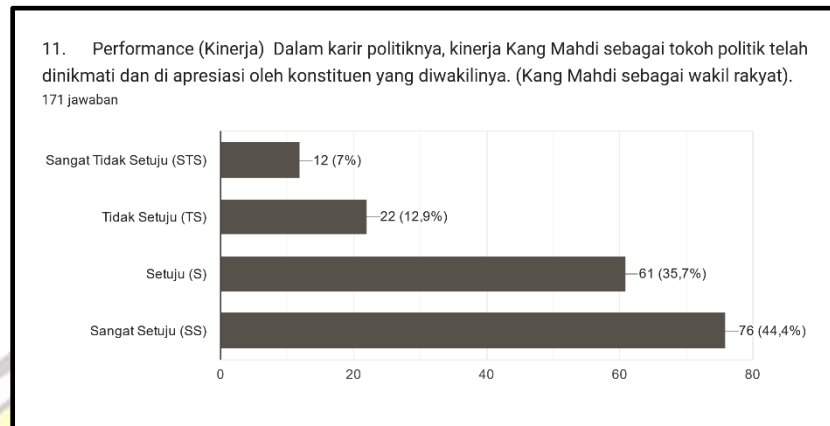


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.17 diagram di atas, tentang indikator *goodwill* (kebaikan), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *goodwill personal branding* Kang Mahdi merangkul semua kalangan tanpa membeda-bedakan. Responden sangat setuju berjumlah 84 orang (49,1%), setuju 68 orang (39,8%), tidak setuju 12 orang (7%), dan sangat tidak setuju 7 orang (4,1%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan kebaikan Kang Mahdi, yang dapat dimaknai bahwa Kang Mahdi merangkul semua kalangan tanpa membedakan suku, ras, dan agama (toleransi).

k. *Performance (Kinerja)*

Gambar 4.18 Diagram Indikator *Performance*



Sumber: Data Penelitian (Diolah, 2023)

Berdasarkan gambar 4.18 diagram di atas, tentang indikator *performance* (kinerja), dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa indikator *performane personal branding* Kang Mahdi sebagai tokoh politik telah dinikmati dan di apresiasi oleh konstituen yang diwakilinya. Responden sangat setuju berjumlah 76 orang (44,4%), setuju 61 orang (35,7%), tidak setuju 22 orang (12,9%), dan sangat tidak setuju 12 orang (7%). Hal tersebut bisa dikatakan responden dominan sepakat dengan kinerja Kang Mahdi sebagai tokoh politik, yang dimana telah dinikmati dan di apresiasi oleh konstituen yang diwakilinya (Kang Mahdi sebagai anggota DPRD Jatim).

3. Keputusan Memberikan Dukungan

a. Keputusan Dukungan

Gambar 4.19 Diagram Keputusan Dukungan

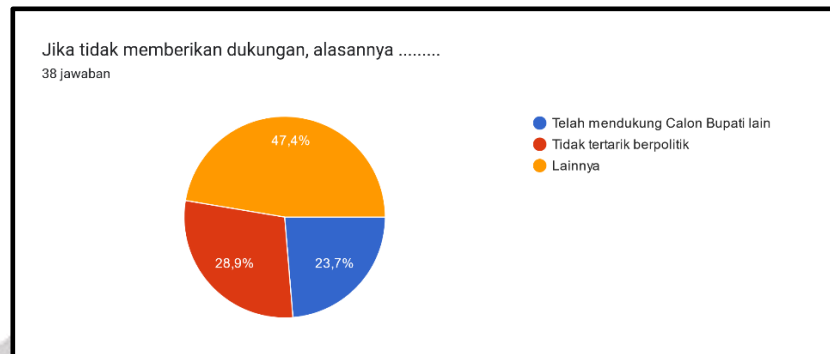


Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.19 diagram di atas, tentang indikator keputusan dukungan, dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa memberikan dukungan kepada Kang Mahdi. Responden memberikan dukungan sebanyak 140 orang (81,9%), tidak memberikan dukungan sebanyak 31 orang (18,1%). Hal tersebut bisa dikatakan responden setelah merespon 11 indikator variabel *personal branding* dominan memberikan dukungan terhadap Kang Mahdi sebagai Calon Bupati di Pilkada 2024 mendatang.

b. Alasan Tidak Memberikan Dukungan

Gambar 4.20 Diagram Tidak Memberikan Dukungan



Sumber: Data Penelitian (Diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan gambar 4.20 diagram di atas, tentang indikator alasan tidak memberikan dukungan, dari 171 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memberikan respon bahwa tidak memberikan dukungan kepada Kang Mahdi dengan beragam alasan menurut asumsi pribadi dari tiap2 responden. Responden dengan alasan lainnya sebanyak 18 orang (47,4%), tidak tertarik berpolitik sebanyak 11 orang (28,9%), telah mendukung calon bupati lain sebanyak 9 orang (23,7%). Hal tersebut bisa dikatakan alasan responden yang tidak memberikan dukungan terhadap Kang Mahdi beragam sesuai dengan asumsi pribadi dari responden itu sendiri.

C. Pembahasan Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif

Dalam riset ini, data kuantitatif dianalisis melalui pendekatan regresi logistik, dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 (Statistical Package for the Social Sciences). Seluruh hasil analisis dipaparkan secara lengkap pada Lampiran 3. Berikut adalah penafsiran dari hasil analisis tersebut.

Tabel 4.3

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	171	100,0
	Missing Cases	0	,0
	Total	171	100,0
Unselected Cases		0	,0
Total		171	100,0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Sumber: Lampiran 4

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 100% data dari responden yang berjumlah 171 orang dapat dimasukkan sebagai data yang dapat dianalisis, dengan kata lain tidak data yang dibuang karena tidak layak. Jumlah responden 171 orang telah melampaui syarat minimal responden yang telah dihitung pada Bab III, yaitu 100 orang.

Pada penelitian ini variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Dukungan terhadap Kang Mahdi, di mana jawaban responden bersifat dikotomi, yaitu antara ya atau tidak saja. Dalam konteks ini, maka jawaban dari variabel ini

adalah Tidak Mendukung atau Mendukung. Oleh karena itu dilakukan pengkategorian sebagai berikut.

Tabel 4.4

Dependent Variable Encoding	
Original Value	Internal Value
Tidak Mendukung	0
Mendukung	1

Sumber: Lampiran 4

Pengkategorian respon untuk Keputusan Dukungan yaitu kategori “Tidak Mendukung” dengan kode 0, dan yaitu kategori “Mendukung” dengan kode 1. Dengan demikian “Mendukung” menjadi referensi atau dampak dari suatu sebab. Penyebab di sini adalah variabel independen (X), yaitu *Personal Branding*. Hipotesis penelitian adalah diduga ada pengaruh *Personal Branding* terhadap Keputusan Dukungan.

Tahap selanjutnya adalah menganalisis kondisi saat variabel *Personal Branding* tidak dikaitkan dalam respon Keputusan Dukungan dari 171 orang. Hasil analisis adalah berikut ini.

Tabel 4.5

Block 0: Beginning Block			
Iteration History ^{a,b,c}			
Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	163,326	1,275
	2	161,888	1,492
	3	161,882	1,508
	4	161,882	1,508

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 161,882

c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber: Lampiran 4

Interpretasi dari tabel *Iteration History* adalah Nilai *-2 Log Likelihood*: 161,882. Nilai *-2 Log Likelihood* harus dibandingkan dengan pada Tabel *Chi Square. Degree of Freedom* (df) penelitian ini adalah $N - 1 = 171 - 1 = 170$ dan probabilitas 0,05; diperoleh nilai *Chi Square tabel* sebesar 201,423. Sehingga nilai *-2 Log Likelihood*: 161,882 kurang dari nilai *Chi Square* sebesar 201,423 ($161,882 < 201,423$). Maknanya variabel independen dalam hal ini *Personal Branding* adalah *tidak fit* dengan data, analisis dapat dilanjutkan.

Tabel 4.6

Observed		Predicted			
		Keputusan Mendukung		Percentage Correct	
		Tidak Mendukung	Mendukung		
Step 0	Keputusan Mendukung	Tidak Mendukung	0	31	,0
		Mendukung	0	140	100,0
Overall Percentage					81,9

- a. Constant is included in the model.
b. The cut value is ,500

Sumber: Lampiran 4

Classification Table adalah tabel kontingensi 2 x 2 yang seharusnya terjadi atau dengan kata lain adalah frekuensi harapan yang terjadi berdasarkan data empiris, Jumlah sampel yang memiliki kategori variabel dependen referensi atau sebagai akibat keputusan dukungan, yaitu “Mendukung” (kode 1), sebanyak 140 orang. Sedangkan yang “Tidak Mendukung” sebanyak 31 orang. Nilai *overall percentage* adalah 81,9%.

Analisis dilanjutkan dengan kondisi saat variabel *Personal Branding* dimasukkan dalam respon Keputusan Dukungan dari 171 orang. Hasil analisis adalah berikut ini.

Tabel 4.7

Block 1: Method = Enter

Iteration History^{a,b,c,d}

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients	
			Constant	SkorX
Step 1	1	141,950	-1,974	,092
	2	133,723	-3,587	,149
	3	132,987	-4,302	,174
	4	132,976	-4,403	,178
	5	132,976	-4,405	,178
	6	132,976	-4,405	,178

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 161,882

d. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan langkah *Block 1* dengan metode yang digunakan Method = Enter, interpretasi dari tabel *Iteration History* adalah Nilai *-2 Log Likelihood*: 132,976. Nilai *-2 Log Likelihood* harus dibandingkan dengan pada Tabel *Chi Square. Degree of Freedom* (df) penelitian ini adalah $N - 2 - 1 = 171 - 2 - 1 = 168$ dan probabilitas 0,05; diperoleh nilai *Chi Square* tabel sebesar 199,244. Sehingga nilai *-2 Log Likelihood*: 132,976 kurang dari nilai *Chi Square* sebesar 199,244 ($132,976 < 199,244$). Dengan demikian variabel *Personal Branding fit* dengan data. Analisis dilanjutkan dengan langkah berikut.

Tabel 4.8

		Chi-square	Df	Sig.
Step 1	Step	28,906	1	,000
	Block	28,906	1	,000
	Model	28,906	1	,000

Sumber: Lampiran 4

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa analisis di sini memiliki tabel kontingensi 2 x 2 (Tabel 4.6 *Classification Table*), signifikansi yang digunakan 0,05; maka nilai *Chi Square* tabel adalah 5,991 (lihat Lampiran 5). Nilai *Chi Square* dari *Omnibus Test of Model Coefficients* adalah 28,906 dengan signifikansi mendekati nol (,000). Sehingga $28,906 > 5,991$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. H_a adalah diduga ada pengaruh *Personal Branding* terhadap Keputusan Dukungan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan *Personal Branding* dapat meningkatkan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Dukungan.

Tabel 4.9

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	132,976 ^a	,156	,254

a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.9 diatas *Nagelkerke R Square* 0,254 atau 25,4%, artinya 25,4% keputusan dukungan tergantung dari *Personal Branding*.

Sisanya 74,6% (dari 100% - 25,4%) tergantung variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Tabel 4.10

Step	Chi-square	df	Sig.
1	17,594	8	,024

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.11

		Keputusan Mendukung = Tidak Mendukung		Keputusan Mendukung = Mendukung		Total
		Observed	Expected	Observed	Expected	
Step 1	1	7	9,276	10	7,724	17
	2	10	5,347	5	9,653	15
	3	8	4,507	9	12,493	17
	4	0	1,507	7	5,493	7
	5	1	3,920	20	17,080	21
	6	1	2,649	16	14,351	17
	7	2	1,565	16	16,435	18
	8	1	,792	14	14,208	15
	9	0	,372	10	9,628	10
	10	1	1,066	33	32,934	34

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.10 dan tabel 4.11 di atas nilai *Chi Square* df 8 dan $\alpha = 0,05$ adalah 15,507, sedangkan nilai *Chi Square Hosmer and Lemeshow Test* adalah 17,594 (lihat Lampiran 5). Sehingga $17,594 > 15,507$ artinya akurasi dari model yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan.

Tabel 4.12**Classification Table^a**

Observed		Predicted			
		Keputusan Mendukung		Percentage Correct	
		Tidak Mendukung	Mendukung		
Step	Keputusan Dukungan	Tidak Mendukung	2	29	6,5
1		Mendukung	7	133	95,0
	Overall Percentage				78,9

a. The cut value is ,500

Sumber: Lampiran 4

Dari data tabel 4.12 diatas persentase prediksi keputusan memberikan dukungan secara keseluruhan adalah 78,9%, dimana persentase ketepatan untuk keputusan tidak memberikan dukungan sebesar 6,5%. Sedangkan persentasi keputusan memberikan dukungan sebesar 95% dan yang tidak dapat diprediksi sebesar 5%.

Tabel 4.13**Variables in the Equation**

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	SkorX	,178	,039	20,673	1	,000	1,195	1,107	1,290
	Constant	-4,405	1,253	12,361	1	,000	,012		

a. Variable(s) entered on step 1: SkorX.

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.13 yang dimana merupakan pengujian hipotesis menyatakan bahwa diantara dua sampel atau populasi dalam rata-rata atau *mean*, sebagai berikut.

H₀: konstanta regresi tidak signifikan

H_a: konstanta regresi signifikan

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

H_0 ditolak jika $\text{sig} < 0,05$

Model Regresi Logistik Biner:

$$Y = -4,405 + 0,178x$$

Konstanta bernilai negatif, menunjukkan jika tidak ada pengaruh dari *Personal Branding* ($x = 0$), maka keputusan Dukungan cenderung negatif dengan kata lain “Tidak Mendukung”.

Tabel 4.14

Casewise List ^b						
Case	Selected Status ^a	Observed	Predicted	Predicted Group	Temporary Variable	
		Keputusan Mendukung			Resid	ZResid
10	S	T**	,914	M	-,914	-3,258
15	S	T**	,938	M	-,938	-3,893
17	S	T**	,899	M	-,899	-2,980
50	S	T**	,969	M	-,969	-5,558
151	S	M**	,080	T	,920	3,397

- a. a. S = Selected, U = Unselected cases, and ** = Misclassified cases.
 b. b. Cases with studentized residuals greater than 2,000 are listed.

Sumber: Lampiran 4

Angka 4,405 dan koefisien x 0,178. Koefisien tersebut sangat kecil atau lemah, sehingga dibutuhkan skor x yang besar untuk dapat mengubah kondisi negatif menjadi kondisi positif. Maknanya *personal branding* harus memiliki skor yang tinggi dari masyarakat. Skor yang tinggi untuk *personal branding* diperoleh apabila Kang Mahdi mampu membranding diri sebagai pemimpin yang diharapkan masyarakat Kabupaten Probolinggo.