

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era demokrasi modern, komunikasi politik telah berkembang menjadi salah satu instrumen utama dalam membangun hubungan antara elit politik dan masyarakat. Komunikasi politik dapat berlangsung melalui berbagai bentuk, mulai dari komunikasi pemerintah kepada masyarakat, komunikasi antar elit politik, komunikasi media massa, hingga komunikasi digital yang memungkinkan interaksi politik berlangsung secara cepat dan terbuka (McNair, 2017). Tidak sekadar alat penyampaian pesan, komunikasi politik telah berkembang menjadi sarana strategis yang memengaruhi opini publik, perilaku pemilih, serta persepsi masyarakat terhadap figur politik (Hermin & Wahyuni, 2007 : 19-38; Sumarni, 2023 45-60). Dalam konteks ini, komunikasi politik menjadi bagian integral dari fungsi sosialisasi dan budaya politik, di mana partai politik, organisasi kepentingan, dan media massa berperan aktif dalam menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat (Bachtiar, 2022 : 56-74; Muchtar et al., 2016 : 136-152; Budiardjo, 2005).

Salah satu aspek penting dalam komunikasi politik adalah peran elit sebagai aktor komunikasi yang merepresentasikan dirinya di hadapan publik. Berdasarkan model two-step flow, informasi yang disampaikan dari elit kepada massa awalnya diproses melalui para opinion leader, menjadikan elit politik sebagai pengaruh kunci dalam pembentukan opini publik (Narendra, 2013 : 101-116). Efektivitas

komunikasi elit berpengaruh langsung pada citra dan popularitas figur politik yang bersangkutan, sehingga setiap pernyataan maupun strategi komunikasi yang dilakukan akan berdampak pada persepsi publik terhadapnya (Susanto, 2013 : 55-70). Sejumlah penelitian terdahulu menegaskan bahwa pernyataan dan aktivitas komunikasi seorang figur politik sering dijadikan referensi utama publik dalam menilai kredibilitas dan kapasitasnya sebagai wakil rakyat (Firmansyah dkk., 2023 : 210-228).

Citra politik dapat dipahami sebagai kesan atau penilaian yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap seorang aktor politik sebagai hasil dari proses komunikasi politik yang berlangsung secara terus-menerus. Pembentukan citra tersebut dipengaruhi oleh berbagai informasi yang diterima masyarakat mengenai aktor politik, termasuk pesan-pesan yang disampaikan dan bagaimana aktor tersebut menampilkan dirinya di ruang publik (Hasan, 2009; Arifin, 2006). Citra politik bersifat dinamis karena dapat berubah seiring munculnya informasi baru, pengalaman masyarakat, maupun perkembangan situasi politik. Dalam kajian hubungan masyarakat, citra dipandang sebagai *fragile commodity* atau komoditas yang rapuh karena mudah mengalami perubahan akibat faktor-faktor yang memengaruhi persepsi publik (Soemirat & Ardianto, 2005 : 111-112). Oleh sebab itu, komunikasi politik memiliki peran penting dalam proses pembentukan, pemeliharaan, maupun perubahan citra seorang aktor politik di mata masyarakat (Arifin, 2006).

Relevansi pernyataan publik elit terhadap citra politik semakin meningkat seiring berkembangnya penggunaan media sosial dalam masyarakat. Media sosial

tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi salah satu sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi, termasuk informasi politik. Sebanyak 57 persen responden di Indonesia menggunakan media sosial sebagai sumber berita dan 40 persen di antaranya menjadikannya sebagai sumber utama berdasarkan Digital News Report 2025 yang melibatkan sekitar 2.000 responden Indonesia (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2025). Temuan serupa juga menunjukkan bahwa 77 persen masyarakat memperoleh informasi terkait Pilkada melalui media sosial, sedangkan media cetak hanya digunakan oleh 27 persen responden dari total 962 responden survei (Populix, 2024). Selain itu, lebih dari 58 persen responden dari 38 provinsi mengaku sering menggunakan media sosial, bahkan sekitar seperempat responden menyatakan hampir setiap saat mengaksesnya (Litbang Kompas, 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki posisi yang semakin penting dalam penyebaran informasi politik sehingga berpotensi memengaruhi pembentukan persepsi masyarakat terhadap figur politik.

Fenomena ini tergambar dalam strategi komunikasi politik menjelang Pemilu 2024. Salah satu contoh yang banyak memperoleh perhatian publik adalah strategi komunikasi digital Prabowo Subianto melalui konten *gemoy* yang tersebar luas di berbagai platform media sosial, khususnya TikTok dan Instagram. Konten tersebut menampilkan pendekatan komunikasi yang lebih dekat dengan kalangan muda melalui penyajian citra yang lebih humanis dan komunikatif. Selain itu, Ganjar Pranowo dan Anies Baswedan juga memanfaatkan media sosial untuk membangun interaksi politik dengan masyarakat melalui berbagai bentuk konten digital yang

bersifat partisipatif. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga berkembang menjadi ruang komunikasi politik yang berpotensi memengaruhi pembentukan persepsi masyarakat terhadap figur politik (Setiawan & Haryanto, 2024; Firmansyah dkk., 2023).

Komunikasi politik yang dilakukan melalui media sosial memungkinkan pesan dari elit politik menjangkau masyarakat secara cepat dan luas. Karakteristik media sosial juga memungkinkan munculnya beragam tanggapan dan penafsiran terhadap informasi yang diterima oleh pengguna. Selain itu, penyebaran informasi yang berlangsung secara cepat dapat memperluas jangkauan suatu pernyataan publik, termasuk pernyataan yang disampaikan oleh figur politik (Nasrullah, 2022; Al Fatih, Putera, & Umar, 2024 : 201-218). Di sisi lain, tingkat literasi digital masyarakat turut memengaruhi bagaimana informasi dipahami dan direspons. Survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC), Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta SiBerkreasi menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang pernah terpapar informasi hoaks saat mengakses internet (KIC, Kominfo, & SiBerkreasi, 2020). Dalam perspektif komunikasi, respons masyarakat terhadap suatu pesan tidak muncul secara langsung, melainkan melalui proses penerimaan pesan yang mencakup perhatian, pemahaman, dan penerimaan sebelum akhirnya membentuk sikap atau respons tertentu (Hovland, Janis, & Kelley, 1953). Oleh karena itu, cara masyarakat memahami dan menafsirkan pernyataan seorang figur politik dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pembentukan citra politik di mata publik (Effendy, 2003 : 254-255).

Sejumlah kasus komunikasi publik pada tahun 2025 juga menunjukkan dinamika respons masyarakat terhadap pernyataan elit politik di ruang digital, seperti pernyataan Nafa Urbach terkait tunjangan rumah anggota DPR yang memunculkan berbagai tanggapan publik, serta pernyataan Kepala Kantor Komunikasi Presiden Hasan Nasbi terkait teror kepala babi yang dikirim ke kantor redaksi Tempo dan memperoleh perhatian masyarakat di berbagai media maupun platform digital (Tempo, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyampaian pesan di ruang publik oleh figur politik dapat memperoleh respons yang beragam, terutama ketika berkaitan dengan diksi yang dinilai tidak sensitif terhadap perasaan masyarakat. Dalam konteks komunikasi politik, kemampuan untuk memahami situasi sosial dan karakteristik audiens menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam penyampaian pesan kepada publik (Kompas.id, 2025).

Kondisi serupa juga terlihat dalam komunikasi politik Ahmad Sahroni sebagai anggota DPR RI yang menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi III sekaligus Bendahara Umum Partai NasDem. Ahmad Sahroni dikenal sebagai figur yang memiliki gaya komunikasi terbuka dan lugas sehingga cukup sering memperoleh perhatian dalam berbagai pemberitaan politik (Tempo, 2025). Salah satu contohnya terlihat dalam konferensi pers di NasDem Tower pada 14 Oktober 2023 saat Ahmad Sahroni menanggapi pernyataan Wakil Ketua KPK terkait dugaan aliran dana korupsi Syahrul Yasin Limpo (SYL) ke Partai NasDem. Respons yang disampaikan secara terbuka tersebut menunjukkan gaya komunikasi yang dipahami sebagai *political directness*, yaitu penyampaian pesan secara langsung dalam komunikasi

politik (Kompas.com, 14 Oktober 2023). Aktivitas Ahmad Sahroni di media sosial juga menjadikannya salah satu figur yang cukup sering muncul dalam pemberitaan nasional terkait berbagai isu politik, sehingga setiap pernyataan yang ia sampaikan berpotensi memperoleh perhatian publik yang luas.

Fenomena komunikasi politik Ahmad Sahroni kembali memperoleh perhatian publik secara signifikan pada 22 Agustus 2025. Dalam kunjungan kerja di Markas Polda Sumatera Utara, Ahmad Sahroni merespons wacana pembubaran DPR yang ramai diperbincangkan masyarakat dengan menyatakan: *"Mental manusia yang begitu adalah mental manusia tertolol sedunia. Catat nih, orang yang cuma mental bilang bubarin DPR, itu adalah orang tolol sedunia."* Pernyataan tersebut kemudian tersebar luas di berbagai media dan platform digital, menjadikan nama Ahmad Sahroni sebagai salah satu topik yang banyak diperbincangkan di platform X (Kompas.com, 2025). Perkembangan isu tersebut kemudian diikuti oleh sejumlah respons dari berbagai pihak, termasuk langkah internal Partai NasDem serta proses penanganan melalui mekanisme kelembagaan yang berlangsung pada periode berikutnya (Kompas.id, 2025; Tempo, 2025). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pernyataan kontroversial yang disampaikan oleh seorang anggota DPR RI di ruang publik dapat berkembang menjadi diskursus yang memperoleh perhatian luas dan berpotensi berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap citra politiknya.

**Tabel 1.1 Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) Tahun 2025**

| No | Provinsi             | Skor IMDI 2025 |
|----|----------------------|----------------|
| 1  | DKI Jakarta          | 56,97          |
| 2  | Kep. Bangka Belitung | 52,15          |
| 3  | Jawa Barat           | 52,05          |

*Sumber: Kementerian Komunikasi dan Digital RI, Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI, 2025).*

Konteks Jakarta Utara menjadi salah satu pertimbangan penting dalam penelitian ini. Data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa DKI Jakarta menempati peringkat tertinggi secara nasional dalam Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) tahun 2025 dengan skor 56,97, lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional sebesar 44,53 berdasarkan survei pada Juli–Agustus 2025 yang melibatkan lebih dari 18.000 responden individu dan 11.000 responden industri dari seluruh provinsi di Indonesia (Komdigi, 2025). Tingginya tingkat pemanfaatan teknologi digital di DKI Jakarta menunjukkan bahwa proses penyebaran informasi berlangsung secara cepat dan memungkinkan munculnya berbagai respons masyarakat terhadap informasi yang diterima, termasuk pernyataan kontroversial dari figur politik. Dalam kondisi tersebut, media digital berpotensi berperan dalam pembentukan persepsi masyarakat terhadap citra seorang politisi (Latuperissa, 2022 : 145-162; Diantami, 2023 : 33-50).

Selain itu, berdasarkan Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka 2026, Jakarta Utara memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.882.042 jiwa dengan karakteristik masyarakat yang beragam dari sisi sosial, ekonomi, dan etnis (BPS DKI Jakarta, 2025). Jakarta Utara juga memiliki keterkaitan langsung dengan Ahmad Sahroni karena merupakan bagian dari Daerah Pemilihan (Dapil) DKI Jakarta III yang mencakup Jakarta Utara, Jakarta Barat, dan Kepulauan Seribu, wilayah tempat Ahmad Sahroni terpilih sebagai anggota DPR RI pada beberapa periode pemilihan.

Lebih dari itu, Ahmad Sahroni lahir dan tumbuh di kawasan Tanjung Priok, Jakarta Utara, sehingga masyarakat di wilayah ini memiliki kedekatan sosial dan politik yang lebih langsung dengan figur tersebut (KPU, 2024; NasDem Jakarta, 2024). Kondisi tersebut menjadikan Jakarta Utara sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji dampak pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni terhadap citranya sebagai anggota DPR RI.

Berdasarkan uraian sebelumnya, pernyataan publik yang disampaikan oleh seorang anggota DPR RI dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap dirinya sebagai figur politik. Dalam era media digital, setiap pernyataan yang disampaikan di ruang publik dapat tersebar dengan cepat dan memperoleh beragam tanggapan dari masyarakat. Kondisi ini menjadikan komunikasi publik sebagai salah satu aspek penting dalam pembentukan citra politik. Di sisi lain, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh pernyataan kontroversial terhadap citra politik seorang anggota legislatif masih relatif terbatas, terutama dalam konteks daerah pemilihan tertentu. Oleh karena itu, pernyataan Ahmad Sahroni yang memuat frasa "*mental orang tolol sedunia*" pada Agustus 2025 menjadi menarik untuk diteliti. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2026 untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Jakarta Utara terhadap citra politik Ahmad Sahroni setelah munculnya pernyataan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pernyataan kontroversial "*mental orang tolol sedunia*" terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

## 1.2 Rumusan Masalah

Citra politik merupakan salah satu aspek penting bagi seorang figur politik karena berkaitan dengan persepsi masyarakat yang terbentuk melalui berbagai proses komunikasi politik. Dalam sistem demokrasi, citra politik seorang anggota legislatif tidak hanya berkaitan dengan dukungan elektoral, tetapi juga berhubungan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap figur tersebut sebagai wakil rakyat dalam jangka panjang (Nimmo, 2000 :46; McNair, 2005: 4-5). Citra tersebut dapat terbentuk melalui berbagai faktor, seperti perilaku, pernyataan, maupun tindakan yang direpresentasikan oleh figur politik di ruang publik, sehingga komunikasi publik yang dilakukan oleh seorang anggota DPR RI menjadi salah satu unsur yang berpotensi memengaruhi cara masyarakat memandang dan menilainya (Nimmo, 2000 : 46). Dalam teori persepsi publik, masyarakat tidak hanya merespons isi pesan yang disampaikan, tetapi juga menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman, konteks sosial, serta karakteristik figur yang menyampaikannya (Littlejohn & Foss, 2009; Bruner, 1957 : 123–152; Allport, 1954). Selain itu, model *Two-Step Flow* menjelaskan bahwa penyebaran dan pembentukan opini publik dapat dipengaruhi oleh peran *opinion leader*, termasuk elit politik, dalam proses komunikasi kepada masyarakat (Katz & Lazarsfeld, 1955; Muchtar et al., 2016 : 136-152). Dalam kerangka Teori S-O-R, respons masyarakat terhadap suatu pernyataan tidak terjadi secara otomatis, melainkan melalui proses internal yang melibatkan perhatian, pengertian, dan penerimaan pada diri komunikan sebelum akhirnya membentuk sikap dan penilaian tertentu terhadap sumber pesan (Hovland, Janis & Kelley, 1953; Effendy, 2003 : 254-255).

Kajian empiris mengenai citra politik figur publik di Indonesia menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap seorang politisi dapat mengalami perubahan seiring dengan perkembangan situasi politik dan dinamika yang terjadi di ruang publik. Fenomena komunikasi elit politik yang memperoleh perhatian publik terlihat dalam berbagai dinamika politik di Indonesia sepanjang tahun 2025. Terdapat sejumlah pernyataan pejabat negara dan elit politik yang memunculkan beragam respons masyarakat. Salah satu kasus yang disoroti berkaitan dengan pernyataan Kepala Kantor Kepresidenan Hasan Nasbi dalam merespons teror terhadap jurnalis, yang kemudian memunculkan berbagai tanggapan di ruang publik. Selain itu, sejumlah pernyataan dari elit politik lain, seperti Fadli Zon, Noel Ebenezer, Annisa Mahesa, dan Ahmad Dhani, juga memperoleh perhatian masyarakat melalui media massa maupun media digital. Berbagai peristiwa tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh elit politik dapat berkembang menjadi diskursus publik dan berpotensi berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap figur maupun institusi yang diwakilinya (Agustin, Trijayanto, & Syayekti, 2025 : 45-62).

Salah satu figur politik yang cukup sering memperoleh perhatian publik melalui aktivitas komunikasinya adalah Ahmad Sahroni yang menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi III DPR RI sekaligus Bendahara Umum Partai NasDem. Ahmad Sahroni dikenal memiliki gaya komunikasi yang terbuka dan lugas dalam menyampaikan pandangannya di ruang publik (Tempo, 2025). Pola komunikasi tersebut terlihat dalam beberapa peristiwa pada periode sebelumnya. Pada Agustus 2024, Ahmad Sahroni menjadi perhatian publik setelah menyampaikan pertanyaan

mengenai mekanisme Operasi Tangkap Tangan (OTT) dalam rapat dengar pendapat bersama KPK, yang kemudian memunculkan berbagai tanggapan dari sejumlah pihak (Liputan6.com, 2025). Selain itu, pada November 2024, pernyataan Ahmad Sahroni terkait insiden yang melibatkan anggota TNI dan masyarakat di Deli Serdang, Sumatera Utara, juga memperoleh berbagai respons dari publik dan sejumlah pihak yang memberikan pandangan terhadap pernyataan tersebut (Detik.com, 2024). Beberapa peristiwa tersebut menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi Ahmad Sahroni di ruang publik kerap menjadi perhatian dan memperoleh berbagai respons masyarakat.

Perkembangan komunikasi politik Ahmad Sahroni kembali memperoleh perhatian publik secara signifikan pada tahun 2025. Pada 22 Agustus 2025, dalam kunjungan kerja di Polda Sumatera Utara, Ahmad Sahroni merespons wacana pembubaran DPR yang ramai diperbincangkan masyarakat melalui pernyataan kontroversial, *"Mental manusia yang begitu adalah mental orang tertolol sedunia. Catat nih, orang yang cuma bilang bubarin DPR itu adalah orang tolol sedunia"* (Kompas.com, 2025). Pernyataan tersebut segera viral setelah potongan video tersebar di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X, sehingga memunculkan berbagai tanggapan dari masyarakat luas. Pada hari yang sama, Ahmad Sahroni juga mengunggah narasi di akun Instagram pribadinya @ahmadsahroni88 dengan tulisan *"Makin banyak orang tolol yang bangga akan ketololannya"*, yang turut memperoleh perhatian dan memicu kritik dari netizen di ruang digital (Tempo, 2025). Kronologi perkembangan peristiwa tersebut secara lebih rinci disajikan pada Tabel 1.2 berikut.

**Tabel 1.2 Kronologi Peristiwa Kontroversial Ahmad Sahroni (2025)**

| No | Tanggal       | Peristiwa                               | Keterangan                                                                                                                                                                                                                                                            | Sumber                            |
|----|---------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 1  | 22/08/2025    | Pernyataan kontroversial di Polda Sumut | Ahmad Sahroni dalam kunjungan kerja di Polda Sumatera Utara merespons wacana pembubaran DPR dengan pernyataan: <i>"Mental manusia yang begitu adalah mental orang tertolol sedunia. Catat nih, orang yang cuma bilang bubarin DPR itu adalah orang tolol sedunia"</i> | Kompas.com, 2025                  |
| 2  | 22/08/2025    | Video pernyataan viral di media digital | Potongan video tersebar di YouTube, Instagram, TikTok, dan platform X sehingga memunculkan berbagai tanggapan masyarakat                                                                                                                                              | Kompas.com, 2025                  |
| 3  | 22/08/2025    | Unggahan Instagram                      | Ahmad Sahroni mengunggah narasi di akun Instagram pribadinya @ahmadsahroni88: <i>"Makin banyak orang tolol yang bangga akan ketololannya"</i>                                                                                                                         | Tempo, 2025                       |
| 4  | 23-28/08/2025 | Gelombang kritik publik di media sosial | Kolom komentar Instagram dan platform X dibanjiri kritik dari netizen; nama Ahmad Sahroni menjadi topik yang banyak diperbincangkan                                                                                                                                   | MerahPutih.com, 2025              |
| 5  | 26/08/2025    | Klarifikasi Sahroni                     | Ahmad Sahroni memberikan klarifikasi bahwa istilah "tolol" bukan ditujukan kepada masyarakat, melainkan pada logika berpikir yang menganggap DPR bisa dibubarkan begitu saja                                                                                          | Kompas.com, 2025; Suara.com, 2025 |

|   |            |                          |                                                                                                                                                                                                |                  |
|---|------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 6 | 29/08/2025 | Mutasi jabatan internal  | Ahmad Sahroni dirotasi dari Wakil Ketua Komisi III ke Komisi I DPR RI                                                                                                                          | Kompas.com, 2025 |
| 7 | 30/08/2025 | Penjarahan rumah Sahroni | Massa mendatangi dan menjarah rumah Ahmad Sahroni di Jalan Swasembada Timur XXII, Kebon Bawang, Tanjung Priok, Jakarta Utara, sebagai dampak kemarahan publik atas pernyataan kontroversialnya | Kompas.com, 2025 |
| 8 | 01/09/2025 | Penonaktifan oleh NasDem | Partai NasDem menonaktifkan Ahmad Sahroni dari posisi Bendahara Umum Partai                                                                                                                    | Tempo, 2025      |
| 9 | 05/11/2025 | Sanksi MKD               | Mahkamah Kehormatan Dewan (MKD) memberikan sanksi penonaktifan selama enam bulan dari DPR karena pelanggaran kode etik                                                                         | Kompas.id, 2025  |

*Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026.*

Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat bahwa peristiwa yang bermula dari pernyataan kontroversial pada 22 Agustus 2025 berkembang menjadi rangkaian kejadian yang berlangsung selama beberapa bulan. Ahmad Sahroni menyampaikan klarifikasi pada 26 Agustus 2025 dengan menegaskan bahwa pernyataan tersebut tidak ditujukan kepada masyarakat secara umum, melainkan kepada logika berpikir yang menganggap DPR bisa dibubarkan begitu saja (Kompas.com, 2025; Suara.com, 2025). Meski demikian, klarifikasi tersebut tidak sepenuhnya meredakan respons publik. Pada 30 Agustus 2025, rumah Ahmad Sahroni di Tanjung Priok, Jakarta Utara dijarah oleh massa yang geram atas pernyataan kontroversialnya (Kompas.com, 2025). Perkembangan isu tersebut kemudian diikuti oleh langkah internal Partai NasDem berupa penonaktifan Ahmad Sahroni mulai 1 September

2025, serta sanksi penonaktifan selama enam bulan dari Mahkamah Kehormatan Dewan (MKD) pada 5 November 2025 terkait pelanggaran kode etik dewan (Kompas.id, 2025; Tempo, 2025). Rangkaian peristiwa tersebut menunjukkan bahwa pernyataan kontroversial yang disampaikan oleh seorang anggota DPR RI dapat berkembang menjadi diskursus publik yang luas dan berpotensi berdampak pada persepsi masyarakat terhadap citra politiknya.

Secara teoretis, fenomena tersebut dapat dipahami melalui konsep pembentukan citra politik yang menjelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap seorang figur politik dapat dipengaruhi oleh informasi yang diterima melalui berbagai saluran komunikasi. Informasi yang diterima publik, baik melalui pernyataan langsung maupun pemberitaan media massa, dapat diproses menjadi kesan dan penilaian tertentu terhadap figur politik yang bersangkutan (Nimmo, 2000; Muchtar et al., 2016). Selain itu, media massa juga memiliki peran dalam proses penyampaian informasi melalui mekanisme *framing*, yaitu proses penyeleksian dan penonjolan aspek tertentu dari suatu peristiwa yang dapat memengaruhi cara masyarakat memahami suatu realitas (Agustin, Trijayanto, & Syayekti, 2025). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *framing* media dapat memengaruhi cara masyarakat menafsirkan peristiwa atau pernyataan yang disampaikan oleh elit politik (Agustin, Trijayanto, & Syayekti, 2025). Dalam konteks penelitian ini, pemberitaan media dan konten digital terkait pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni dipandang relevan untuk dikaji karena berpotensi berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap citra politiknya sebagai anggota DPR RI, meskipun hubungan tersebut masih memerlukan pengujian secara empiris.

Situasi tersebut menjadi relevan untuk dikaji dalam konteks Jakarta Utara yang memiliki tingkat pemanfaatan teknologi digital yang relatif tinggi. Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) tahun 2025 menempatkan DKI Jakarta pada peringkat tertinggi secara nasional, yang menunjukkan tingginya tingkat penggunaan dan akses masyarakat terhadap teknologi digital (Komdigi, 2025). Selain itu, Jakarta Utara memiliki relevansi khusus dalam penelitian ini karena termasuk dalam daerah pemilihan (dapil) Ahmad Sahroni. Kedekatan antara figur politik dengan wilayah representasinya memungkinkan masyarakat di wilayah tersebut memiliki tingkat keterpaparan yang lebih besar terhadap aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh figur tersebut. Dalam kondisi demikian, pernyataan kontroversial yang dilakukan Ahmad Sahroni menjadi konteks yang relevan untuk dikaji dalam kaitannya dengan persepsi masyarakat terhadap citra politiknya sebagai anggota DPR RI.

Penelitian ini membatasi objek penelitian pada Generasi Z di Jakarta Utara. Generasi Z merupakan kelompok generasi yang hadir setelah Generasi Milenial dan tumbuh dalam era ketika teknologi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Generasi ini mencakup mereka yang lahir pada rentang tahun 1995–2009, yang pada tahun 2026 berusia 17–31 tahun (McCrindle, 2014). Sementara itu, Badan Pusat Statistik melalui Sensus Penduduk 2020 menetapkan bahwa Generasi Z di Indonesia adalah mereka yang lahir pada tahun 1997–2012, yang pada tahun 2026 berusia 14–29 tahun (BPS, 2020). Perbedaan rentang tahun antara kedua definisi tersebut menunjukkan bahwa batasan generasi dapat bervariasi bergantung pada perspektif dan konteks yang digunakan, namun

keduanya sepakat bahwa Generasi Z adalah kelompok yang tumbuh besar di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat.

Pemilihan Generasi Z sebagai objek penelitian bukan tanpa dasar, melainkan dilandasi oleh karakteristik khas yang secara teoritis melekat pada generasi ini. Prensky memperkenalkan konsep *digital natives* untuk menggambarkan generasi yang sejak lahir telah tumbuh dan berkembang pada masa ketika media digital sudah dimanfaatkan secara luas sebagai alat komunikasi sehari-hari (Prensky, 2001). Karena tumbuh besar di tengah ekosistem digital, mereka menjadi "penutur asli" (*native speakers*) bahasa digital yakni komputer, internet, dan media sosial sehingga secara alamiah memahami dan menguasai penggunaan media digital jauh lebih baik dibandingkan generasi sebelumnya yang harus beradaptasi terlebih dahulu (Prensky, 2001). Karakteristik inilah yang menjadikan Generasi Z sangat relevan dalam konteks penelitian ini, karena pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni tersebar dan dikonsumsi secara masif justru melalui platform media digital dan media sosial, ruang yang paling dikuasai dan paling aktif digunakan oleh Generasi Z dalam mengakses maupun merespons informasi politik.

Data BPS Jakarta Utara (2026) mencatat bahwa jumlah Generasi Z di Jakarta Utara pada rentang usia 14–29 tahun mencapai 410.970 jiwa. Objek penelitian kemudian dibatasi pada Generasi Z berusia 20–29 tahun pada tahun 2026, yaitu mereka yang lahir pada rentang tahun 1997–2006, dengan jumlah sebanyak 272.940 jiwa (BPS Jakarta Utara, 2026). Pembatasan usia ini didasarkan pada dua pertimbangan. Pertama, kelompok usia tersebut termasuk dalam kategori Generasi Z menurut McCrindle (2014) maupun BPS (2020). Kedua, pada Pemilu Legislatif

2024 kelompok usia ini telah memenuhi syarat usia minimal untuk menggunakan hak pilihnya karena pada tahun 2024 mereka berusia 18–27 tahun, sehingga memiliki pengalaman langsung sebagai pemilih yang dapat mengaitkan penilaian mereka terhadap citra Ahmad Sahroni dengan keputusan politik yang pernah mereka ambil.

Berdasarkan uraian tersebut, pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni menjadi menarik untuk dikaji karena disampaikan oleh seorang anggota DPR RI dalam kapasitas publiknya, tersebar luas melalui media digital di tengah masyarakat dengan tingkat pemanfaatan teknologi digital yang tinggi, dan berpotensi berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap citra politiknya sebagai wakil rakyat. Penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh sebuah pernyataan kontroversial tunggal seorang anggota legislatif terhadap citra politiknya di tingkat daerah pemilihan, khususnya di Jakarta Utara, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh pernyataan kontroversial "mental orang tolol sedunia" terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka pertanyaan penelitian dalam studi ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik dirinya sebagai Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026?

2. Bagaimana citra politik Ahmad Sahroni sebagai Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026 pasca penyampaian pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*"?

#### 1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian, yang kebenarannya masih harus dibuktikan melalui data empiris yang diperoleh (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, hipotesis dibagi menjadi dua jenis, yaitu H0 (hipotesis nol) dan H1 (hipotesis alternatif). Hipotesis nol (H0) berisi pernyataan mengenai ukuran populasi yang menentukan distribusi sampel, sedangkan hipotesis alternatif (H1) diterima apabila H0 ditolak. Dengan demikian, H0 dan H1 memiliki fungsi yang berbeda, di mana H1 akan diterima apabila data empiris tidak mendukung H0 (Sugiyono, 2017). Berikut rumusan hipotesis penelitian ini:

1. H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*" sebagai bentuk komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik Ahmad Sahroni di Jakarta Utara tahun 2026.
2. H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*" sebagai bentuk komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik Ahmad Sahroni di Jakarta Utara tahun 2026.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Akademik**

Adapun tujuan akademik dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Indonesia Sahroni sebagai Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Indonesia Utara tahun 2026.
2. Mengidentifikasi tingkat citra politik Indonesia Sahroni di kalangan masyarakat Indonesia Utara tahun 2026.

### **1.5.2 Tujuan Praktis**

Adapun tujuan praktis dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Politik (S.Ipol) pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.
2. Memberikan gambaran mengenai pengaruh pernyataan kontroversial terhadap citra politik Indonesia Sahroni sebagai Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
3. Menjadi bahan referensi bagi masyarakat, akademisi, dan praktisi politik dalam memahami pembentukan citra politik tokoh politik di era digital.

## **1.6 Signifikan Penelitian**

### **1.6.1 Signifikan Akademik**

Penelitian mengenai komunikasi politik dan pembentukan citra politik tokoh bukanlah hal yang baru dalam kajian ilmu politik dan komunikasi politik. Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas peran komunikasi politik dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap figur politik. Namun, penelitian tersebut umumnya membahas komunikasi politik secara umum dan belum secara khusus mengkaji pengaruh pernyataan kontroversial terhadap citra politik seorang tokoh.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki signifikansi akademik dalam memperkaya kajian komunikasi politik, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh pernyataan kontroversial terhadap citra politik seorang anggota legislatif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas hubungan antara komunikasi politik dan pembentukan citra politik tokoh di era digital.

### **1.6.2 Signifikan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi tokoh politik dan para pemangku kepentingan dalam memahami pentingnya komunikasi politik di ruang publik. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam membangun dan menjaga citra politik di tengah perkembangan media digital.

Bagi masyarakat dan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh pernyataan politik terhadap pembentukan citra

seorang tokoh politik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memahami dinamika komunikasi politik di era digital yang berkembang dengan sangat cepat.

### **1.7 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka dalam penelitian ini disusun untuk menempatkan penelitian pada konteks keilmuan yang telah ada, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi politik dan pembentukan citra politik tokoh di ruang publik. Penelusuran terhadap penelitian terdahulu dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai konsep, pendekatan, serta temuan-temuan yang relevan dengan fokus penelitian. Selain itu, kajian pustaka juga bertujuan untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta celah penelitian (*research gap*) yang masih dapat dikembangkan dalam penelitian ini. Adapun ringkasan penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian disajikan pada Tabel 1.3 berikut.

**Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu**

| No | Penelitian dan Judul Penelitian                                                                                                                                   | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Amalia Azmi Sitorus & Hermin Kusumajati (2025) <i>“Dinamika Blunder Komunikasi Politik dan Upaya Pemulihan Legitimasi: Analisis Citra DPR RI di Ruang Publik”</i> | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis/CDA). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak blunder komunikasi politik terhadap citra dan legitimasi DPR RI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa blunder komunikasi politik DPR RI memperkuat persepsi negatif publik dan secara berkelanjutan mengikis legitimasi lembaga. Media sosial berperan sebagai katalis krisis yang mempercepat penyebaran isu dan memperluas dampaknya ke tingkat nasional. Upaya pemulihan legitimasi melalui klarifikasi dan pemanfaatan media digital dinilai masih bersifat simbolik dan tidak diiringi tindakan korektif yang nyata, sehingga efektivitasnya rendah. Oleh karena itu, DPR RI perlu membangun strategi komunikasi politik yang berbasis etika, transparansi, dan partisipasi publik. |
| 2  | Mei Sekar Arum & Suryanto (2025) <i>“Analisis Wacana Kritis pada Ucapan ‘Orang Tolol Sedunia’ Ahmad Sahroni dalam Dinamika Demonstrasi Publik”</i>                | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka Critical Discourse Analysis (CDA) model Fairclough. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna dan dampak wacana dari pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni dalam dinamika demonstrasi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa provokatif dalam pernyataan “orang tolol sedunia” tidak hanya merepresentasikan posisi ideologis elit, tetapi juga membentuk wacana media dan memengaruhi interpretasi publik. Pernyataan tersebut mampu mendorong mobilisasi sosial secara nyata, seperti munculnya demonstrasi dan kerusuhan, serta memicu delegitimasi politik baik secara personal maupun institusional. Selain itu, pernyataan tersebut turut memperkuat ketegangan sosial di ruang publik.                                                                      |
| 3  | Muhammad Mirza Rangkuti (2025) <i>“Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Incumbent H Ahmad Sahroni”</i>                                                           | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi pustaka dan analisis konten media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran politik Ahmad Sahroni dalam                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|   |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                 | membangun citra politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ahmad Sahroni memanfaatkan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, sebagai sarana utama komunikasi politik. Strategi yang digunakan meliputi penyampaian pesan yang informatif, penggunaan konten yang menarik dan mudah dipahami, serta interaksi langsung dengan masyarakat. Melalui strategi tersebut, Ahmad Sahroni mampu membentuk citra sebagai figur politik yang dekat dengan masyarakat, responsif, dan aktif dalam menyampaikan informasi publik, sehingga meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap dirinya.                                                    |
| 4 | M. Abdi Satya Aguscik & Rezi Erdiansyah (2024) <i>“Efektivitas Komunikasi dan Kredibilitas Legislator sebagai Faktor Penentu Kepercayaan Publik Generasi Z”</i> | Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan analisis statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas komunikasi dan kredibilitas legislator terhadap kepercayaan publik, khususnya pada Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi yang baik dan tingkat kredibilitas yang tinggi dari seorang legislator memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan publik. Generasi Z sebagai kelompok digital native cenderung menilai figur politik berdasarkan cara berkomunikasi, konsistensi pesan, serta integritas yang ditampilkan di ruang publik.                           |
| 5 | Fajar Nur Iman dkk. (2026) <i>“Analisis Pelanggaran Etika Komunikasi Pejabat Publik dalam Media Sosial (Studi Kasus: Video Kontroversial Wahyudin Moridu)”</i>  | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelanggaran etika komunikasi pejabat publik dalam media sosial serta dampaknya terhadap persepsi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggaran etika komunikasi yang diwujudkan melalui pernyataan atau konten kontroversial di media sosial dapat memicu reaksi negatif dari masyarakat, menurunkan citra pejabat publik, serta memengaruhi tingkat kepercayaan publik. Selain itu, media sosial berperan sebagai media percepatan penyebaran informasi yang memperkuat dampak dari pernyataan kontroversial tersebut terhadap opini publik. |

Sumber: Diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap lima penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, terdapat sejumlah persamaan mendasar antara penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini. Secara umum, seluruh penelitian sama-sama mengkaji komunikasi politik dan kaitannya dengan pembentukan persepsi atau citra publik terhadap aktor politik di ruang publik. Penelitian oleh Sitorus dan Kusumajati (2025) menyoroti dampak blunder komunikasi politik terhadap citra dan legitimasi DPR RI. Sementara itu, penelitian Arum dan Suryanto (2025) secara khusus mengkaji pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni melalui perspektif analisis wacana kritis. Penelitian Rangkuti (2025) membahas strategi komunikasi politik Ahmad Sahroni dalam membangun citra, sedangkan Aguscik dan Erdiansyah (2024) menekankan pentingnya efektivitas komunikasi dan kredibilitas legislator dalam membentuk kepercayaan publik, khususnya pada Generasi Z. Selain itu, penelitian Iman dkk. (2026) menunjukkan bahwa pelanggaran etika komunikasi yang dilakukan oleh pejabat publik dapat berdampak pada penurunan citra serta kepercayaan masyarakat. Keseluruhan temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik, baik dalam bentuk pernyataan, strategi komunikasi, maupun etika komunikasi, memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi dan citra aktor politik di mata publik.

Namun demikian, terdapat beberapa perbedaan mendasar antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif, seperti analisis deskriptif, analisis wacana kritis, dan studi kasus, untuk memahami fenomena komunikasi politik secara mendalam. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif

dengan metode survei untuk mengukur secara empiris pengaruh pernyataan kontroversial terhadap citra politik. Selain perbedaan metode, penelitian terdahulu umumnya membahas komunikasi politik secara lebih luas, baik dari sisi strategi, etika, maupun makna wacana, tanpa secara spesifik menguji pengaruh satu pernyataan kontroversial terhadap citra politik individu. Penelitian Arum dan Suryanto (2025) memang mengangkat kasus pernyataan “orang tolol sedunia”, tetapi lebih menitikberatkan pada analisis bahasa dan makna wacana, bukan pada pengaruhnya terhadap citra politik melalui persepsi masyarakat. Di sisi lain, penelitian ini menggunakan pendekatan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) untuk menjelaskan hubungan antara pernyataan kontroversial sebagai stimulus dengan citra politik sebagai respons. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang lebih spesifik, yaitu menganalisis pengaruh satu pernyataan kontroversial secara terukur, serta penggunaan pendekatan kuantitatif untuk mengkaji persepsi masyarakat Generasi Z di Jakarta Utara, sehingga mampu memberikan kontribusi empiris yang lebih konkret dalam kajian komunikasi politik di era media digital.

## **1.8 Landasan Teoritik dan Konsep**

### **1.8.1 Konsep Komunikasi Politik**

Komunikasi politik merupakan bidang kajian yang terbentuk dari perpaduan dua disiplin ilmu, yaitu ilmu komunikasi dan ilmu politik. Meski demikian, komunikasi politik tidak sekadar gabungan sederhana dari dua definisi tersebut, melainkan memiliki konsep tersendiri yang bersifat integratif. Kedua disiplin ini

bertemu karena memiliki kesamaan objek material, yakni manusia, dan sifat interdisipliner yang dimiliki masing-masing membuka ruang bagi pengembangan kajian yang lebih kontekstual (Syam, 2002: 18). Komunikasi politik juga merupakan proses di mana informasi yang relevan secara politik mengalir dari satu bagian sistem politik ke bagian lainnya, sekaligus di antara sistem sosial dan sistem politik itu sendiri (Rush & Althoff, 1997: 24). Sejalan dengan itu, komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai seluruh pertukaran simbol maupun pesan yang secara signifikan dibentuk oleh atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik (Meadow, 1980). Selain itu, komunikasi politik merupakan salah satu fungsi yang senantiasa hadir dalam setiap sistem politik, mencakup proses pembentukan aturan, aplikasi aturan, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, sosialisasi politik, hingga rekrutmen, yang kesemuanya berlangsung melalui mekanisme komunikasi (Almond, 1960, dalam Heryanto & Rumaru, 2013: 5).

Batasan yang lebih operasional mengenai komunikasi politik mencakup tiga hal utama, yaitu: seluruh bentuk komunikasi yang digunakan oleh politikus dan aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan; komunikasi yang berasal dari aktor non-politikus seperti pemilih dan kolumnis; serta komunikasi yang membahas para aktor politik beserta aktivitasnya sebagaimana terwujud dalam pemberitaan, editorial, dan berbagai format media politik lainnya (McNair, 2005: 4–5). Di sisi lain, komunikasi politik juga dipandang sebagai salah satu fungsi partai politik dalam menyalurkan dan mengelola beragam aspirasi masyarakat melalui proses agregasi dan artikulasi kepentingan yang kemudian diperjuangkan menjadi kebijakan politik (Budiardjo, 1982). Aktivitas ini juga menjadi perwujudan

komunikasi yang diarahkan untuk memperoleh pengaruh sedemikian rupa sehingga persoalan yang dibahas dapat mengikat seluruh warga melalui sanksi yang disepakati bersama (Susanto, 1985: 2). Komunikasi politik merupakan suatu proses, prosedur, dan kegiatan membentuk sikap serta perilaku politik yang terintegrasi dalam sistem politik, yang pesannya disampaikan oleh komunikator politik, berbobot politik menyangkut kekuasaan dan negara, serta terintegrasi dalam sistem politik (Sumarno, 1993: 3).

Suatu aktivitas komunikasi dapat dikategorikan sebagai komunikasi politik berdasarkan konsekuensinya, baik aktual maupun potensial, dalam mengatur perilaku manusia di bawah kondisi konflik (Nimmo, 1978: 7). Cakupan unsur-unsur dalam komunikasi politik meliputi komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek. Berikut penjelasan masing-masing unsur beserta kaitannya dengan komunikasi politik Ahmad Sahroni.

#### 1. Komunikator Politik

Komunikator politik pada dasarnya adalah setiap individu yang berkomunikasi mengenai hal-hal yang bersifat politis, di mana komunikator utamanya adalah para pemimpin atau pejabat pemerintah yang secara aktif memproduksi pesan-pesan politik. Opini publik seluruhnya dibangun di sekitar komunikator politik karena para pemimpin berhasil membuat gagasan yang awalnya ditolak, kemudian dipertimbangkan, dan akhirnya diterima oleh publik (Popper, dalam Nimmo, 2005: 34). Doob (dalam Nimmo, 2005) mengklasifikasikan komunikator politik ke dalam tiga kategori, yaitu: pertama, politikus, yang dibedakan oleh Katz (dalam Nimmo, 2009) menjadi

politikus ideolog yang memperjuangkan kepentingan publik secara luas, dan politikus partisan yang lebih berorientasi pada kepentingan pribadi atau kelompoknya; kedua, komunikator profesional seperti jurnalis dan promotor yang menghubungkan golongan elit dengan khalayak umum (Carey, dalam Nimmo, 2009) dan ketiga, aktivis atau komunikator paruh waktu yang mencakup juru bicara (*spokesman*), pemuka pendapat (*opinion leader*), dan pengamat. Dalam konteks penelitian ini, Ahmad Sahroni berposisi sebagai komunikator politik dalam kategori politikus karena memegang jabatan sebagai anggota DPR RI dari daerah pemilihan Jakarta Utara, yang secara aktif memproduksi pesan-pesan politik kepada konstituennya, termasuk pernyataan kontroversial yang menjadi fokus penelitian ini.

## 2. Pesan Komunikasi Politik

Pesan merupakan substansi yang dihasilkan oleh para peserta komunikasi politik dalam berbagai bentuk serta menghasilkan berbagai makna, struktur, dan akibat. Keragaman pesan ini ditelaah melalui pendekatan semiotika dari tiga perspektif, yaitu semantik, sintaksis, dan pragmatika (Morris, dalam Nimmo, 2009). Pesan politik sendiri merupakan isi dari peristiwa politik yang menghubungkan antara politikus dan khalayaknya, mulai dari pernyataan lisan, berita, informasi, iklan, gambar, hingga tindakan simbolis (Roelofs, dalam Nimmo, 2009). Dalam penelitian ini, pesan yang dikaji adalah pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*" milik Ahmad Sahroni, yang merupakan pesan verbal bermuatan politik dari seorang pejabat

legislatif sehingga memiliki konsekuensi langsung terhadap citra politiknya di Jakarta Utara.

### 3. Media Komunikasi Politik

Media memegang peranan krusial dalam komunikasi politik sebagai saluran publisitas politik kepada khalayak luas, bahkan kerap disebut sebagai *the fourth estate* karena kemampuannya membentuk opini publik (Wahid, 2014).

Perkembangan teknologi memperluas ragam saluran komunikasi politik, dari media cetak dan elektronik hingga media baru (*new media*) berbasis internet termasuk media sosial, dengan dimensi lambang berupa kata, gambar, dan tindakan yang menghasilkan cerita, foto, dan drama bermuatan politik (Nimmo, 2009: 166). Dalam penelitian ini, media massa dan media sosial berbasis internet menjadi kanal utama penyebaran pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*" kepada konstituen di Jakarta Utara.

### 4. Khalayak Komunikasi Politik

Khalayak dalam komunikasi politik merujuk pada individu atau kelompok masyarakat yang menerima pesan-pesan politik. Khalayak atau publik merupakan suatu kelompok orang yang dihadapkan pada isu tertentu, saling berbeda pendirian, dan terlibat dalam diskusi, serta selalu menghadapi dilema dalam memperoleh keseragaman pandangan untuk bertindak sebagai satu kesatuan (Sobur, 2014: 669). Khalayak berposisi sebagai penerima sekaligus pihak yang merespons pesan-pesan politik dari komunikator melalui berbagai saluran media. Dalam penelitian ini, khalayak yang dimaksud adalah

masyarakat Jakarta Utara selaku konstituen Ahmad Sahroni yang terpapar pernyataan kontroversial tersebut melalui media massa dan media sosial.

#### 5. Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik merupakan dampak yang ditimbulkan oleh pesan politik terhadap khalayak sasaran, yang dapat bersifat langsung (*immediate effect*) maupun tidak langsung atau tertunda (*delayed effect*), serta dibedakan dari segi waktu menjadi efek jangka pendek (*short term effect*) dan efek jangka panjang (*long term effect*). Berdasarkan tahapannya, efek komunikasi politik dibagi menjadi tiga level, yaitu kognitif pada tataran pemikiran dan pengetahuan; afektif pada dimensi emosional dan sikap; serta *behavioral* yang mendorong perubahan perilaku nyata sebagai respons terhadap pesan politik yang diterima (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2009: 52). Dalam penelitian ini, efek yang ditelaah adalah dampak pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*" pada ketiga level tersebut, khususnya kaitannya dengan pembentukan atau perubahan citra politik Ahmad Sahroni di mata konstituennya di Jakarta Utara.

#### 1.8.2 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)

Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) dirumuskan oleh Hovland, Janis, dan Kelley pada tahun 1953 dalam karyanya *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change* yang diterbitkan oleh Yale University Press. Teori ini pada dasarnya lahir dari pengaruh kuat disiplin ilmu psikologi terhadap perkembangan ilmu komunikasi. Kedua bidang ilmu ini

memiliki titik temu karena sama-sama menjadikan manusia sebagai objek kajian material dengan segala komponen internalnya yang meliputi sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, hingga konasi (Effendy, 2003: 254). Asumsi mendasar dari teori ini bersandar pada premis bahwa organisme akan menghasilkan perilaku tertentu apabila diberikan stimulus tertentu pula. Dengan kata lain, efek yang timbul di dalam diri komunikan merupakan sebuah reaksi khusus yang dipicu oleh adanya rangsangan yang bersifat khusus, sehingga seorang komunikator secara teoretis dapat mengharapkan sekaligus memperkirakan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan reaksi yang akan diberikan oleh komunikan (Hovland, Janis & Kelley, 1953).

Sebagai sebuah model yang telah diadopsi secara luas ke dalam ilmu komunikasi, titik penekanan utama dari teori S-O-R bertumpu pada karakteristik pesan yang disampaikan kepada khalayak. Pesan tersebut dituntut untuk memiliki kualitas yang mampu menumbuhkan perhatian pada diri penerima, sehingga komunikan dapat dengan cepat menerima serta memahami pesan yang diterimanya untuk kemudian didorong menuju arah perubahan sikap dan perilaku (Effendy, 2003: 254). Pendekatan ini juga memandang bahwa respons atau perubahan tingkah laku manusia dapat diramalkan secara terukur, karena individu dinilai memberikan reaksi sebagai akibat langsung dari besarnya kekuatan stimulus yang datang dari luar diri mereka, bukan semata-mata karena kehendak atau kemauan internal individu itu sendiri (Effendy, 2003: 255).

Proses komunikasi yang dapat menghasilkan perubahan sikap pada diri komunikan pada dasarnya dibentuk oleh tiga elemen pokok yang saling berkaitan

(Hovland, Janis & Kelley, 1953: 254-255). Ketiga elemen pokok tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1. Stimulus (Pesan)

Stimulus merupakan pesan atau rangsangan konkret yang disampaikan komunikator kepada komunikan, baik dalam bentuk tanda maupun lambang verbal maupun nonverbal. Kualitas stimulus menjadi faktor penentu utama keberhasilan proses komunikasi, karena perubahan perilaku komunikan bergantung pada kekuatan dan relevansi rangsangan yang diterimanya. Perubahan sikap hanya terjadi secara efektif apabila stimulus mampu melampaui ambang batas pengalaman komunikan sebelumnya, sehingga berhasil memicu perhatian, menumbuhkan pengertian, dan mendorong penerimaan terhadap isi pesan). Dalam penelitian ini, stimulus adalah pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*" milik Ahmad Sahroni yang diterima oleh masyarakat Jakarta Utara melalui media massa dan media sosial.

2. Organism (Komunikan)

Organism merujuk pada kondisi psikologis dan karakteristik internal komunikan saat menerima paparan pesan. Komunikan akan melewati tahapan perhatian, pemaknaan lambang, hingga pemahaman terhadap pesan yang diterimanya (Effendy, 2003: 254), dengan ditunjang oleh tiga variabel internal penting yaitu perhatian (*attention*), pengertian (*comprehension*), dan penerimaan (*acceptance*) (Hovland, Janis & Kelley, 1953). Diterima atau ditolaknya suatu stimulus sangat ditentukan oleh karakteristik organisme itu sendiri, karena setiap individu memiliki pengalaman, persepsi, dan latar belakang sosial yang berbeda dalam mengolah rangsangan dari luar. Dalam penelitian ini, organisme adalah masyarakat Jakarta Utara selaku konstituen Ahmad Sahroni yang memproses pernyataan kontroversial tersebut berdasarkan pengetahuan dan sudut pandang yang mereka miliki.

3. Response (Efek/Perubahan Sikap)

*Response* merupakan wujud dari dampak atau efek akhir yang ditimbulkan dari keseluruhan proses penyampaian stimulus. Manifestasi dari respons yang muncul pada diri organisme dapat diamati dan diukur melalui tiga bentuk tingkatan perubahan sikap (Effendy, 2003: 255), yaitu:

- a. Efek kognitif, berkaitan dengan adanya perubahan pada tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran komunikan terhadap informasi yang diterimanya.
- b. Efek afektif, merujuk pada adanya pergeseran pada dimensi emosional, perasaan, serta pembentukan sikap suka atau tidak suka dari komunikan terhadap objek yang dibahas di dalam pesan.
- c. Efek konatif atau *behavioral*, berkaitan dengan adanya perubahan perilaku nyata atau tindakan konkret dari komunikan sebagai tindak lanjut dari akumulasi proses kognitif dan afektif yang telah berjalan sebelumnya (Effendy, 2003: 255).

Dalam konteks penelitian ini, unsur respons yang dikaji difokuskan pada perubahan citra politik Ahmad Sahroni di mata masyarakat Jakarta Utara. Reaksi tersebut diukur berdasarkan tingkat pengetahuan masyarakat (kognitif), penilaian atau sentimen suka dan tidak suka terhadap Ahmad Sahroni (afektif), hingga potensi perubahan sikap dan tindakan konstituen (konatif) sebagai dampak dari pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*".

### 1.8.3 Konsep Citra Politik

Citra politik (*political image*) merupakan salah satu konsep sentral dalam kajian komunikasi politik yang erat kaitannya dengan bagaimana publik mempersepsikan seorang aktor politik. Citra politik dipahami sebagai identitas politik yang merupakan visualisasi dari atribut yang diberikan dan dipersepsikan oleh pihak luar tentang seorang kandidat maupun partai politik (Cangara, 2007: 220). Secara umum, citra juga dimaknai sebagai kesan, perasaan, dan gambaran dari publik terhadap seseorang atau suatu objek, yang dapat terbentuk secara alami maupun sengaja dikonstruksi melalui proses komunikasi yang terencana (Soemirat & Ardianto, 2005: 111–112).

Dalam perspektif komunikasi politik yang lebih komprehensif, citra politik merupakan gambaran subjektif yang terbentuk dalam pikiran dan perasaan publik terhadap seorang aktor politik, yang memengaruhi cara khalayak menilai dan merespons peristiwa serta tokoh politik tertentu (Nimmo, 2000: 46). Citra ini tidak selalu menjadi cerminan murni dari realitas objektif seorang politikus, melainkan hasil konstruksi subjektif yang terbentuk melalui proses komunikasi dan interaksi

antara politikus dengan khalayaknya, sehingga citra yang terbentuk dapat berbeda-beda di mata khalayak yang berbeda bergantung pada pengalaman, persepsi, dan latar belakang masing-masing individu (Nimmo, 2000: 46). Pembentukan citra politik tidak dapat dilepaskan dari proses pembentukan opini publik, karena setiap opini mencerminkan organisasi yang kompleks yang terdiri atas tiga komponen dasar, yaitu kepercayaan (*belief*), nilai (*value*), dan pengharapan (*expectation*), yang kesemuanya turut membentuk citra seorang politikus di mata publik (Nimmo, 2000: 10).

Citra politik terbentuk melalui tiga dimensi internal yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Ketiga dimensi ini secara bersama-sama menentukan bagaimana khalayak memandang, merasakan, dan merespons seorang aktor politik (Nimmo, 2000: 46).

1. Dimensi Kognitif

Dimensi kognitif dalam citra politik berkaitan dengan tingkat pengetahuan, keyakinan, dan persepsi seseorang terhadap seorang aktor politik. Kognisi merupakan suatu keyakinan subjektif seseorang bahwa suatu objek memiliki karakteristik tertentu, atau apa yang dianggap seseorang benar tentang suatu hal. Keyakinan ini terbentuk melalui serangkaian informasi yang diterima khalayak mengenai seorang politikus, mencakup rekam jejak, pernyataan-pernyataan publik, program kerja, maupun aktivitas politiknya. Dalam penelitian ini, dimensi kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan keyakinan masyarakat Jakarta Utara terhadap sosok Ahmad Sahroni sebagai anggota DPR RI, termasuk bagaimana mereka memaknai pernyataan kontroversial yang disampaikan.

2. Dimensi Afektif

Dimensi afektif dalam citra politik merujuk pada perasaan dan sikap emosional seseorang terhadap seorang aktor politik. Afeksi mengacu pada bagaimana seseorang merasakan sesuatu tentang suatu hal, yang menyangkut masalah emosional subjektif terhadap objek tertentu. Perasaan simpati atau antipati, rasa percaya atau tidak percaya, serta kekaguman atau kekecewaan merupakan wujud nyata dari dimensi afektif dalam citra politik. Dalam penelitian ini, dimensi afektif berkaitan dengan perasaan dan sikap emosional masyarakat Jakarta Utara terhadap Ahmad Sahroni setelah terpapar pernyataan kontroversial tersebut.

### 3. Dimensi Konatif

Dimensi konatif dalam citra politik berkaitan dengan kecenderungan perilaku, niat, atau tindakan nyata seseorang sebagai dampak dari citra yang telah terbentuk melalui proses kognitif dan afektif. Perilaku yang terbentuk dari proses ini dapat menimbulkan disonansi kognitif dan keinginan untuk mencapai konsistensi, yang pada gilirannya melahirkan penyesuaian dalam apa yang dipikirkan dan dirasakan orang tentang dunia politik. Dimensi konatif tercermin dari tindakan nyata khalayak seperti pemberian atau pencabutan dukungan, perubahan preferensi pilihan politik, hingga partisipasi aktif dalam mengekspresikan pendapat di ruang publik maupun media sosial. Dalam penelitian ini, dimensi konatif berkaitan dengan kecenderungan tindakan nyata masyarakat Jakarta Utara sebagai dampak dari citra yang terbentuk pasca pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni.

Citra politik yang terbentuk dalam benak khalayak dapat mengarah pada dua kutub yang berlawanan, yaitu citra positif dan citra negatif, bergantung pada bagaimana pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang aktor politik diterima, diolah, dan dimaknai oleh khalayak (Nimmo, 2000: 46). Akibat dari proses komunikasi politik dapat berbentuk simpati dan partisipasi, tetapi juga dapat berwujud sinisme, antipati, serta perlawanan politik (Ali, dalam Sumarno, 1993: 14). Dengan demikian, setiap pernyataan atau tindakan seorang komunikator politik memiliki konsekuensi besar terhadap pembentukan maupun kerusakan citranya di mata publik.

Citra politik positif terbentuk ketika khalayak membangun kesan yang baik serta kepercayaan yang kuat terhadap seorang aktor politik berdasarkan pesan-pesan dan perilaku yang dinilai sesuai dengan harapan serta nilai-nilai yang diyakini publik (Nimmo, 2000: 46). Kepercayaan (*trust*), kredibilitas, kesesuaian pesan dengan kebutuhan masyarakat, karakter kepemimpinan yang kuat, serta kemampuan berkomunikasi secara efektif merupakan faktor-faktor kunci yang memengaruhi terbentuknya citra positif seorang politikus di mata konstituen (Falah, 2024: 1873). Sebaliknya, citra politik negatif terbentuk ketika pesan-pesan atau

perilaku seorang politikus memunculkan reaksi antipati, sinisme, kekecewaan, dan ketidakpercayaan di kalangan khalayak. Dalam perspektif komunikasi politik, kepercayaan adalah modal utama untuk membangun legitimasi seorang politikus, sehingga tanpa kepercayaan setiap pesan yang disampaikan akan sulit diterima oleh publik dan partisipasi masyarakat dalam memberikan dukungan dapat menurun secara signifikan (Nimmo, 2000: 46). Pernyataan yang dinilai tidak etis atau tidak mencerminkan marwah seorang wakil rakyat berpotensi besar menggerus kepercayaan publik yang telah dibangun dalam jangka panjang, karena gaya komunikasi yang tidak konsisten atau tidak mencerminkan etika publik berpotensi melemahkan legitimasi politik yang telah mapan (Pureklolon, 2018).

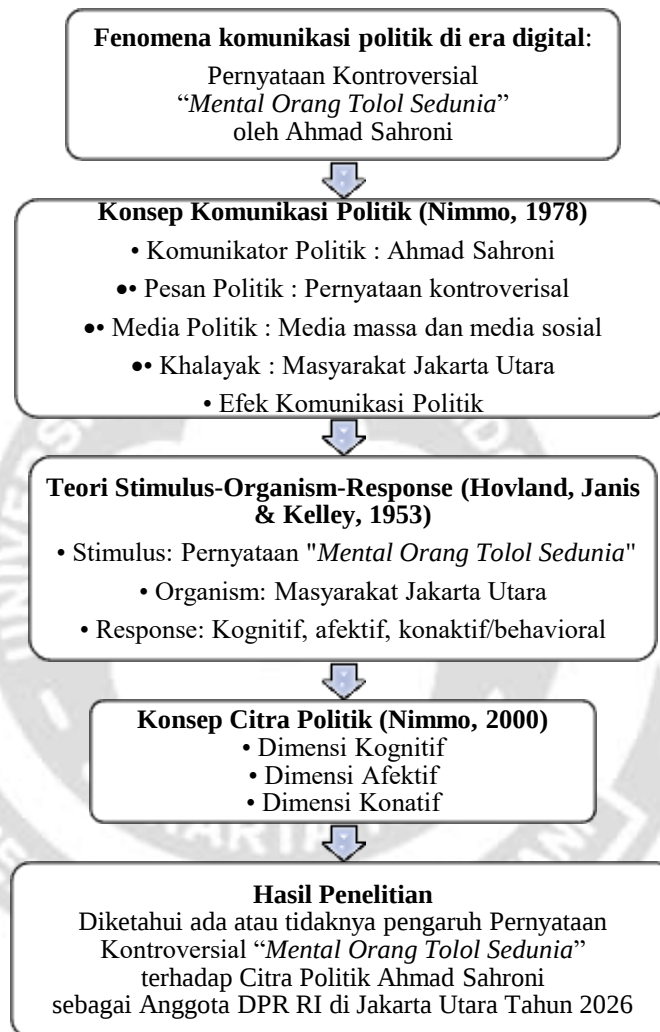
Dalam konteks penelitian ini, pernyataan kontroversial "*Mental Orang Tolol Sedunia*" yang disampaikan oleh Ahmad Sahroni berpotensi menjadi pemicu terbentuknya citra politik negatif di mata konstituennya di Jakarta Utara. Hal inilah yang menjadi fokus utama penelitian ini, yakni mengukur sejauh mana pengaruh pernyataan kontroversial tersebut terhadap citra politik Ahmad Sahroni baik pada dimensi kognitif, afektif, maupun konatif di mata masyarakat Jakarta Utara.

## **1.9 Bagan Alur Pemikiran**

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pengaruh pernyataan kontroversial "Mental Orang Tolol Sedunia" terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026. Penelitian ini menjelaskan beberapa aspek yang penulis jadikan sebagai kerangka pikir, yang menjadi pondasi utama sekaligus mempermudah pembaca

dalam memahami arah dan isi penelitian. Kerangka pikir tersebut digambarkan dalam bentuk bagan alur pemikiran berikut:

**Gambar 1.1 Bagan Alur Pemikiran**



*Sumber: Diolah Peneliti, 2026.*

Alur berpikir penelitian diawali dari fenomena komunikasi politik di era digital yang menunjukkan bahwa pernyataan publik seorang elit politik dapat dengan cepat tersebar melalui media massa dan media sosial serta memunculkan berbagai respons dari masyarakat. Salah satu fenomena yang menjadi fokus penelitian ini adalah pernyataan kontroversial Ahmad Sahroni yang memuat frasa “*Mental Orang Tolol Sedunia*” pada Agustus 2025 yang kemudian viral dan memicu beragam

tanggapan publik, khususnya di Jakarta Utara sebagai daerah pemilihannya. Kondisi tersebut menjadi titik tolak penelitian untuk mengkaji bagaimana pernyataan tersebut sebagai bentuk komunikasi politik dapat memengaruhi citra politik Ahmad Sahroni di mata masyarakat. Dalam konteks ini, Ahmad Sahroni berperan sebagai komunikator politik, pernyataan kontroversial sebagai pesan politik, media massa dan media sosial sebagai saluran komunikasi, serta masyarakat Jakarta Utara sebagai khalayak penerima pesan.

Untuk menganalisis permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Dalam kerangka teori ini, pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” diposisikan sebagai stimulus yang diterima oleh masyarakat, sedangkan masyarakat Jakarta Utara sebagai organisme yang memproses pesan melalui tahapan perhatian (attention), pemahaman (comprehension), dan penerimaan (acceptance). Proses tersebut dipengaruhi oleh karakteristik dan pengalaman individu sehingga menghasilkan respons tertentu terhadap Ahmad Sahroni. Dengan demikian, respons yang muncul tidak bersifat langsung, melainkan melalui proses psikologis tertentu.

Pada tahap respons, penelitian ini menggunakan konsep citra politik untuk menjelaskan hasil dari proses komunikasi tersebut. Citra politik Ahmad Sahroni diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Melalui keterkaitan antara konsep komunikasi politik, teori S-O-R, dan konsep citra politik, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara

tahun 2026. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi politik, khususnya dalam memahami bagaimana pernyataan kontroversial seorang elit politik di era media digital dapat memengaruhi citra politiknya di ruang publik.

## **1.10 Metode Penelitian**

### **1.10.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, kemudian dianalisis melalui teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan data yang objektif, terukur, dan sistematis sehingga dapat menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” sebagai bentuk komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026. Penelitian difokuskan pada pernyataan kontroversial yang disampaikan Ahmad Sahroni di ruang publik dan media digital serta bagaimana masyarakat Jakarta Utara memersepsi pernyataan tersebut.

Dalam penelitian kuantitatif, variabel merupakan elemen utama yang menjadi objek kajian. Berdasarkan fungsinya, variabel penelitian dapat dibedakan menjadi beberapa jenis sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lain, yaitu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” sebagai bentuk komunikasi politik Ahmad Sahroni.
2. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

Melalui pendekatan kuantitatif ini, penelitian bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni serta mengukur tingkat signifikansi pengaruh tersebut berdasarkan persepsi masyarakat Jakarta Utara.

#### **1.10.2 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survei deskriptif dengan tahapan penelitian yang mengacu pada panduan penelitian survei dari Isaac dan Michael dalam Sukardi (2019). Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” sebagai bentuk komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai

anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

Adapun tahapan dalam penelitian ini meliputi:

1. Menetapkan tujuan dan ruang lingkup penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.
2. Menyusun instrumen penelitian berupa kuesioner berdasarkan indikator variabel penelitian yang telah ditentukan.
3. Melakukan uji coba instrumen untuk mengetahui validitas dan reliabilitas item pernyataan sebelum digunakan dalam penelitian.
4. Menyiapkan petunjuk pengisian kuesioner agar responden dapat memahami setiap pernyataan dengan baik.
5. Menyusun instrumen penelitian yang sederhana, jelas, dan sesuai dengan fokus penelitian sehingga mudah dipahami oleh responden.
6. Mengumpulkan data dari responden yang merupakan masyarakat Jakarta Utara sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.
7. Mengolah data penelitian menggunakan perangkat lunak statistik untuk membantu proses analisis data secara sistematis.
8. Menafsirkan hasil penelitian yang diperoleh sebagai bagian dari proses analisis dan pembahasan penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

Dengan desain survei yang disusun secara sistematis, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai pengaruh pernyataan kontroversial seorang elit politik terhadap citra politiknya di mata masyarakat.

### **1.10.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam proses penelitian, karena melalui teknik pengumpulan data peneliti dapat memperoleh data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan stratified random sampling. Menurut Sugiyono (2017), stratified random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dengan membagi populasi ke dalam beberapa strata atau kelompok tertentu sehingga setiap kelompok dalam populasi dapat terwakili secara proporsional dalam penelitian.

Adapun tahapan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan populasi penelitian, yaitu Generasi Z di Jakarta Utara yang mengetahui atau pernah terpapar pernyataan “Mental Orang Tolol Sedunia” yang disampaikan Ahmad Sahroni.
2. Mengelompokkan populasi ke dalam beberapa strata sesuai karakteristik yang telah ditetapkan dalam penelitian.
3. Menentukan jumlah sampel dari setiap strata secara proporsional.
4. Memilih responden secara acak dari masing-masing strata yang telah ditentukan.

5. Menyebarakan kuesioner secara daring kepada responden yang terpilih dan mengumpulkan data yang diperoleh untuk dianalisis lebih lanjut.

Jenis pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer diperoleh melalui teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban sesuai dengan variabel yang diteliti. Instrumen kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” sebagai bentuk komunikasi politik Ahmad Sahroni dan variabel citra politik Ahmad Sahroni. Kuesioner menggunakan skala Likert dan disebarakan secara daring (online) melalui Google Form kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram.
2. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi yang berasal dari berbagai dokumen dan sumber tertulis yang berkaitan dengan penelitian. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa berita dari media massa dan media daring mengenai pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” yang disampaikan oleh Ahmad Sahroni, dokumen resmi dari Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), Partai NasDem, Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pusat Statistik (BPS), serta berbagai buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian. Data tersebut digunakan untuk mendukung penyusunan

instrumen penelitian serta memperkuat landasan teori yang digunakan dalam penelitian.

Melalui teknik pengumpulan data tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memperoleh data yang objektif mengenai pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

#### **1.10.4 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Administrasi Jakarta Utara. Menurut McCrindle (2014), Generasi Z merupakan kelompok yang lahir pada rentang tahun 1995–2009, sedangkan Badan Pusat Statistik melalui Sensus Penduduk 2020 mengelompokkan Generasi Z sebagai mereka yang lahir pada tahun 1997–2012 (BPS, 2020). Generasi Z dipilih karena memiliki karakteristik sebagai digital native, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital serta memiliki intensitas tinggi dalam memanfaatkan media digital sebagai sumber informasi (Prensky, 2001). Berdasarkan data BPS Jakarta Utara tahun 2026, jumlah Generasi Z berusia 14–29 tahun di Jakarta Utara mencapai 410.970 jiwa. Namun, penelitian ini membatasi objek penelitian pada Generasi Z berusia 20–29 tahun pada tahun 2026 atau mereka yang lahir pada rentang tahun 1997–2006, dengan jumlah sebanyak 272.930 jiwa (BPS Jakarta Utara, 2026). Pembatasan ini dilakukan karena kelompok usia tersebut termasuk dalam kategori Generasi Z menurut McCrindle (2014) maupun BPS (2020), serta telah memenuhi syarat usia minimal untuk menggunakan hak pilih pada Pemilu Legislatif 2024.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini digunakan apabila populasi memiliki karakteristik heterogen dan terbagi ke dalam beberapa strata (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, strata ditentukan berdasarkan wilayah kecamatan di Jakarta Utara. Penggunaan teknik *proportionate* dilakukan agar jumlah responden pada setiap kecamatan disesuaikan secara proporsional berdasarkan jumlah penduduk masing-masing wilayah. Adapun responden yang dipilih harus memenuhi kriteria penelitian sebagai berikut:

Berdomisili di Jakarta Utara;

1. Termasuk dalam kategori Generasi Z berusia 20–29 tahun pada tahun 2026;
2. Aktif menggunakan media sosial;
3. Mengetahui atau pernah terpapar pernyataan Ahmad Sahroni yang memuat frasa “*Mental Orang Tolol Sedunia*”.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{272.930}{1 + 272.930(0,1)^2}$$

$$n = \frac{272.930}{2.730,3} = 99,96 \approx 100$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diinginkan (100 responden)

N = jumlah populasi (272.930)

e = 0,1 (margin of error 10%)

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden. Selanjutnya, jumlah sampel dibagi secara proporsional berdasarkan jumlah penduduk pada masing-masing kecamatan menggunakan rumus *Proportionate Stratified Random Sampling* sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan (Sugiyono, 2017):

$n_i$  = jumlah sampel tiap kecamatan

$N_i$  = jumlah populasi tiap kecamatan

$N$  = total populasi Generasi Z usia 20-29 tahun di Jakarta Utara

$n$  = total sampel penelitian (100 responden)

Adapun pembagian sampel pada setiap kecamatan di Jakarta Utara adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.4 Jumlah Sampel Penelitian**

| No           | Kecamatan            | Jumlah Kelurahan | RW         | RT           | Jumlah Penduduk  | Jumlah Sampel |
|--------------|----------------------|------------------|------------|--------------|------------------|---------------|
| 1            | Penjaringan          | 5                | 78         | 919          | 325.522          | 18            |
| 2            | Pademangan           | 3                | 35         | 458          | 166.696          | 9             |
| 3            | Tanjung Priok        | 7                | 104        | 1.274        | 405.370          | 22            |
| 4            | Koja                 | 6                | 82         | 903          | 341.614          | 19            |
| 5            | Kelapa Gading        | 3                | 70         | 713          | 144.874          | 8             |
| 6            | Cilincing            | 7                | 91         | 1.048        | 444.730          | 24            |
| <b>Total</b> | <b>Jakarta Utara</b> | <b>31</b>        | <b>460</b> | <b>5.315</b> | <b>1.828.806</b> | <b>100</b>    |

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara Dalam Angka 2025, diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan Tabel 1.5, jumlah responden pada setiap kecamatan berbeda-beda sesuai dengan proporsi jumlah penduduk masing-masing wilayah di Kota Administrasi Jakarta Utara. Kecamatan Cilincing memiliki jumlah responden terbesar, yaitu 24 responden, sedangkan Kecamatan Kelapa Gading memiliki jumlah responden terkecil, yaitu 8 responden. Perbedaan tersebut terjadi karena teknik Proportionate Stratified Random Sampling memberikan alokasi sampel secara proporsional berdasarkan besarnya populasi pada setiap strata, sehingga wilayah yang memiliki jumlah penduduk lebih besar memperoleh jumlah sampel yang lebih banyak dibandingkan wilayah dengan jumlah penduduk yang lebih sedikit.

Pembagian sampel berdasarkan jumlah penduduk setiap kecamatan dilakukan untuk menjaga keterwakilan seluruh wilayah di Kota Administrasi Jakarta Utara. Hal ini disebabkan data jumlah penduduk Generasi Z usia 20–29 tahun menurut kecamatan tidak tersedia secara rinci dalam publikasi Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara. Oleh karena itu, proporsi jumlah penduduk total pada masing-masing kecamatan digunakan sebagai dasar pembagian sampel agar setiap wilayah tetap memperoleh kesempatan yang seimbang untuk terwakili dalam penelitian. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026 secara lebih representatif.

#### 1.10.5 Definisi Operasional Variabel (Kuantitatif)

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Pernyataan Kontroversial ‘*Mental Orang Tolol Sedunia*’ terhadap Citra Politik Ahmad Sahroni sebagai Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara Tahun 2026”, peneliti menggunakan dua variabel utama, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

1. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” sebagai bentuk komunikasi politik Ahmad Sahroni. Variabel ini dioperasionalkan sebagai pesan politik yang disampaikan oleh komunikator politik melalui media massa dan media sosial, yang meliputi aspek kejelasan pesan, penggunaan diksi, isi pesan, serta respons masyarakat terhadap pernyataan tersebut.
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Citra politik didefinisikan sebagai gambaran, kesan, dan penilaian masyarakat terhadap Ahmad Sahroni yang terbentuk setelah masyarakat menerima dan memaknai pesan politik yang disampaikan. Pengukuran citra politik dalam penelitian ini meliputi dimensi kognitif, afektif, dan konatif.

Operasionalisasi variabel dilakukan untuk menerjemahkan konsep penelitian ke dalam indikator yang dapat diukur melalui instrumen kuesioner. Dengan operasionalisasi yang jelas, peneliti dapat mengukur persepsi responden secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang terdiri atas pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2017), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Pada penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi responden mengenai pernyataan kontroversial “Mental Orang Tolol Sedunia” dan citra politik Ahmad Sahroni.

Adapun skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas lima kategori jawaban, yaitu:

1. STS (Sangat Tidak Setuju)
2. TS (Tidak Setuju)
3. N (Netral)
4. S (Setuju)
5. SS (Sangat Setuju)

Setiap butir pernyataan akan diberikan skor berdasarkan pilihan responden, baik untuk pernyataan positif maupun pernyataan negatif. Data yang diperoleh dari penilaian responden melalui skala Likert ini kemudian akan dianalisis untuk mengetahui apakah pernyataan kontroversial “Mental Orang Tolol Sedunia” yang disampaikan Ahmad Sahroni berpengaruh terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

#### 1.10.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa angket atau kuesioner yang disebarakan secara daring (online) kepada Generasi Z di Jakarta Utara yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan variabel penelitian, yaitu pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” sebagai variabel independen (X) dan citra politik Ahmad Sahroni sebagai variabel dependen (Y). Penyusunan item pernyataan mengacu pada indikator yang telah diturunkan dari konsep komunikasi politik, teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R), serta konsep citra politik yang digunakan dalam penelitian ini.

Setiap butir pernyataan dalam kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Dalam penyusunan instrumen penelitian, peneliti terlebih dahulu menyusun kisi-kisi instrumen sebagai pedoman dalam merumuskan item pernyataan yang akan digunakan dalam penelitian.

**Tabel 1.5 Operasional Variabel/Teoritis**

| No. | Konsep                                      | Dimensi                  | Indikator                                           | Item Pertayaan                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Skala      |
|-----|---------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1   | Komunikasi Politik menurut Dan Nimmo (1978) | Komunikator Politik      | Peran Ahmad Sahroni sebagai komunikator politik     | 1. Ahmad Sahroni merupakan tokoh politik yang aktif menyampaikan pendapat kepada masyarakat.<br>2. Pernyataan yang disampaikan Ahmad Sahroni mencerminkan posisinya sebagai wakil rakyat.<br>3. Sebagai anggota DPR RI, Ahmad Sahroni memiliki pengaruh dalam membentuk opini masyarakat.                 | Likert 1–5 |
|     |                                             | Pesan Politik            | Isi dan makna pesan politik yang disampaikan        | 4. Saya mengetahui pernyataan Ahmad Sahroni yang menyebut " <i>Mental Orang Tolol Sedunia</i> ".<br>5. Pernyataan tersebut mudah dipahami oleh masyarakat.<br>6. Pernyataan tersebut mengandung pesan politik yang jelas.<br>7. Pernyataan tersebut dianggap tidak mencerminkan etika komunikasi politik. | Likert 1–5 |
|     |                                             | Media Komunikasi Politik | Media yang digunakan dalam penyebaran pesan politik | 8. Saya mengetahui pernyataan Ahmad Sahroni melalui media sosial (Instagram, TikTok, Facebook, X/Twitter, dan YouTube).<br>9. Saya mengetahui pernyataan tersebut melalui pemberitaan media massa (televisi, portal berita, surat kabar, dan radio).                                                      | Likert 1–5 |

|   |                                        |                         |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |
|---|----------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|   |                                        |                         |                                                            | <p>10. Media sosial mempercepat penyebaran pernyataan Ahmad Sahroni kepada masyarakat.</p> <p>11. Intensitas pemberitaan media membuat saya lebih memperhatikan pernyataan tersebut.</p>                                                                                                                       |            |
|   |                                        | Khayalak Politik        | Respons masyarakat sebagai penerima pesan politik          | <p>12. Saya merasa pernyataan Ahmad Sahroni ditujukan kepada masyarakat yang mengkritik DPR RI.</p> <p>13. Pernyataan Ahmad Sahroni menimbulkan berbagai tanggapan di masyarakat.</p> <p>14. Masyarakat berhak menilai dan mengkritik pernyataan Ahmad Sahroni.</p>                                            | Likert 1–5 |
|   |                                        | Efek Komunikasi Politik | Pengaruh komunikasi politik terhadap persepsi masyarakat   | <p>15. Pernyataan tersebut memengaruhi penilaian saya terhadap Ahmad Sahroni sebagai seorang politisi.</p> <p>16. Pernyataan tersebut memengaruhi penilaian saya terhadap kualitas kepemimpinan Ahmad Sahroni.</p> <p>17. Pernyataan tersebut memengaruhi tingkat kepercayaan saya terhadap Ahmad Sahroni.</p> | Likert 1–5 |
|   |                                        |                         |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |
| 2 | Citra Politik menurut Dan Nimmo (2000) | Kognitif                | Pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap Ahmad Sahroni | <p>18. Saya mengetahui rekam jejak Ahmad Sahroni sebagai anggota DPR RI.</p> <p>19. Saya menilai Ahmad Sahroni memiliki kemampuan menjalankan tugas sebagai anggota DPR RI.</p>                                                                                                                                | Likert 1–5 |

|  |         |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |            |
|--|---------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|  |         |                                                                | <p>20. Saya menilai Ahmad Sahroni memahami persoalan masyarakat.</p> <p>21. Pernyataan kontroversial tersebut memengaruhi pengetahuan saya mengenai karakter Ahmad Sahroni.</p>                                                                                                                                                                                                                    |            |
|  | Afektif | Perasaan dan sikap emosional masyarakat terhadap Ahmad Sahroni | <p>22. Saya memiliki kesan positif terhadap Ahmad Sahroni.</p> <p>23. Saya merasa kecewa terhadap Ahmad Sahroni setelah mendengar pernyataan tersebut.</p> <p>24. Saya masih mempercayai Ahmad Sahroni sebagai wakil rakyat</p> <p>25. Saya merasa Ahmad Sahroni menghargai aspirasi masyarakat.</p> <p>26. Saya merasa pernyataan tersebut menurunkan rasa simpati saya kepada Ahmad Sahroni.</p> | Likert 1–5 |
|  | Konatif | Kecenderungan perilaku masyarakat terhadap Ahmad Sahroni       | <p>27. Saya bersedia mendukung Ahmad Sahroni dalam aktivitas politiknya di masa mendatang.</p> <p>28. Saya bersedia memilih Ahmad Sahroni apabila kembali mencalonkan diri sebagai anggota DPR RI.</p> <p>29. Saya akan merekomendasikan Ahmad Sahroni kepada orang lain sebagai wakil rakyat.</p>                                                                                                 | Likert 1–5 |

|  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                          |  |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  | <p>30. Pernyataan kontroversial tersebut memengaruhi keinginan saya untuk mendukung Ahmad Sahroni.</p> <p>31. Saya cenderung mengurangi dukungan politik kepada Ahmad Sahroni setelah mendengar pernyataan tersebut.</p> |  |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

*Sumber: Diolah Peneliti, 2026.*



## 1.11 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1.11.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Arikunto (1997), terdapat tiga jenis validitas, yaitu validitas isi (content validity), validitas kriteria pembanding (criterion-related validity), dan validitas konstruk (construct validity). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan secara kuantitatif menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

Pengujian validitas dilakukan dengan melihat hubungan antara skor masing-masing item pernyataan dengan skor total. Dalam output SPSS, pengujian ini ditunjukkan melalui nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Nilai tersebut digunakan sebagai r-hitung dan kemudian dibandingkan dengan r-tabel pada taraf signifikansi 0,05.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap item-item pernyataan pada kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni sebagai variabel independen (X) dan citra politik Ahmad Sahroni sebagai variabel dependen (Y). Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026 secara tepat dan akurat.

Jumlah responden dalam pengujian ini adalah 104 responden, sehingga nilai r-tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 0,195. Adapun kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y;

$x$  = skor butir soal;

$y$  = skor total;

$\sum xy$  = jumlah hasil perkalian skor butir dengan skor total;

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor butir;

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat skor total.

Hitung koefisien korelasi instrumen yang diuji (r-hitung), yang nilainya sama dengan korelasi dari hasil langkah sebelumnya, kemudian dibandingkan dengan nilai r-tabel pada taraf signifikansi 0,05. Adapun kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.6 Hasil Uji Validitas**

| Item | Scale Mean if Item Deleted | Scale variance if item deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted | Keterangan |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|------------|
| P01  | 103,3750                   | 222,237                        | 0,488                            | 0,882                            | valid      |
| P02  | 104,0769                   | 225,567                        | 0,290                            | 0,887                            | valid      |
| P03  | 102,9423                   | 220,657                        | 0,472                            | 0,882                            | valid      |
| P04  | 102,2500                   | 227,160                        | 0,342                            | 0,885                            | valid      |
| P05  | 102,5962                   | 219,622                        | 0,555                            | 0,881                            | valid      |
| P06  | 103,3846                   | 224,122                        | 0,353                            | 0,885                            | valid      |
| P07  | 102,0481                   | 225,522                        | 0,368                            | 0,885                            | valid      |
| P08  | 101,8558                   | 227,523                        | 0,412                            | 0,884                            | valid      |
| P09  | 102,9135                   | 220,060                        | 0,525                            | 0,881                            | valid      |

|     |          |         |       |       |       |
|-----|----------|---------|-------|-------|-------|
| P10 | 101,7308 | 228,878 | 0,450 | 0,884 | valid |
| P11 | 102,2500 | 225,199 | 0,504 | 0,882 | valid |
| P12 | 102,2308 | 223,092 | 0,551 | 0,881 | valid |
| P13 | 102,0865 | 227,128 | 0,484 | 0,883 | valid |
| P14 | 101,8269 | 227,756 | 0,451 | 0,883 | valid |
| P15 | 102,1346 | 222,700 | 0,586 | 0,881 | valid |
| P16 | 102,1154 | 222,938 | 0,581 | 0,881 | valid |
| P17 | 102,4904 | 222,660 | 0,441 | 0,883 | valid |
| P18 | 103,2019 | 224,512 | 0,485 | 0,882 | valid |
| P19 | 103,7019 | 223,027 | 0,482 | 0,882 | valid |
| P20 | 103,7788 | 225,455 | 0,411 | 0,884 | valid |
| P21 | 102,5577 | 224,754 | 0,533 | 0,882 | valid |
| P22 | 104,0865 | 225,633 | 0,361 | 0,885 | valid |
| P23 | 102,2981 | 227,862 | 0,368 | 0,885 | valid |
| P24 | 104,0192 | 224,077 | 0,407 | 0,884 | valid |
| P25 | 104,0577 | 225,550 | 0,358 | 0,885 | valid |
| P26 | 102,4712 | 223,164 | 0,452 | 0,883 | valid |
| P27 | 104,2019 | 223,522 | 0,431 | 0,883 | valid |
| P28 | 104,3462 | 227,180 | 0,326 | 0,886 | valid |
| P29 | 104,4231 | 231,683 | 0,217 | 0,887 | valid |
| P30 | 102,8942 | 222,717 | 0,379 | 0,885 | valid |
| P31 | 102,3269 | 225,989 | 0,353 | 0,885 | valid |

*Sumber: Data Olahan SPSS, 2026.*

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1.7, seluruh item pernyataan memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195. Nilai terendah terdapat pada item P29 sebesar 0,217 dan nilai tertinggi terdapat pada item P15 sebesar 0,586. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

### 1.11.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang relatif sama. Dalam penelitian kuantitatif, pengujian reliabilitas dapat

dilakukan dengan melihat konsistensi internal (*internal consistency*) antarbutir pernyataan dalam instrumen penelitian.

Teknik pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha*. Menurut Arikunto (2019), metode *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal dari item-item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan terhadap variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni (X) dan citra politik Ahmad Sahroni (Y) dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Rumus *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Koefisien *Alpha Cronbach's*

$k$  = Jumlah item pertanyaan

$\sum Si^2$  = Jumlah varians tiap item

$St^2$  = Varians total skor

**Tabel 1.7 Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variabel                             | Cronbach Alpha | Keterangan |
|----|--------------------------------------|----------------|------------|
| 1  | Komunikasi Politik Ahmad Sahroni (X) | 0,883          | Reliabel   |
| 2  | Citra Politik Ahmad Sahroni (Y)      | 0,849          | Reliabel   |

Sumber: Data olahan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan secara terpisah pada Tabel 1.8, variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni (X) dan variabel citra politik Ahmad Sahroni (Y) dinyatakan reliabel apabila masing-masing memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, instrumen penelitian

dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data apabila kedua variabel memenuhi kriteria tersebut.

### **1.12 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan proses mengolah dan menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik inferensial karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pernyataan kontroversial “Mental Orang Tolol Sedunia” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

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

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden dan distribusi jawaban responden terhadap variabel penelitian. Hasil analisis deskriptif disajikan dalam bentuk tabel, persentase, dan uraian untuk menjelaskan kecenderungan jawaban responden terhadap variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni (X) dan citra politik Ahmad Sahroni (Y).

#### **2. Analisis Korelasioal**

Analisis korelasional digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni (X) dengan citra politik Ahmad

Sahroni (Y). Analisis korelasi dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni (X) terhadap citra politik Ahmad Sahroni (Y). Persamaan regresi linear sederhana yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Citra politik Ahmad Sahroni

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Komunikasi politik Ahmad Sahroni

Dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

#### 4. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik Ahmad Sahroni. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $< 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik Ahmad Sahroni.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$  atau nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni terhadap citra politik Ahmad Sahroni.

#### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel komunikasi politik Ahmad Sahroni (X) dalam menjelaskan variabel citra politik Ahmad Sahroni (Y). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi yang dikuadratkan

Dengan demikian, teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui analisis deskriptif, analisis korelasi Product Moment Pearson, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji t), dan koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh pernyataan kontroversial “Mental Orang Tolol Sedunia” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

### **1.13 Sistematika Penulisan**

Bab I Pendahuluan: Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, bagan alur pemikiran, metode penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai konteks penelitian dan arah kajian yang dilakukan terkait pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.

Bab II Gambaran Umum Objek Penelitian: Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, meliputi profil Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, konteks munculnya pernyataan kontroversial “Mental Orang Tolol Sedunia”, serta karakteristik masyarakat Jakarta Utara yang menjadi populasi penelitian. Selain itu, bab ini juga menguraikan perkembangan media digital dan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi politik yang memengaruhi pembentukan opini publik.

Bab III Penyajian dan Analisis Data: Bab ini menyajikan hasil pengolahan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Analisis dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis korelasi *Product Moment Pearson*, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Hasil analisis tersebut digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni di Jakarta Utara tahun 2026.

Bab IV Pembahasan: Bab ini membahas dan menginterpretasikan hasil penelitian berdasarkan konsep komunikasi politik, teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), dan konsep citra politik yang digunakan dalam penelitian. Pembahasan difokuskan pada bagaimana pernyataan kontroversial yang disampaikan Ahmad Sahroni memengaruhi persepsi masyarakat Jakarta Utara terhadap citra politiknya, serta menjelaskan temuan penelitian dengan mengaitkannya pada teori dan hasil penelitian terdahulu.

Bab V Penutup: Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang berkaitan dengan pengaruh pernyataan kontroversial “*Mental Orang Tolol Sedunia*” terhadap citra politik Ahmad Sahroni sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia di Jakarta Utara tahun 2026.