

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## PENGARUH IKLAN PARTAI PERINDO DI TV TERHADAP SIKAP PEMILIH PEMULA JAKARTA SELATAN

Gilang Pratama Nugroho

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75255&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Iklan merupakan sarana komunikasi massa yang dianggap efektif dalam menanamkan pesan yang diinginkan, terlebih jika iklan diputar secara masif melalui media massa televisi. Dari kurun waktu yang kurang lebih 3 tahun terakhir hingga saat ini PERINDO sangat intensif dalam mempromosikan dan memperlihatkan kegiatan partai di televisi melalui iklan. Tayangan iklan partai PERINDO yang ditayangkan di televisi menjadi salah satu cara partai PERINDO mempengaruhi khalayak, khususnya para pemilih pemula (usia 17 tahun terhadap partai. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah iklan partai PERINDO yang tayang di TV berpengaruh terhadap sikap pemilih pemula di Jakarta Selatan?

?Pengaruh Iklan Partai PERINDO di TV terhadap Sikap Pemilih Pemula Jakarta Selatan?

Penelitian ini menggunakan teori dari Behavioristik, S-O-R, dan AIDDA untuk mengetahui pengaruh iklan TV terhadap sikap khalayak khususnya pemilih pemula Jakarta Selatan yang menjadi responden penelitian ini.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif, yaitu mencari tahu hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ?Kualitas Iklan partai PERINDO di tv? ( x ) dan ?Sikap Pemilih Pemula? ( y ). Metode pada penelitian ini adalah metode survey. Populasi penelitian ini yaitu pemilih pemula Jakarta Selatan berusia 17-18 tahun. Populasi tersebut diambil dari tiga sekolah di Jakarta Selatan yang dipilih dengan cara diundi. Tiga sekolah tersebut adalah SMAN 6 Jakarta Selatan, SMA Muhammadiyah 3, dan SMA Don Bosco 2. Tiga sekolah tersebut mewakili dari 3 kategori, yaitu sekolah umum, sekolah muslim dan sekolah non-muslim. Total populasi penelitian ini adalah 591 Pemilih pemula yang berusia 17-18 tahun atau peneliti fokus pada siswa sekolah kelas XI. Teknik sampling yang digunakan adalah Random Sampling.

Penghitungan sampel menggunakan rumus Taro Yamane. Teknik Pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan skala likert.

Hasil uji korelasi Product Moment menunjukkan Nilai signifikansi korelasi cenderung negatif (tidak signifikan), yaitu penelitian ini tidak terdapat hubungan antara kualitas iklan partai PERINDO di TV dengan sikap pemilih pemula Jakarta Selatan.