

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN POLITIK DI TELEVISI TERHADAP SIKAP PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN UMUM 2014 (STUDI KELAS XI SMA NEGERI 1 SEPUTIH RAMAN KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)

Oleh

Arfian Nur Halim

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dengan analisis pengaruh iklan politik di televisi terhadap sikap pemilih pemula pada pemilu 2014 (studi kelas XI SMA Negeri 1 Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah). metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif korelasional dengan jenis penelitian *ex post facto*. Sampel penelitian berjumlah 28 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument pengukuran. Sementara analisis data dengan rumus interval, presentasi dan dilanjutkan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara variabel iklan politik di televisi (x) dan sikap pemilih pemula (y), cukup efektif dalam menggerakkan dan mempengaruhi sikap politik pemilih pemula untuk dapat mengikuti Pemilu pada tahun 2014. Kondisi ini tidak hanya diakibatkan oleh pengetahuan pemilih pemula terhadap isi pesan, struktur pesan, dan sumber pesan. Tetapi juga bisa dipengaruhi oleh penyampaian yang arif, bijaksana dan berawal dari prestasi atau bukti nyata yang sudah dirasakan oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Aspek itulah yang dijadikan sisi dominan dan fitur iklan politik televisi. Sehingga, tidak saja memberikan hasil yang memuaskan tetapi juga memberikan penerimaan dari semua kalangan terutama pemilih pemula.

Kata kunci: Iklan Politik, Pemilihan Umum, Sikap Pemilih Pemula