

## ABSTRAK

### **Intan Nur Aeni . (1005817). PENGARUH TAYANGAN IKLAN POLITIK DI TELEVISI TERHADAP PARTISIPASI SISWA SEBAGAI PEMILIH PEMULA (Studi Eksperimen terhadap Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Cimahi)**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh siswa yang sebenarnya kurang begitu percaya akan iklan politik tetapi lebih melihat pada *track record* sosok calon kandidat, namun saat ini sangat sulit karena maraknya kasus korupsi maka disimpulkan bahwa partisipasi siswa baru sampai tahap kesadaran dan pengetahuan tetapi belum pada tahap selanjutnya kesukaan, preferensi, apalagi keyakinan. Bahkan ditemukan bahwa iklan politik sekarang sudah seperti iklan komersial.

Dengan obyek penelitian siswa kelas XI SMA N 2 Cimahi, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh tayangan iklan politik di televisi terhadap partisipasi siswa sebagai pemilih pemula dan secara khusus bertujuan untuk mengkaji 1) Hubungan antara tayangan iklan politik di televisi terhadap partisipasi siswa sebagai pemilih pemula. 2) Seberapa besar iklan politik itu berpengaruh pada partisipasi siswa kelas kontrol. 3) Seberapa besar iklan politik itu berpengaruh pada partisipasi siswa kelas eksperimen. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode studi eksperimen. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, wawancara, observasi, studi dokumentasi, studi literatur.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa tayangan iklan politik di televisi memiliki hubungan yang erat dengan partisipasi politik pemilih pemula. Hal tersebut disebabkan karena televisi merupakan salah satu media yang strategis untuk meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula. Tayangan iklan politik di televisi dapat memiliki pengaruh negatif maupun positif terhadap partisipasi politik pemilih pemula, tergantung pada kualitas partai atau kandidat yang dipromosikan tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan faktor kesamaan dan ketertarikan siswa sebagai pemilih pemula. Adapun saran dari hasil penelitian tersebut ditujukan kepada siswa yaitu lebih meningkatkan pembelajaran PPkn, mengintensifkan diskusi dan banyak membaca. Kepada guru PPkn lebih memilih menggunakan model dan media pembelajaran yang interaktif. Kepada orang tua siswa memfasilitasi diri terhadap politik di lingkungan keluarga dengan berbagai modus kegiatan. Kepada KPU mengintensifkan sosialisasi pemilu kepada sasaran pemilih pemula di sekolah dan kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih maju dari penelitian ini.

Intan Nur Aeni, 2014

Pengaruh Tayangan Iklan Politik Di Televisi Terhadap Partisipasi Siswa Sebagai Pemilih Pemula  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kata kunci: iklan politik, partisipasi, pemilih pemula

### **ABSTRACT**

Intan Nur Aeni. (1005817). INFLUENCE OF POLITICAL ADVERTISING SHOW IN TELEVISION FOR STUDENT PARTICIPATION AS A VOTER BEGINNERS (Experimental Study on Class XI students of SMAN 2 Cimahi)

This research is motivated by the students who actually believe less political advertising but rather look at the track record figure of prospective candidates, but it is currently very difficult because of the rampant corruption. It was concluded that the participation of students new to stage awwarnest and klowledge but not yet liking, preference much less conviction. Moreover, it was found that political advertising is now like commercials.

With the research object class XI student of SMAN 2 Cimahi, this study aims to determine and assess the in influence of political advertising show in television for student participation as a voter beginners and specifically aims to examine 1) Relations between political advertising show in television on student participation as voters 2) How big is the impact of political advertising on the student's participation in control class. 3) How big is the impact of political advertising on the student's participation in experimental class . The approach used is a quantitative approach to the study of experimental methods. The data collection techniques used were questionnaires, interviews, observation, documentation studies, literature studies.

Based on the research results, it can be seen that the political advertising on television has a close relationship with political participation voters. This is because television is one of the strategic media to increase the political participation of voters. Impressions of political advertising on television can have a negative or positive effect on political participation of voters, depending on the quality of the party or candidate that is appropriate or not promoted in accordance with the common factor and the interest of students as voters. The suggestion from the results of these studies aimed to further enhance the students' learning Civics, intensifying discussions and lots of reading. Civics teachers prefer to use models and interactive learning media. Parents to facilitate themselves about politics in a family environment with various modes of activities. Commission to intensify the dissemination election to target voters in the school and to the further research of this study are expected to develop ahead of this research.

Keywords: political advertising, participation, beginner voters