

ABSTRAK

Niar Windari. (1104300). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP BALIHO CALON KEPALA DAERAH MENJELANG PILKADA 2015 (Studi Deskriptif Analitis pada Masyarakat Margahayu Selatan Kabupaten Bandung)

Pilkada dinilai dapat memberikan ruang bagi rakyat untuk menyuarakan aspirasinya. Adanya Pilkada dapat membantu proses modernisasi politik di negara kita. Dewasa ini politik memerlukan sebuah alat yang bukan hanya sekedar sebuah pemberitahuan kepada masyarakat namun substansi dari alat tersebut dapat pula memberikan pendidikan politik terhadap masyarakat. Maka dari itu, politik memerlukan tindakan promosi yang efektif dengan menggunakan suatu cara marketing yang tepat pada sasaran agar mendapat simpati dan dukungan dari banyak kalangan.

Salah satu tindakan promosi politik yang efektif adalah berkampanye dengan menggunakan media. Media iklan politik yang banyak digunakan untuk skala pemilihan daerah adalah dengan menggunakan baliho. Baliho banyak dipilih karena dapat mempengaruhi dan membentuk masyarakat memberikan persepsi dan pandangan mengenai substansi dari iklan politik dalam baliho tersebut.

Desain atau pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Metode ini dilakukan untuk meneliti suatu objek, suatu kondisi yang bertujuan untuk membuat deskripsi/gambaran secara sistematis terhadap masalah yang sedang dikaji. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, studi dokumentasi dan studi literatur. Sedangkan dalam menganalisis keabsahan data dan pembahasan peneliti menggunakan teori Miles dan Huberman yaitu Pengumpulan data-Reduksi data-Penyajian data-Penarikan kesimpulan/Verifikasi.

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa Strategi kampanye calon kepala daerah dengan menggunakan media baliho dalam Pilkada di Kabupaten Bandung mempunyai persentase tinggi diantara iklan politik dengan menggunakan spanduk, stiker, koran dan televisi lokal. Hal ini dikarenakan ukuran baliho yang mencolok mudah dilihat oleh seluruh lapisan masyarakat dan memberikan pengetahuan mengenai profil singkat calon kepala daerah. Namun pesan politik yang dimuat dalam baliho sifatnya singkat, bisa jadi hanya foto calon kepala daerah dan nomor urut serta partai asalnya saja yang termuat sehingga menyulitkan masyarakat untuk mengartikulasikannya lebih jauh namun pada dasarnya ukuran baliho yang besar menjadi penentu daya perhatian publik setidaknya baliho bisa meningkatkan *political awareness* dari masyarakat yang tidak tahu mengenai calon kepala daerah menjadi mengetahuinya.

Kata kunci: persepsi, iklan politik, baliho, masyarakat

Niar Windari, 2015

PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BALIHO CALON KEPALA DAERAH MENJELANG PILKADA 2015
Universitas Pendidikan Indonesia | \.upi.edu perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Niar Windari. (1104300). PUBLIC PERCEPTION OF THE BILLBOARDS REGIONAL HEAD CANDIDATES TOWARDS REGIONAL ELECTION 2015 (Descriptive Analysis Study on South Margahayu Bandung Regency People)

Regional head election assessed can provide space for people to voices their aspirations. The existence of regional head elections can help the process of political modernization in our country. Today politics requires a tool that not only give a notification for public, but the substance of the tool can also provide political education for people. Therefore, political requires an effective campaign by using a method of marketing that is right on target in order to gain the sympathy and support of many people.

One of the effective political promotion is campaign by using media. Political advertising are usually used for local elections is billboards. Billboards was chosen because it can influence and shape public perceptions and provide views on the substance of political advertising in that billboard.

Design or research approach that used in this study is a qualitative approach with descriptive methods. This method is carried out to examine an object, a condition which aims to create a description / overview systematically to the problem. Data collection techniques by observation, interviews, documentation studies and literature studies. While in analyzing the validity of data, researchers using the theory of Miles and Huberman that collection of data - data reduction - Presentation of data - Withdrawal conclusions / Verification.

The result of this reasearch showed that the head of the prospective campaign strategy using billboards media in the elections in Bandung Regency has a high percentage among political advertising by using banners, stickers, newspaper and local television. This is cause size of the billboards are conspicuous easily seen by the whole society and provide knowledge about short profile a candidates. However the political message contained in the billboards are short, it could be just a candidate photo, serial number and party that candidates from, it will making difficult for people to articulate further but basically the size of a large billboard which determines the power of public attention at least billboards can improve poitical awareness of the public who do not know about the candidates for the head area becomes known.

Keywords: perception, political advertising, billboards, people

