

ABSTRAK

Ramadhan Wengku Arizal (1104962) “Pengaruh Iklan Politik Terhadap Keputusan Memilih Partai Golkar Survei pada kalangan pemilih pemula mahasiswa UPI”, dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA. dan Heny Hendrayati, S.IP.MM.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah turunnya tingkat raihan suara Partai Golkar pada Pemilu Legislatif. Permasalahan ini harus segera diatasi karena jika tidak Partai Golkar akan semakin tidak diminati dan kembali kalah raihan suara dari partai lain pada Pemilu selanjutnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran iklan politik terhadap keputusan memilih serta bagaimana pengaruh iklan politik terhadap keputusan memilih pada Partai Golkar. Aspek atau variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi dua hal, yaitu iklan politik dan keputusan memilih.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan metode *explanatory survey*, yaitu metode survey untuk menjelaskan hubungan antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini yaitu pemilih pemula Mahasiswa UPI yang berjumlah 5054 orang dan sampel berjumlah 100 responden. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi *pearson product moment* dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan politik pada Partai Golkar berada pada kategori sedang dan keputusan memilih berada pada kategori tinggi. Hasil perhitungan korelasi, variabel iklan politik terhadap keputusan memilih memiliki hubungan yang positif dengan klasifikasi sedang. Hasil perhitungan analisis regresi sederhana diketahui bahwa keputusan memilih dipengaruhi oleh iklan politik sebesar 28,1%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 71,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Saran untuk peneliti berikutnya yaitu diharapkan peneliti melakukan studi terhadap pemilih pemula dengan variabel dan penelitian yang berbeda.

Kata Kunci : Iklan Politik, Keputusan Memilih

ABSTRACT

Ramadhan Wengku Arizal (1104962) "Influence of Political Advertising on Choosing Decisions Survey of Beginner Voters UPI Students", under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA. and Heny Hendrayati, S.IP.MM.

Issues examined in this study is the decreasing of vote achievement level of Golkar Party in legislative elections. This problem should soon be overcome because otherwise the Golkar Party will be increasingly in demand, and lost again the achievement of sound from the other party in the next election .

This study aims to describe political advertising on choosing decisions and how the political advertising influences on choosing decisions in Golkar party. Aspects or variables examined in this study include two things, namely political advertising and choosing decisions.

This research uses descriptive and verification with explanatory survey method, meaning is the method of survey to describe the relationship between variables through hypothesis testing. The population in this study is Beginner Voters UPI Students 2014 amounted to 5054 and a sample of 100 respondents. The sampling method was conducted by using non-probability sampling with purposive sampling technique. Data analysis technique used is the analysis of Pearson product moment correlation coefficient and simple linear regression analysis.

The results showed that political advertising in Golkar Party is in the medium category and choosing decisions are at high category. Correlation calculation result, variable political advertising influenced choosing decisions have a positive relationship with the middle classifications. Results of regression analysis simple calculation known that choosing decisions are influenced by political advertising by 28.1%, while the remainder is equal to 71.9% is influenced by other factors not examined by the author. Suggestions for subsequent researchers that is expected of researchers conducted a study of voters with different variables and research.

Key Word : Political Advertising, Choosing Decisions