

Tri Adityo Darmawan, 09.311.020. **Pengaruh Iklan Politik Di Televisi dan Faktor Sosial Terhadap Sikap Pemilih Pemula. (Studi Pada Pemilih Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilu 2014 Di Kecamatan Manyar)**. Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, September, 2014.

ABSTRAK

Kampanye politik di Indonesia telah berkembang seiring dengan bertambah majunya teknologi dan perubahan sistem pemilihan secara langsung. Sistem pemilihan langsung (Pemilu) membuat persaingan antar kandidat politik semakin ketat. Pengerahan massa yang biasa menjadi agenda dalam berkampanye, sekarang berkembang dengan perang iklan politik pun marak terlihat di media televisi selama masa kampanye berlangsung. Partai, calon legislatif, calon presiden dan wakil presiden atau pun kepala daerah kini mengandalkan pemuatan iklan di televisi. Iklan politik di media televisi dianggap sebagai sarana yang efektif untuk meraup suara masyarakat.

Dengan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti bermaksud mencari tahu bagaimana persepsi masyarakat di Kota Gresik Kecamatan Manyar khususnya pemilih pemula terhadap iklan politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi sikap pemilih pemula di Kecamatan Manyar. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden, jenis data yang digunakan primer. Penelitian ini juga menguji dua variabel independen yaitu Iklan politik di televisi dan faktor sosial yang mempengaruhi Sikap pemilih pemula. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Iklan politik di televisi dan faktor sosial terhadap Sikap pemilih pemula dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Iklan politik di televisi dan faktor sosial berpengaruh terhadap Sikap pemilih pemula dalam pemilu 2014.

Kata kunci : Iklan Politik di televisi dan Faktor sosial terhadap Sikap pemilih pemula.