



**Pengaruh Terpaan Iklan Partai Perindo dan Berita Seputar Partai Perindo
di Televisi Terhadap Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo**

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Reza Muhammad Noor

14030113130137

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Reza Muhammad Noor
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030113130137
3. Tempat / Tanggal Lahir : Magelang/ 10 Februari 1995
4. Program : S1 Reguler/~~Diploma 3~~* FISIP-Undip
5. Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi
6. Alamat : RT 1/RW 04, Dusun Temanggal I, Desa
Bumirejo, Kaliangkrik, Kabupaten
Magelang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Terpaan Iklan Partai Perindo dan Berita Seputar Partai Perindo
di Televisi Terhadap Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo.**

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 13 Februari 2018

Pembuat Pernyataan,

Reza Muhammad Noor

NIM. 14030113130137

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Partai Perindo dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Terhadap Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo.

Penyusun : Reza Muhammad Noor

NIM : 14030113130137

Jurusan : Ilmu Komunikasi / S-1 Reguler

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 21 Maret 2018

Dekan

Wakil Dekan I

**Dr. Sunarto, M.Si
M.Si**

Dr. Hedi Pudjo Santosa,

NIP : 19660727.199203.1.001

NIP 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Much. Yulianto, S.Sos, M.Si
(.....)

Dosen Penguji :

1. Dra. Taufik Suprihatini, M.Si
(.....)
2. Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.Si
(.....)
3. Much. Yulianto, S.Sos, M.Si
(.....)

URIP IKU KUDU URUP

-Sunan Kalijaga-

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak bisa bertahan sendirian. Dengan ketulusan dan kerendahan hati,, penulis sampaikan terima kasih kepada :

1. Allah sang Maha Adil. Karena kehidupan yang diberikan inilah, penulis berkesempatan bertualang dan mendapat banyak hal.
2. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
4. Muchamad Yulianto S.Sos.MSi selaku Dosen Pembimbing skripsi. Terima kasih Mas Yul, atas segala bimbingan, nasihat, waktu, serta motivasi & semangat yang diberikan kepada penulis mulai dari awal pembuatan skripsi hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Taufik Suprihatini, M.Si dan Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.Si sebagai Dosen Penguji skripsi penulis. Terimakasih atas segala bimbingan, masukan dan arahnya.
6. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si selaku dosen Wali. Terimakasih Mas Agus atas bimbingan, arahan dan masukannya.
7. Responden penelitian yang berkenan menyisihkan waktunya.
8. Muhammad Darwin, Beki Novindari, dan Muhammad Azhar Al-Khadafi, ayah ibu dan adik dari penulis yang memberikan inspirasi, doa, dan pandangan hidupnya kepada penulis dari awal hidup hingga kini. Terimakasih atas segala yang diajarkan pada saya. Terimakasih selalu menjadi tempat ternyaman untuk berkeluh kesah.
9. Keluarga besar yang tak henti menanyakan kabar skripsi yang membuat penulis tak pernah lupa.
10. Untuk Chelsea Islan yang berkenan memberikan video motivasi sehingga penulis semakin bersemangat untuk mengerjakan skripsi.

11. Seluruh teman-teman Komunikasi angkatan 2013 yang berjuang senasib sepenanggungan dari awal kuliah hingga semester akhir. Terimakasih atas dukungannya selama ini.
12. Lingkaran-lingkaran diskusi yang senantiasa menerima marah dan sedih penulis. Sukses selalu.
13. Semua orang yang pernah mampir ke Wisma Gerr. Terima kasih telah meramaikan hidup saya.
14. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu oleh penulis.

ABSTRAKSI

Judul : Pengaruh Terpaan Iklan Partai Perindo dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Terhadap Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo

Indonesia adalah negara yang menganut sistem demokrasi dan multipartai atau sistem yang memungkinkan adanya lebih dari dua partai politik. Hal tersebut dijamin dalam Undang-Undang No.2 tahun 2008 tentang partai politik dimana disebutkan bahwa kemerdekaan berserikat, berkumpul, serta mengeluarkan pikiran dan pendapat merupakan hak asasi manusia yang diakui dan dijamin oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dengan system multipartai dan jaminan dari undang-undang tersebut, banyak bermunculan partai politikbaru di Indonesia. Salah satunya adalah Partai Persatuan Indonesia atau disingkat Perindo. Partai yang dideklarasikan pada tahun 2015 ini adalah partai yang dibentuk oleh Hary Tanoesoedibjo. Sebagai partai politik baru, Partai Perindo harus memiliki dukungan dari masyarakat. Beberapa hal yang dilakukan adalah dengan menayangkan iklan partai dan pemberitaan seputar partai di televisi. Menurut data dari KPU, jumlah usia pemilih terbanyak adalah pemilih pemula sehingga informasi dalam iklan dan berita seputar Partai Perindo di televisi didesain sedemikian rupa agar menarik bagi pemilih pemula. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan Partai Perindo dan terpaan berita seputar Partai Perindo di televisi terhadap persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo. Teori yang digunakan adalah Teori Terpaan Iklan (*Advertising Exposure Theory*), Teori Terpaan Informasi (*Informastion Exposure Theory*), dan Teori Kebutuhan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*). Populasi yang digunakan adalah mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro yang belum pernah ikut dalam Pemilu. Sedangkan sampel yang diambil adalah adalah 60 orang dengan metode *purposive sampling*.

Berdasarkan uji analisis regresi terhadap variabel Terpaan Iklan Partai Perindo di Televisi (X1), Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi (X2), dan Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo (Y), didapatkan hasil nilai koefisien determinasi regresi sebesar 71,3% dengan signifikansi sebesar nilai Sig. = 0,000 yang berarti > kriteria signifikan (0,05), Dengan demikian model persamaan regresi pengaruh variabel X terhadap variabel Y amat tinggi dan signifikansi antar variabel berdasarkan data penelitian adalah sangat signifikan. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kuat antara Terpaan Iklan Partai Perindo di Televisi (X1) dan Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi (X2) terhadap Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo (Y). Semakin tinggi terpaan iklan Partai Perindo di televisi dan terpaan berita seputar Partai Perindo di televisi maka semakin tinggi juga persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo. Disarankan desain iklan dan informasi dalam pemberitaan Partai Perindo diperbaiki agar hasil yang dicapai lebih baik dibandingkan sekarang.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Informasi, Persepsi, Pemilih Pemula, Partai Perindo

ABSTRACT

Title: Influence of Advertising Exposure of Perindo Party and Exposure of News About Perindo Party on Television to Perception of Beginner Voters About Perindo Party

Indonesia is a democratic and multiparty system or system that allows more than two political parties. It is guaranteed in Law No. 2 of 2008 on political parties where it is stated that freedom of association, assembly and expression of thoughts and opinions is a human right recognized and guaranteed by the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia. With multiparty system and guarantees of the law, many emerging new political parties in Indonesia. One of them is Partai Persatuan Indonesia or abbreviated as Perindo. The party declared in 2015 is a party formed by Hary Tanoesoedibjo. As a new political party, Perindo Party must have support from the community. Some of the things that are done is to show the party ads and news about the party on television. According to data from the KPU, the largest number of voter-age voters is that the information in advertisements and news about Perindo Party on television is designed in such a way as to appeal to beginner voters. This study aims to determine how much influence the exposure of Perindo Party advertising and exposure of news about the Perindo Party on television to the perception of beginner voters regarding the Perindo Party. Theories used are the Advertising Exposure Theory, Information Exposure Theory, and the Uses and Gratification Theory. The population used is Diponegoro University FISIP students who have never participated in the election. While the sample taken is 60 people with purposive sampling method.

Based on the analysis of regression analysis on Perx for Perindo Party Ads on Television (X1), Exposure of News Perindo Party on Television (X2), and Perception of Beginner Voters Regarding Perindo Party (Y), the result of regression coefficient value is 71,3% significance of Sig value. = 0.000 which means > significant criterion (0,05), Thus model of regression equation influence of variable X to variable Y is very high and significance between variables based on research data is very significant. Then it shows that there is a strong influence between Perpaan Iklan Perindo Party on Television (X1) and Terpaan Berita Seputar Perindo Party in Television (X2) to Perception of Beginner Voters Regarding Perindo Party (Y). The higher the exposure of Perindo Party advertisement on television and the exposure of Perindo Party news on television, the higher the perception of the beginner voters regarding Perindo Party. It is suggested that the advertising and information designs in the Perindo Party report be improved so that the results are better than now.

Keywords: Ad Inclusion, Information, Perception, Beginner Voters, Perindo Party

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, Atas Rahmat Allah penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Terpaan Iklan Partai Perindo dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Terhadap Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan Partai Perindo dan terpaan berita seputar Partai Perindo di televisi terhadap persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo.

Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab pertama berisikan masalah yang melatarbelakangi penelitian, tujuan dari penelitian ini, teori - teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran penelitian yaitu teori terpaan iklan, teori terpaan informasi, dan *uses and gratification theory* hingga metoda penelitian yang digunakan untuk meneliti pengaruh kompetensi pengaruh terpaan iklan Partai Perindo dan terpaan berita seputar Partai Perindo di televisi terhadap persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo. Bab kedua berisi gambaran umum mengenai Partai Perindo. Bab ketiga menguraikan temuan penelitian tentang terpaan iklan Partai Perindo di televisi, terpaan berita seputar Partai Perindo di televisi, dan persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo. Bab keempat berisi uji hipotesis dan pembahasan pengaruh terpaan iklan Partai Perindo dan terpaan berita seputar Partai Perindo di televisi terhadap persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo. Dan bab kelima berisi kesimpulan dan saran berdasarkan pada penelitian yang ada.

Penulis berharap skripsi ini dapat digunakan sebaik-baiknya. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi yang dibuat ini, maka dari itu penulis menerima kritik serta saran demi kemajuan penulis di masa yang akan datang.

Semarang, Februari 2018

Reza Muhammad Noor

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL DAN BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Signifikansi Penelitian.....	13
1.4.1. Signifikansi Teoritis	13
1.4.2. Signifikansi Praktis	13
1.4.3. Signifikansi Sosial.....	13
1.5. Kerangka Teori.....	13
1.5.1. Paradigma Penelitian	13
1.5.2. State of The Art.....	14
1.5.3. Teori Advertising Exposure.....	16
1.5.4. Teori Terpaan Informasi	19
1.5.5. Teori Uses and Gratification	22
1.6. Hipotesis.....	26
1.7. Definisi Konseptual dan Operasional	27
1.7.1. Definisi Konseptual	27
1.7.2. Definisi Operasional	27
1.7.2.1. Terpaan Iklan Partai Perindo di Televisi	27
1.7.2.2. Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi	28
1.7.2.3. Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo	28
1.8. Metode Penelitian	29
1.8.1. Tipe Penelitian	29
1.8.2. Populasi dan Teknik Sampling.....	29
1.8.2.1. Populasi.....	29
1.8.2.2. Sampel	29
1.8.2.3. Teknik Sampling.....	30
1.8.3. Jenis dan Sumber Data.....	31
1.8.3.1. Jenis Data.....	31
1.8.3.2. Data Primer.....	31
1.8.3.3. Data Sekunder.....	31
1.8.4. Skala Data.....	31

1.8.5.	Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.8.5.1.	Alat Pengumpulan Data	32
1.8.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.8.6.	Teknik Pengolahan Data.....	33
1.8.6.1.	Editing.....	33
1.8.6.2.	Koding.....	33
1.8.6.3.	Tabulasi.....	33
1.8.7.	Analisis Data	33
BAB II GAMBARAN UMUM PARTAI PERINDO.....		34
2.1	Gambaran Umum Partai Perindo.....	34
2.2	Sejarah Partai Perindo.....	38
2.3	Profil Partai Perindo	39
2.3.1	Visi.....	39
2.3.2	Misi	39
BAB III TEMUAN PENELITIAN TENTANG PENGARUH TERPAAN IKLAN PARTAI PERINDO DAN BERITA PARTAI PERINDO DI TELEVISI TERHADAP PERSEPSI PEMILIH PEMULA MENGENAI PARTAI PERINDO		40
3.1	Profil Responden.....	41
3.1.1.	Jurusan	41
3.1.2.	Usia	42
3.2	Terpaan Iklan Partai Perindo di Televisi.....	42
3.2.1.	Durasi	43
3.2.2.	Frekuensi	44
3.2.3.	Tingkat Perhatian	45
3.2.4.	Keseriusan	46
3.3	Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi	48
3.3.1.	Durasi.....	49
3.3.2.	Frekuensi	50
3.3.3.	Keseriusan.....	51
3.4	Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo	52
3.4.1	Penerimaan	54
3.4.2	Perhatian.....	56
3.4.3	Ketertarikan.....	58
3.4.4	Penilaian	60
3.4.5	Harapan.....	70
BAB IV UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN PENGARUH TERPAAN IKLAN PARTAI PERINDO DAN BERITA SEPUTAR PARTAI PERINDO DI TELEVISI TERHADAP PERSEPSI PEMILIH PEMULA MENGENAI PARTAI PERINDO		73
4.1.	Uji Asumsi Data.....	74
4.1.1.	Uji Validitas	74
4.1.2.	Uji Reliabilitas	79
4.1.3.	Uji Normalitas.....	80
4.1.4.	Uji Linearitas.....	81
4.1.5.	Uji Heterodeksitas.....	81
4.2.	Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	82

4.3. Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran.....	88
Daftar Pustaka	89
Lampiran	
Daftar Tabel dan Bagan	
Tabel 3.1 Jurusan yang Ditempuh Responden.....	41
Tabel 3.2 Usia	42
Tabel 3.3 Durasi Menonton Televisi dalam Satu Minggu	43
Tabel 3.4 Frekuensi Responden Melihat Iklan Partai Perindo Ketika Menonton Televisi	44
Tabel 3.5 Responden Melihat Tayangan Iklan Partai Perindo.....	45
Tabel 3.6 Keseriusan Responden Saat Melihat Tayangan Iklan Partai Perindo	46
Tabel 3.7 Kemampuan Responden Untuk Menyebutkan Versi Iklan Partai Perindo	47
Tabel 3.8 Kemampuan Responden Menyebutkan Visi dan Misi Partai Perindo	48
Tabel 3.9 Durasi Menonton Televisi dalam Satu Minggu	49
Tabel 3.10 Lama Waktu Konsumsi Berita Seputar Partai Perindo di Televisi dalam Satu Minggu	50
Tabel 3.11 Frekuensi Menonton Tayangan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi dalam Satu Minggu	50
Tabel 3.12 Kemampuan Responden Untuk Melihat Tayangan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Secara Seksama	51
Tabel 3.13 Kemampuan Responden Menyebutkan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi.....	52
Tabel 3.14 Penerimaan Pesan Dalam Iklan Partai Perindo di Televisi.....	54
Tabel 3.15 Penerimaan Pesan Dalam Berita Seputar Partai Perindo di Televisi	55
Tabel 3.16 Frekuensi Responden Melihat Tokoh Iklan Partai Perindo	56
Tabel 3.17 Kemampuan Responden Menyebutkan Menggambarkan dan Menyebutkan Ciri Iklan Partai Perindo di Televisi	56
Tabel 3.18 Kemampuan Responden Menyebutkan Tagline Partai Perindo Secara tepat	57
Tabel 3.19 Keinginan Responden Untuk Mengakses Berita Seputar Partai Perindo.....	58

Tabel 3.20 Referensi Untuk Mengakses Berita Seputar Partai Perindo.....	59
Tabel 3.21 Informasi Dalam Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Memberikan Gambaran Mengenai Partai Perindo	60
Tabel 3.22 Informasi Dalam Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Memiliki Kualitas yang baik.....	61
Tabel 3.23 Kesesuaian Iklan Partai Perindo dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi dengan Penggambaran Partai Perindo.....	62
Tabel 3.24 Tingkat Kemenarikan Tayangan Iklan Partai Perindo di Televisi	63
Tabel 3.25 Informasi Dalam Iklan dan Berita Seputar partai Perindo dapat Dipertanggung Jawabkan Berdasarkan Keadaan di Masyarakat Saat Ini	64
Tabel 3.26 Partai Perindo adalah Partai yang Baik Berdasarkan Iklan dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi	65
Tabel 3.27 Iklan Partai Perindo di Televisi Mempengaruhi Keputusan Pemilih Pemula.....	66
Tabel 3.28 Pesan dalam Iklan Partai Perindo Sangat Mewakili Visi dan Misi Partai	67
Tabel 3.29 Pesan dalam Iklan dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Sangat Mewakili Tagline Partai.....	68
Tabel 3.30 Informasi Dalam Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Bermanfaat bagi Pemirsa	69
Tabel 3.31 Informasi Dalam Iklan dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Membuat Responden Percaya Pada Partai Perindo.....	69
Tabel 3.32 Iklan Partai Perindo di Televisi Sudah Memenuhi Standar Iklan yang Baik dan Meyakinkan.....	70
Tabel 3.33 Berita Seputar Partai Perindo di Televisi Termasuk Berita yang Mendidik	71
Tabel 3.34 Kesesuaian Harapan terhadap Partai Perindo sebagai Partai Politik Berdasarkan Informasi dalam Iklan Partai Perindo dan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi.	72
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas Terpaan Iklan Partai Perindo di Televisi dengan R Tabel= 0,254	75
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi dengan R Tabel= 0,254	76
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo dengan R Tabel= 0,254.....	77
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Iklan Partai Perindo di Televis	79
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi.....	79

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo	80
Tabel 4.7 Keinginan Responden Untuk Mengakses Berita Seputar Partai Perindo.....	84

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Matriks Penelitian

Lampiran 3 Koding

Lampiran 4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Lampiran 5 ANOVA Table

Lampiran 6 Uji Heterodeksitas

Lampiran 7 Uji Regresi Linier Sederhana

