

Widya Satriyo Nugroho. (5060809). Studi Deskriptif Sikap Pemilih Pemula di Fakultas Psikologi Universitas Surabaya terhadap Iklan Partai GERINDRA. Skripsi. Sarjana Strata 1. Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Sosial (2010).

INTISARI

Sistem pemilihan umum (pemilu) pada tahun 2009, khususnya pemilu legislatif, menganut pada sistem proporsional terbuka, dimana pemilih dapat secara langsung memilih calon anggota legislatif yang diusung oleh partai masing-masing. Situasi ini kemudian memunculkan persaingan, baik dalam level partai maupun calon anggota legislatif untuk memperoleh suara sebanyak – banyaknya dari rakyat. Salah satu caranya adalah dengan melalui iklan, seperti yang dilakukan partai GERINDRA. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana sikap pemilih pemula terhadap iklan partai GERINDRA dan faktor apa yang mempengaruhinya. Pemilih pemula dipilih karena selama ini selalu dianggap buta akan politik, meski sebenarnya memiliki potensi besar bila menyumbangkan suara mereka.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan akan menggunakan metode gabungan antara kuantitatif dan kualitatif dalam pelaksanaannya. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan angket dan *focus group discussion*. Pada tahap kuantitatif, responden sejumlah 40 orang akan diperlihatkan iklan partai GERINDRA dan diberikan angket untuk mengukur sikap mereka terhadap iklan. Pada *focus group discussion*, responden berjumlah sebanyak tiga orang yang dipilih dari responden yang memiliki sikap positif terhadap iklan partai GERINDRA. Data yang diperoleh kemudian akan dianalisis dengan teknik statistik deskriptif yaitu melalui distribusi frekuensi dan presentase, serta ditunjang dengan data kualitatif

Hasilnya menunjukkan bahwa responden memiliki sikap antara cukup positif dan positif terhadap iklan partai GERINDRA. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilih pemula memiliki sikap yang cenderung positif terhadap iklan partai GERINDRA. Hal yang menarik mereka untuk menyaksikan iklan tersebut adalah aspek ilustrasi visual yang dimunculkan dalam iklan. Sedangkan hal yang membuat responden tidak tertarik menyaksikan iklan adalah aspek suara dalam iklan. Selain itu, diperoleh hasil bahwa terdapat keterkaitan antara frekuensi menyaksikan iklan di televisi dengan sikap pemilih pemula terhadap iklan tersebut.

Kata kunci : Pemilih pemula, iklan partai politik, sikap, pemilihan umum