

IKLAN POLITIK BALIHO DAN TAYANGAN IKLAN POLITIK RIAU TELEVISI FIRDAUS-AYAT TERHADAP PEMBERIAN SUARA PEMILIH PEMULA PADA PILKADA PEKANBARU 2017

Aang Chaarnaillan, Muhammad Firdaus dan Belli Nasution
Email: chaarnaillan@gmail.com

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas, Km 12,5 Panam Pekanbaru, 28293
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Local leader election is a political recruitment, that is the selection of people to nominate themselves as regional head either governor or deputy governor, vice regent or deputy regent and vice mayor or deputy mayor. The background of this issue that aimed at finding out how big influence of political advertising billboards and the impression of political advertising to young voters at Taruna Satria Vocational High school Pekanbaru in local leader election Pekanbaru 2017.

In This research, the researcher used quantitative research, with correlation analysis and multiple linear regression. The variables in this study are (X_1), political advertising billboards, (X_2) political ad impressions, and young voters (Y). The population of this research was all of the tenth grade students. The total number was 200 students, by taking samples of 90 students and the writer used random sampling technique. The method of data collection was done by distributing questionnaires which was filled by students of Taruna Satria Vocational High School Pekanbaru. To analyze the data, the writer used correlation product moment (PPM) by using software SPSS 16.

After analyzing the data, the writer found that partially political advertising billboard not affect to young voters. While the impressions of political advertising had a positive effect on young voters. Simultaneously political advertising billboards and the impression of political

advertising positively affects to young voters at Taruna Satria Vocational High School Pekanbaru with percentage of 54%, meanwhile the remaining 46% was influenced by other factors.

Keywords : Young Voters, Political Advertising and Outdoor Media

Abstrak

Pemilihan Kepala Daerah merupakan rekrutmen politik, yaitu penyeleksian rakyat terhadap tokoh-tokoh yang mencalonkan diri sebagai kepala daerah baik Gubernur/wakil gubernur, bupati/wakil bupati atau walikota/wakil walikota. Latar belakang masalah ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan politik baliho dan tayangan iklan politik Firdaus-Ayat terhadap pemberian suara pemilih pemula di Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Satria Pekanbaru pada Pemilihan Kepala Daerah kota Pekanbaru tahun 2017.

Pada penelitian ini, Penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, dengan pendekatan analisis korelasi dan regresi linear berganda. Variabel dalam penelitian ini adalah (X_1) iklan politik baliho, (X_2) tayangan iklan politik, dan (Y) pemberian suara pemilih pemula. Populasi penelitian ini adalah seluruh kelas 12 yang berjumlah 200 siswa, dengan mengambil sampel siswa 90 sampel dengan teknik pengambilan *random sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner

yang diisi oleh siswa SMK Taruna Satria Pekanbaru. Untuk analisis data, penulis menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (PPM) dengan menggunakan *software* SPSS 16.

Setelah data di analisis, penulis menemukan bahwa secara parsial iklan politik baliho tidak berpengaruh terhadap pemberian suara pemilih pemula.

Kata kunci : Pemilih Pemula, Iklan Politik dan Media Luar Ruang.

Pendahuluan

Pemilihan Kepala Daerah didasarkan pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang ditujukan untuk mengatur bentuk pemerintahan sesuai dengan otonomi daerah dengan salah satu amanat tentang pelaksanaan pemilihan Kepala Daerah (pilkada) secara langsung. Pilkada secara langsung merupakan momentum besar dalam proses membangun demokrasi di Indonesia.

Pilkada langsung dipandang sebagai mekanisme rekrutmen politik yang demokratis karena memberi peluang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat untuk menentukan para pemimpin yang nantinya diharapkan akan mampu menciptakan pemerintahan daerah yang akuntabel dan kredibel. Dalam hal ini, pemilih pemula sebagai pemilih mendapat perhatian yang khusus dari para pasangan calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Ini dilakukan karena pada pemilihan Kepala Daerah secara langsung, pemilih pemula memiliki peranan yang

Sedangkan tayangan iklan politik berpengaruh positif terhadap pemberian suara pemilih pemula. Secara simultan iklan politik baliho dan tayangan iklan politik berpengaruh positif terhadap pemberian suara pemilih pemula di SMK Taruna Satria Pekanbaru dengan persentase 54% sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh faktor lain.

sangat penting sebagai penentu kemenangan pasangan calon kepala daerah, sehingga kegiatan atau program para kandidat dalam rangka memenangkan pemilihan tersebut terfokuskan pada pemberian suara pemilih pemula.

Dalam Pemilihan Umum (pemilu), partai politik biasanya berlomba-lomba memasang iklan di media massa untuk menarik simpati khalayak, dimana mereka mengharapkan iklan-iklan tersebut dapat mempersuasi masyarakat, untuk memilih partai politik yang memasang iklan. Undang-Undang Pemilu No.12 Tahun 2003 Pasal 73 telah mengatur bahwa media elektronik dan media cetak wajib memberikan kesempatan yang sama kepada peserta pemilu untuk memasang iklan pemilu dalam rangka kampanye.

Pada bulan februari 2017 yang lalu, Kota Pekanbaru kembali menentukan pilihan politiknya. Sudah biasa memang bagi para pemilih yang sudah pernah mengikuti Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada), namun lain halnya dengan para pemilih yang baru bisa

memilih karena faktor umur yang belum cukup, mengingat pasal 1 ayat (22) UU No 10 tahun 2008 yang menuliskan : pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin. Mengingat para pemilih pemula ini adalah pemilih yang baru mulai memilih, maka menarik untuk dikaji bagaimana pemberian suara mereka dalam Pemilu Pilkada Pekanbaru. Dan bagaimana pengaruh Iklan politik bagi mereka.

Salah satu kelompok pemilih yang patut dipertimbangkan adalah pemilih pemula. Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Taruna Satria Pekanbaru adalah salah satu pemilih pemula yang akan menentukan pilihannya pada Pilihan Kepala Daerah Kota Pekanbaru tahun 2017. Menurut observasi yang peneliti lakukan di SMK Taruna Satria Pekanbaru dengan para siswa, siswa sebenarnya kurang begitu percaya akan iklan politik tapi mereka lebih melihat *track record* pada sosok calon kandidat. Serta siswa kurang begitu paham mengenai politik yang sebenarnya, yang mereka tahu politik itu hanya sebuah taktik untuk memperoleh kekuasaan dan mereka juga kurang mengerti hal-hal yang tidak diperbolehkan dalam berpolitik. Begitu pula mengenai pilkada kota pekanbaru, mereka hanya mengetahui kewajiban mereka hanya ikut serta dalam pilkada tanpa tahu esensi dari

pemilu/pilkada itu apa, dan seberapa besar pengaruh suara mereka serta peran mereka dalam menentukan kehidupan kota pekanbaru kedepannya.

Nursal (2004:243) partisipasi siswa baru sampai tingkat *awareness* (kesadaran) dan *knowledge* (pengetahuan) tetapi belum pada tahap selanjutnya yaitu *liking* (kesukaan), *preference* (preferensi) apalagi *conviction* (keyakinan) untuk menentukan pilihan, hal demikian dikarenakan maraknya isu-isu yang ada di kota Pekanbaru sehingga sulit untuk menentukan pilihan.

Menurut data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru, jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Pekanbaru 2017 untuk pemilih pemula yaitu sebanyak 17.601. Pemilih laki-laki sebanyak 9.036 dan pemilih perempuan 8.565. Berikut ini adalah data lengkap daftar pemilih pemula Kota Pekanbaru tahun 2017.

Tabel 1
Data Pemilih Tetap Pilkada Kota Pekanbaru 2017

No	Kecamatan	Jumlah TPS	Jumlah Pemilih Pemula		
			L	P	Total (%)
1	Bukit Raya	176	835	764	1.599 (2.77)
2	Lima Puluh	97	369	398	767 (2.89)
3	Marpoyan Damai	256	1.083	1.083	2.166 (2.93)
4	Payung Sekaki	181	879	826	1.705 (2.9)
5	Pekanbaru Kota	55	207	218	425 (2.81)
6	Rumbai	125	775	698	1.473 (3.71)
7	Rumbai Pesisir	152	834	766	1.600 (3.53)
8	Sail	47	245	210	455 (2.6)
9	Senapelan	89	336	355	691 (3.17)
10	Sukajadi	99	433	391	824 (2.95)
11	Tampan	286	1.501	1.356	2.857 (3.14)
12	Tenayan Raya	233	1.539	1.500	3.039 (3.14)
Total		1.796	9.036	8.565	17.601 (3.08)

Sumber KPU Kota Pekanbaru 2017

Dari tabel diatas, data KPU Kota Pekanbaru menyatakan bahwa kecamatan Tenayan Raya memiliki jumlah terbesar Daftar Pemilih Tetap (DPT) pemilih pemula dengan jumlah sebanyak 3.039. kemudian kecamatan Tampan sebanyak 2.857. Secara keseluruhan Daftar Pemilih Tetap (DPT) pemilih pemula kota Pekanbaru yaitu sebanyak 17.601 dan jumlah Tempat Pemungutan Suara yaitu sebanyak 1.796.

Berbagai macam cara ditempuh oleh pasangan-pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Pekanbaru sebagai upaya untuk mendapatkan suara serta dipilih oleh masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pasangan calon kepala daerah untuk mempengaruhi pemilih pemula adalah dengan iklan politik atau kampanye. Salah satu contoh kampanye yang dilakukan oleh pasangan

Firdaus-Ayat adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan di kota Pekanbaru serta membangkitkan dan mengembangkan perpustakaan yang di giatkan ke sekolah-sekolah. Perpustakaan merupakan jantung bagi sekolah untuk meningkatkan sumber daya manusia, berfungsi sebagai wahana pendidikan, penelitian, informasi, dan rekreasi. Dengan menggunakan strategi tertentu melalui kampanye tersebut pasangan calon walikota Pekanbaru dapat menyampaikan berbagai informasi dan pesan-pesan politik dengan tujuan untuk membentuk dan mempengaruhi opini, sikap dan perilaku masyarakat, sehingga mereka mau memberikan dukungan dan suara kepada calon tersebut.

Pemilihan media massa yang dapat menjangkau banyak khalayak menjadi pilihan kandidat, meskipun dengan konsekuensi biaya yang sangat tinggi. Semua dilakukan demi mencari, dan memantapkan sikap dan pilihan dari para pemilihnya. Berjejalnya iklan politik akhirnya membuat pemilih merasa bingung membedakan sosok kandidat dan partai politik satu dengan lainnya. Masyarakat seolah dibombardir dengan bujukan dan rayuan dari beragam strategi kampanye politik yang malah menjauhkan mereka dari kebutuhannya yaitu informasi yang relevan berkaitan dengan siapa sosok, kompetensi serta program yang dimiliki kandidat dan partai politik.

Media yang biasa digunakan iklan pada saat kampanye adalah billboard (baliho), surat kabar, radio dan televisi. Melalui iklan politik para pasangan calon bisa mengomunikasikan pesan-pesannya, idenya, programnya kepada para calon pemilih (Bungin, 2008: 280). Untuk lebih mendekatkan pemahaman mengenai pesan iklan politik, Bovee menyatakan bahwa pesan iklan adalah apa yang direncanakan untuk disampaikan dalam iklan dan bagaimana perencanaan penyampaian pesan itu secara verbal dan nonverbal (Sumartono, 2002: 280).

Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat agar mereka mengambil keputusan untuk memilih

mereka pada Pilkada. Billboard (baliho), surat kabar, radio dan televisi merupakan media yang biasanya digunakan iklan politik. Dengan demikian pasangan calon bisa mengomunikasikan pesan-pesan, ide, program serta visi-misinya kepada calon pemilih. Visi-misi yang dipaparkan oleh calon kandidat walikota Pekanbaru yaitu mewujudkan kota Pekanbaru sebagai kota Metropolitan Madani, perdagangan, jasa dan industri menuju masyarakat yang agamis, sehat, cerdas dan sejahtera. Kota Metropolitan Madani adalah suatu tekad bagi pengembangan kota ber peradaban dan siap menyongsong tantangan masa depan.

Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya, yaitu bersifat audio visual (didengar dan dilihat) dapat menggambarkan kenyataan dan dapat langsung menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.

Salah satu fungsi media penyiaran adalah tempat untuk beriklan merupakan sumber pendapatan utama bagi media penyiaran. Stasiun penyiaran berkeinginan untuk mendapatkan sebanyak mungkin pemasang iklan. Namun hal ini sulit dilakukan tanpa memperhitungkan jenis media massa lainnya yang menjadi pesaing

stasiun penyiaran dalam menjangkau iklan. Salah satu tujuan pokok dari pemasangan iklan politik adalah untuk membangun pencitraan. Proses membangun pencitraan bagi seorang tokoh politik baru dan belum banyak dikenal masyarakat, relatif membutuhkan usaha yang lebih berat dibandingkan tokoh politik yang sudah mapan dan telah banyak dikenal oleh masyarakat.

Karena itu, iklan politik di media luar ruang dipakai sebagai langkah awal memperkenalkan diri dan menumbuhkan citra yang baik pada khalayak luas. Namun, menurut Dan Nimmo iklan politik lebih banyak difokuskan pada khalayak yang independen dan belum memiliki tingkat afiliasi kuat dengan tokoh tertentu. Karena, semakin kuat afiliasi seseorang dengan tokoh politik tertentu, maka akan sulit bagi iklan politik untuk menanamkan nilai persuasifnya. Pemilih pemula merupakan segmen pemilih yang dianggap masih independen dan belum memiliki afiliasi kuat pada tokoh politik atau partai politik tertentu. Karena itu kampanye politik pada pemilih pemula cukup menarik untuk diteliti.

Dari uraian diatas, peneliti mengambil asumsi dasar sebagai berikut:

1. Iklan politik di media luar ruang dan televisi merupakan salah satu media komunikasi yang banyak digunakan calon kepala

daerah sebagai sarana kampanye politik.

2. Iklan politik di media luar ruang dan televisi mengarah pada suatu bentuk komunikasi.
3. Iklan politik melalui media luar ruang dan televisi akan mempengaruhi pemberian suara (perilaku) pemilih pemula di SMK Taruna Satria Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka alasan mengapa peneliti memilih pemilih pemula karena kelompok pemilih pemula umumnya belum memiliki pengalaman politik yang cukup dan keterikatan terhadap partai politik tertentu yang kemudian membuka peluang yang sangat besar untuk dirangkul kandidat mana pun. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan ilmiah yang bersifat awal yang dapat dikonfirmasi atau diintegrasikan ke dalam penelitian lain demi kesimpulan yang lebih valid.

Rumusan Masalah

Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : “seberapa besar pengaruh Iklan politik baliho dan tayangan iklan politik Riau Televisi Firdaus-Ayat terhadap pemberian suara pemilih pemula di Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Satria Pekanbaru pada Pemilihan Kepala Daerah kota Pekanbaru tahun 2017 ?”

Tinjauan Pustaka

Iklan

Istilah iklan sering dinamai dengan sebutan yang berbeda-beda. Di Amerika seperti halnya di Inggris, disebut dengan *advertising*. Sementara itu di Prancis disebut dengan *reclamare* yang berarti meneriakkan sesuatu secara berulang-ulang, sementara dalam bahasa Arab iklan disebut *I'lan* (Widyatama 2007:13). Iklan sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Iklan dapat ditemui dimana saja, mulai dari surat kabar, majalah, televisi, sampai dengan *billboard* di jalan raya. Iklan merupakan bentuk penyampaian pesan atau informasi melalui media kepada publik.

Menurut Ralph S dalam Morrison, M.A (2010:17), iklan adalah segala bentuk komunikasi *nonpersonal* tentang suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang di bayar oleh sponsor tertentu.

Televisi

Televisi adalah suatu media Ko¹ Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 4, Desember 2018, hlm 463
hib
memanfaatkan informasi yang disajikan secara massal oleh televisi, (Bland, 2001:88). Media televisi dalam bahasa Inggrisnya *Television* diartikan melihat jauh, disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi disuatu tempat (*studio televisi*) dapat dilihat dari tempat “lain” melalui sebuah perangkat penerima

atau receiver (Televisi Set), (Rahman, 2005:05).

Jadi, media Televisi adalah media yang memberikan informasi kepada *audiens* berupa Audio Visual yang saling sinkron, sehingga dapat di saksikan dan didengar dengan baik, melalui perantara Receiver dan satelit, yang kemudian dihubungkan ke TV yang dipasang dirumah-rumah.

Iklan Politik

Secara kondisional selain berfungsi memberikan pemahaman tentang keberadaan suatu produk, iklan sekaligus menjadi “mediasi dalam membujuk konsumen untuk secara suka rela mencoba atau membeli produk yang ditawarkan”. Artinya, melalui iklan yang menawarkan aneka ragam kebutuhan (termasuk iklan politik dengan isi pesan politik) diupayakan agar kebutuhan konsumen (pemilih) dapat dicapai.

Secara lebih umum klasifikasi iklan dapat dikategorikan berdasarkan target iklan media, dan o^{vee} mengatakan iklan dapat diklasifikasikan berdasarkan empat kategori:

- a. Target audiens: pemakai iklan atau bisnis seperti industrial, perdagangan, professional, pertanian.
- b. Wilayah geografis: internasional, nasional, regional atau lokal.

- c. Penggunaan media: media cetak (Koran, majalah), media elektronik (radio, televisi), media luar rumah (baliho, spanduk, poster).

Pemilihan Umum Kepala Daerah

Pemilu merupakan mekanisme memilih wakil-wakil atau pejabat-pejabat yang akan mengatas namakan rakyat dalam melaksanakan tugas-tugas mereka. Dengan kata lain ketika warga memilih wakil-wakil atau pejabat-pejabat untuk mewakili mereka di dalam Pemilu maka warga sekaligus memberikan mandat pada para wakil dan pejabat tersebut untuk dan atas nama rakyat, membuat dan mengambil keputusan atau kebijakan dan melaksanakan program untuk kepentingan mereka. Untuk memperoleh wakil atau pejabat yang mengatas namakan rakyat maka pemilihan harus demokratis.

Pemilih Pemula

Menurut pasal 1 ayat (22) UU No 10 tahun 2008, pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin, kemudia pasal 19 ayat (1 dan 2) UU No. 10 tahun 2008 menerangkan bahwa pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga negara Indonesia yang didaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar

pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin.

Teori S-O-R

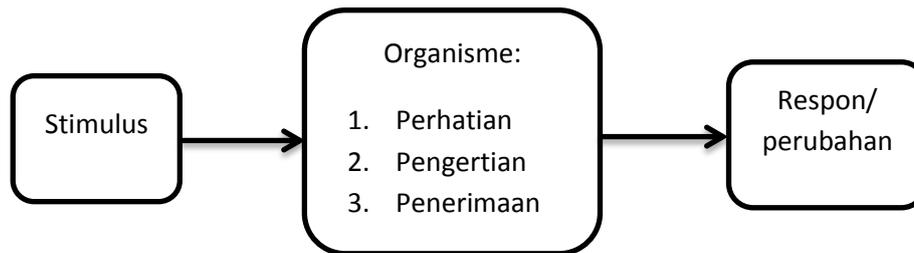
Teori S-O-R mengemukakan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisis dari stimulus yang diberikan dan mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung oleh hukum maupun penghargaan sesuai dengan reaksi. (Rakhmat, 2004:59). Teori ini berpendapat bahwa setiap tingkah laku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau respon terhadap suatu stimulus. Stimulus adalah peristiwa yang terjadi baik diluar maupun didalam tubuh manusia yang menyebabkan timbulnya suatu perubahan tingkah laku. Perubahan tingkah laku yang disebabkan oleh danya stimulus itulah yang disertai respon.

Iklan Politik Baliho, Aang Charnaillan, hlm 464 ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapakan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

- a. Pesan (stimulus, S).
- b. Komunikasi (organism, O).
- c. Efek (Response, R).

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber

komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.



Sumber : (Effendi, 2013)

Gambar 1. Teori S-O-R

Teori Konvergensi Media

Konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan. Konvergensi media biasanya merujuk pada perkembangan teknologi komunikasi digital yang dimungkinkan dengan adanya konvergensi jaringan.

Konvergensi jaringan adalah koeksistensi efisien telepon, video dan komunikasi data dalam satu jaringan tunggal menawarkan kenyamanan dan fleksibilitas. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 4, Desember 2018, hlm 465

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2012:11) penelitian

kuantitatif dapat diartikan sebagai: Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan pendekatan analisis korelasi dan regresi linear berganda. Karena penelitian ini merupakan penelitian korelasional, maka penelitian ini sejauh mana pengaruh faktor lain berdasarkan koefisien korelasinya (Julia, 2008:21). Sedangkan analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel sebagai keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2010:55). Populasi digeneralisasikan yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari, kemudian ditarik kesimpulan (Kriyantoro, 2006:151).

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantoro, 2006:151). Sejalan dengan pendapat Danang Suyunto (2013:13) sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Ukuran dan keragaman sampel menjadi penentu baik tidaknya sampel yang diambil.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini digunakan beberapa cara yaitu:

- a. Angket/kuisisioner yaitu bentuk per Iklan Politik Baliho, Aang Charnaillan, hlm 466 tayangan iklan politik riau telah disusun untuk diberikan kepada responden, dengan tujuan memperoleh data primer. Data primer menyangkut iklan politik baliho dan tayangan iklan politik riau televisi terhadap pemberian suara pemilih pemula.

- b. Observasi adalah pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan cara terjun langsung ke lapangan, dimana penulis tidak memposisikan dirinya sebagai anggota kelompok yang diteliti (Kriyantono, 2006). Observasi dalam penelitian ini berguna untuk menjelaskan, memerberikan dan merinci gejala yang terjadi.
- c. Dokumentasi yaitu mencari data-data yang dibutuhkan guna melengkapi data penelitian.

Operasional Variabel

Variabel-variabel yang akan diteliti tersebut dapat disebut juga sebagai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2014:38) menjelaskan, variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal/variabel tersebut yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Peneliti menggunakan variabel *independent* iklan politik baliho (X₁) dan variabel *dependent* tayangan iklan politik riau televisi (X₂), dan variabel *dependent* pemberian suara (perilaku) pemilih pemula.

1. Iklan politik baliho (variabel X₁)
 - a. Penampilan
 - b. Pemasangan iklan
 - c. Isi pesan

2. Tayangan iklan politik riau televisi (variabel X₂)
 - a. Frekuensi
 - b. Durasi
 - c. Perhatian
3. Pemberian suara (perilaku) pemilih pemula (variabel Y)
 - a. Pemilih rasional
 - b. Pemilih tradisional
 - c. Pemilih kritis
 - d. Pemilih skeptis

Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesalahan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 20014:137).

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*.

Rumus korelasi Pearson Product Moment (PPM)

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana : r_{xy} = Koefisien PPM variabel X terhadap Y
 N = Jumlah sampel
 X = Skor dari tiap-tiap Item
 Y = Jumlah dari skor Item

Dengan kriteria pengujian apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ $\alpha = 0.05$ maka alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut adalah tidak valid.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas akan dilakukan dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Nazaruddin, 2005).

Pengujian reabilitas dilakukan dengan *cronbach's alpha*. Reabilitas adalah angka indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan, dengan kata lain reabilitas menunjukkan suatu konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala yang sama. Pengukuran reliabilitas dikatakan reliabel bila koefisein $r_{11} > 0.6$. pengukuran tersebut dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis ini menggunakan analisis korelasi-regresi yaitu perhitungan

yang didasarkan pada kuesioner yang disebar. Didahului dengan analisis Korelasi Produk Moment (PPM), dimana setelah menghitung besarnya kontribusi yang diberikan variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y. Hasil perhitungan dalam bentuk prosentase yang selanjutnya akan diuraikan dalam bentuk kesimpulan terhadap masalah yang diteliti.

Sedangkan teknik analisis Regresi berganda yaitu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahan dapat diperkecil. Adapun analisis regresi akan memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Selain itu pula akan dilakukan uji

signifikansi dan uji linieritas variabel X terhadap variabel Y.

Rumus Regresi Linier

Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

- Y = Variabel Terikat
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X_1 = Variabel Bebas Pertama
- X_2 = Variabel Bebas Kedua

Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor dalam variabel penelitian ini dapat menggunakan analisis regresi linear berganda yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel. 2
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	1.240	2.039
Iklan Politik Baliho (X_1)	.149	.088
Tayangan Iklan Politik Riau Televisi (X_2)	.498	.085

Sumber : data olahan spss 16

Dari hasil output di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1.240 + 0.149 X_1 + 0.498 X_2$$

Dari hasil perhitungan dan persamaan analisis statistik koefisien regresi linear

berganda di atas dapat dilihat nilai variabel terikat (Y) akan ditentukan oleh variabel (X_1 dan X_2) dapat dimaknai bahwa setiap peningkatan penilaian pada satuan.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh

parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Dalam pengujian pengaruh iklan politik media luar ruang dan pemilih pemula terhadap pemberian suara pemilih pemula, penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

Ho : Tidak ada pengaruh iklan politik baliho dan tayangan iklan politik secara parsial terhadap pemberian suara pemilih pemula.

Ha : Ada pengaruh iklan politik baliho dan tayangan iklan politik secara parsial terhadap pemberian suara pemilih pemula.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh besarnya nilai koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel bebas yang diteliti.

Tabel 3
Uji t (Uji Parsial)

Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 4, Desember 2018, hlm 469

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.240	2.039		.608	.545
Iklan Politik Baliho (X_1)	.149	.088	.174	1.695	.094
Tayangan Iklan Politik Riau Televisi (X_2)	.498	.085	.602	5.857	.000

Sumber: data olahan SPSS 16

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dibuktikan kebenaran hipotesis secara parsial dengan ketentuan :

- a) Jika nilai sig < 0.05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai sig > 0.05, atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada

taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$).dalam taraf 0.05 uji yang dilakukan adalah dua sisi sehingga signifikansi pada tabel adalah 0.025. Rumus untuk mencari t_{tabel} dalam penelitian ini adalah :

$$Df = n - 2 - 1$$

Dimana n : Jumlah sampel
2 : Jumlah variabel independen (X_1 dan X_2)
1 : Konstanta

$$\text{Maka, } df = 90 - 2 - 1$$

$$= 87$$

Nilai $t_{tabel} = 87$ pada taraf signifikan sebesar 0.025 adalah 1.991.

Hasil pengujian hipotesis untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut :

a) Hipotesis pertama (H_1)

Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar Iklan Politik Baliho, Aang Charnaillan, hlm 470
 hitung $1.695 > t_{tabel} 1.991$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh iklan politik baliho (X_1) terhadap pemberian suara pemilih pemula (Y).

b) Hipotesis kedua (H_2)

Diketahui Sig. Untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar 0.000 > 0.05 dan nilai $t_{hitung} 5.857 > t_{tabel} 1.991$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh tayangan iklan politik (X_2) terhadap pemberian suara pemilih pemula (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Untuk mengetahui apakah variabel independen (iklan politik baliho dan tayangan iklan politik) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (pemberian suara pemilih pemula) dapat dilakukan dengan uji F. Dalam pengujian ini penulis merumuskan berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh dari iklan politik baliho dan tayangan iklan politik secara bersama-sama (simultan) terhadap pemberian suara pemilih pemula.

Ha : Ada pengaruh dari iklan politik baliho dan tayangan iklan politik secara bersama-sama (simultan) terhadap pemberian suara pemilih pemula.

Untuk lebih jelasnya disajikan hasil uji F yang diperoleh dengan menggunakan SPSS sebagai berikut :

Tabel 4
Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	706.032	2	353.016	51.434	.000 ^a
	Residual	597.123	87	6.863		
	Total	1303.156	89			

a. Predictors: (Constant), Tayangan Iklan Politik Riau Televisi (X_2), Iklan Politik Baliho (X_1)

Sumber : olahan data SPSS 16

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dibuktikan kebenaran hipotesis secara simultan dengan ketentuan :

- a) Jika nilai sig < 0.05, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai sig > 0.05, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Selanjutnya untuk pembuktian hipotesis penelitian ini apakah semua variabel bebas secara bersama-sama simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan uji statistik. Rumus untuk mencari F_{tabel} adalah sebagai berikut :

$$Df2 = n-k-1$$

Dimana n : jumlah sampel
 k : jumlah variabel bebas
 1 : konstanta

Maka, $df2 = 90-2-1$
 $= 87$

Nilai F_{tabel} dengan taraf nyata sebesar 5% ($\alpha = 0.05$) adalah 3.10.

- c) Pengujian Hipotesis ketiga (H_3).

Berdasarkan hasil *output* di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{hitung} 51.434 > F_{tabel} 3.10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima yang berarti terdapat pengaruh iklan politik baliho (X_1) dan tayangan iklan politik (X_2) terhadap pemberian suara (Y).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y. Untuk mengetahui variabel bebas (iklan politik baliho dan tayangan iklan politik) terhadap variabel terikat (pemberian suara pemilih pemula), dapat dilihat dari koefisien persamaan regresi masing-masing variabel atau tingkat signifikansinya.

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.542	.531	2.620

a. Predictors: (Constant), Tayangan Iklan Politik Riau Televisi (X_2), Iklan Politik Baliho (X_1)

Sumber : data olahan SPSS 16

Berdasarkan hasil *output* di atas diketahui nilai *R Square* sebesar 0.542, hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 54.2%.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Taruna Satria Pekanbaru, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis data, bahwa iklan politik baliho dan tayangan iklan politik riau televisi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap pemberian suara pemilih pemula Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Taruna Satria Pekanbaru pada Pilkada Kota Pekanbaru 2017.
2. Setelah melakukan pengujian hipotesis secara parsial, maka variabel iklan politik baliho (X_1) tidak terdapat pengaruh terhadap variabel pemberian suara pemilih pemula (Y). Sedangkan variabel tayangan iklan politik riau televisi (X_2) terdapat pengaruh terhadap variabel pemberian suara pemilih Pemula (Y).
3. Dari hasil perhitungan analisis regresi dengan program SPSS, diketahui bahwa *R Square* dari model penelitian adalah 0.542 (54%). Hal ini berarti pengaruh

iklan politik baliho dan tayangan iklan politik riau televisi sebesar 54% terhadap pemberian suara pemilih pemula. Sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

1. Kepada pemilih pemula siswa/siwi SMK Taruna satria Pekanbaru disarankan untuk tidak serta merta langsung menerima suntikan informasi yang diberikan oleh media massa, melainkan harus memperhatikan suntikan informasi yang diterima lewat iklan politik.
2. Kepada tim sukses dan pembuat iklan agar dapat membuat iklan-iklan semenarik mungkin dan isi pesan yang mudah dimengerti bahkan mudah diterima oleh para pemilih pemula yang baru mulai memilih.
3. Dukungan dari keluarga dan lingkungan tempat tinggal serta para tokoh masyarakat melalui pendidikan politik secara dini pada pemilih pemula dapat meningkatkan kualitas peran pemilih pemula dalam dunia politik.
4. Bagi peneliti lain yang akan mengkaji Pengaruh Iklan Politik Baliho dan Tayangan Iklan Politik Firdaus-Ayat disarankan menggunakan variabel-variabel lain. adapun variabel lain yang

disarankan untuk peneliti selanjutnya seperti orientasi politik, popularitas, sikap politik, dan tingkat pengetahuan politik. Dan juga tidak terbatas hanya pada pemilih pemula dan pengaruhnya terhadap pemberian suara atau pilihan politiknya.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif: Komununikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Danial, Ahmad, 2009. *Iklan Politik Televisi: Modernisasi Kampaye Politik Pasca Orde Baru*. Jakarta: Erlangga.
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik. Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Jalaluddin Rakhmat. 2005. *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Marsono, 2006. *Kepala Daerah pilihan Rakyat*, Jakarta: CV Eko Jaya,
2005. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Prasetya Irawan, 2006. *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Depok: DIA FISIP UI.
- Richard West dan Lynn H. Turner, 2008. *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*, Penerbit Salemba Humanika.
- Uchjana Effendy, Onong, 2002. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Anisatus, Abidin Zainal. 2015. *Efektivitas Iklan Politik di Televisi. (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektivitas Iklan Politik Aburizal Bakrie Versi Motivasi Anak Indonesia Pada Pemilih Pemula di Surabaya)*. Vol, 07. No 2. [diakses Desember 2017].
- Fadilah, Nur. 2013. *Pengaruh Iklan Politik Terhadap Perilaku Memilih Masyarakat Pengrajin Tas dan Sepatu Pada Pilkada Sidoarjo 2010*. Vol, 03. No 1. [diakses Desember 2017].
- Rizky, dan Suyanto. 2015. *Pengaruh Iklan Politik Televisi Terhadap Pilihan Politik Calon Pemilih Pemula di Indonesia*. Vol, 02. No 2. [diakses Januari 2018].
- Saraswati, 2017. *Komunikasi Politik Pasangan Independen Herman Nazar-Defi Warman Pada Pemilihan Walikota Pekanbaru Periode 2017-2022*. Vol, 4. No 2. [diakses Maret 2017].

Undang-Undang

Peraturan Pemerintah. No 6/2005. *Tentang
Pemilihan Kepala Daerah*, Jakarta:
DPR RI.

Undang-Undang. No 10/2008. *Tentang
Pemilih Pemula*, Jakarta: DPR RI.

Undang-Undang. No 15/2011. *Tentang
Penyelenggara Pemilu*, Jakarta:
DPR RI.

Sumber Internet

[https://pilkada2017.kpu.go.id/pemilih/dpt/
1/RIAU/KOTA%20PEKANBARU](https://pilkada2017.kpu.go.id/pemilih/dpt/1/RIAU/KOTA%20PEKANBARU)
. [diakses 5 Januari 2018].