

ABSTRAK

Nama : Masayu Zelia
NIM : 070610227
Judul : Iklan Politik, Karakteristik Sospol, dan Perilaku Memilih Pemilih Pemula Pada Pilpres 2009 di Kota Surabaya
Kepustakaan : Literatur (Th. 1992-2006), Textbook 19 eksemplar, 2 Jurnal, 3 Skripsi
Jumlah hal. : 126 halaman

Media massa kini menjadi salah satu sarana atau alat untuk melaksanakan kampanye, baik berupa media cetak maupun elektronik. Media massa merupakan jendela bagi partai politik maupun kandidat. Dalam iklan politik masyarakat dapat melihat lebih dekat sosok figure yang diinginkan, mulai dari visi misi, program kerja, hingga testimoni dari masyarakat maupun tokoh-tokoh. Masyarakat setiap harinya tidak bisa lepas dari media cetak maupun elektronik, karena hal inilah penggunaan iklan politik di tumbuh kembangkan dalam hal mempengaruhi perilaku memilih masyarakat pada pilpres 2009 di Kota Surabaya.

Pertanyaan yang kemudian muncul untuk selanjutnya diteliti lebih dalam adalah Pertama, apa ada hubungan antara intensitas melihat iklan politik di televisi dengan pilihan pemilih pemula pada saat Pilpres 2009 di Kota Surabaya. Kedua, apa ada hubungan preferensi pemilih pemula terhadap isi iklan politik dengan pilihan pemilih pemula dalam Pilpres 2009 di Kota Surabaya. Ketiga, karakter sosial politik pemilih pemula dengan pilihan pemilih pemula dalam di Kota Surabaya terhadap Pilpres 2009.

Dari hasil analisa data ditemukan, Pertama, untuk intensitas menonton iklan politik di TV tidak berhubungan dengan perilaku memilih, untuk variable selanjutnya ternyata ada hubungan antara intensitas iklan capres yang paling sering dilihat dengan perilaku pemilih pemula. Kedua, Ada hubungan antara program iklan capres yang sesuai preferensi, jenis iklan politik dan iklan capres yang disukai responden dengan perilaku memilih pemilih. Ketiga, Ada hubungan antara usia, tingkat pendidikan dan pilihan partai responden dengan perilaku memilih pemilih pemula dan tidak ada hubungan antara jenis kelamin, penghasilan, keaktifan dalam organisasi, pekerjaan dengan perilaku memilih pemilih pemula pada pilpres 2009.

Key word: *iklan politik, karakter sospol, perilaku memilih, pemilih pemula*