

ABSTRAKSI

Hubungan Antara Intensitas Menonton Iklan Politik dan Tingkat Pendidikan dengan Motivasi Memilih Sosok Capres pada Masyarakat Gebangsari Semarang

Khaerunnisa

Iklan politik merupakan sarana bagi para aktor politik untuk mengekspose diri sebagai sosok presiden yang diharapkan masyarakat di media massa terutama televisi. Meski dana yang dikeluarkan jumlahnya cukup besar, para kandidat tidak segan membeli *slot* iklan di televisi. Partai pendatang baru Gerindra misalnya, terus menanjak pesat popularitas dan elektabilitasnya gara-gara iklan politiknya yang bertubi-tubi muncul di media televisi, hal ini tentunya tidak terlepas dari intensitas masyarakat dalam menonton iklan politik. Dalam model Palmgreen, keseringan masyarakat mengkonsumsi media terutama iklan politik di televisi dapat menimbulkan motivasi memilih sosok capres. Tingkat pendidikan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih sosok capres.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara intensitas menonton iklan politik dan tingkat pendidikan dengan motivasi memilih sosok capres 2014 pada masyarakat Gebangsari Semarang?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton iklan politik dan tingkat pendidikan dengan motivasi memilih sosok capres 2014. Sedangkan teori yang digunakan adalah teori uses and gratification dengan model Palmgreen. Menggunakan hipotesis asosiatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan tipe penelitian explanatory dan menggunakan teknik purposive sampling dengan populasi seluruh masyarakat Gebangsari Semarang yang berusia ≥ 20 tahun, yaitu 4238 orang dan sampel sebanyak 100 orang. Instrument yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Penelitian menggunakan analisis multivariat dan regresi dengan bantuan software SPSS16.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil regresi dan korelasi antara intensitas menonton iklan politik sebesar 0,25 dan tingkat pendidikan sebesar 0,114. Terdapat hubungan positif (25%) yang signifikan ($0,023 < 0,025$) antara intensitas menonton iklan politik (X_1) dengan motivasi memilih sosok capres 2014 (Y). serta terdapat hubungan positif (11%) yang tidak signifikan ($0,774 > 0,025$) antara tingkat pendidikan (X_2) dengan motivasi memilih sosok capres 2014 (Y).

Kata kunci: *Intensitas, Tingkat Pendidikan, Presiden, Motivasi dan Media Massa*

ABSTRACT

The Relation of Intensity watching Politic Advertisement and Level Education With Motivation of Choosing President Candidate 2014 To Gebangsari's Society Of Semarang

Khaerunnisa

Politic advertisement is a way for politic actors to expose their selves as a good president that inhabitants want in mass media moreover television. Although they spend big budget, the candidate never think twice to pay the advertisement *slot* in television. For example new party like Gerindra, its popularity and elektability always comes up because of the advertisement that appears many times in television. This is of course depends on the intensity of the habitant in watching politic advertisement. In Palmgreen model, the frequency of using media moreover politic advertisement on television can increase the motivation of choosing the candidate of president. The level of education is also one of factor that influence for habitant in choosing the candidate of president.

Formulation of the problem; is there correlation between between watching politic advertisement and the level of education with motivation of choosing the president candidate in 2014?. The purpose of the research is to know correlation between watching politic advertisement and the level of education with motivation of choosing the president candidate in 2014. And theory that used in this research is Uses and Gratification Theory with Palmgreen Model. Use of hypotesis associative. Instrument that used is interview and questionnaire. This research uses quantitative method. The type of this research is explanatory. It's also use proposive sampling with all Gebangsari Semarang population in the range of ≥ 20 years old around 4238 people and the sampling is 100 people. The research uses Multivariant analysis using SPSS16 software.

From this analysis, it's got correlation between watching politic advertisement around 0,25 and the level of education around 0,114. There is positive correlation (25%) with significancy ($0,023 < 0,025$) with intensity of watching politic advertisement (X_1) with the motivation of choosing the president candidate in 2014(Y). And also got the positive connection (11%) that was not significant ($0,774 > 0,025$) between the level of education (X_2) and the motivation of choosing the president candidate (Y).

Keywords: Intencity, Level Education, Precident, Motivation, and Mass Media