

**PENGARUH IKLAN PARTAI POLITIK DI TELEVISI DAN
KESADARAN ATAS PARTAI TERHADAP KEINGINAN MEMILIH
PARTAI PADA PEMILU 2014 DI JAKARTA**

Dovan Triwinata

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh iklan partai politik dan kesadaran atas partai terhadap keinginan memilih partai pada Pemilu 2014 di Jakarta. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 150 responden yang pernah melihat iklan partai politik dan memiliki hak pilih pada pemilu 2014 mendatang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel elemen iklan partai politik dan kesadaran atas partai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan memilih partai politik. Berdasarkan analisis keragaman terhadap variabel iklan partai politik terdapat perbedaan keragaman pada kelompok status pernikahan, kelompok pekerjaan dan kelompok tingkat pendidikan. Variabel kesadaran atas partai, perbedaan keragaman terdapat pada kelompok usia dan kelompok tingkat pendidikan. Selanjutnya, untuk variabel keinginan memilih terdapat perbedaan keragaman pada kelompok pekerjaan.

Kata kunci: iklan, partai, politik, kesadaran, keinginan memilih

**THE EFFECT OF POLITICAL PARTIES ADVERTISEMENT ON
TELEVISION AND AWARENESS OF THE POLITICAL PARTIES
TOWARD PEOPLE INTENTION TO VOTE ON THE 2014 ELECTIONS
IN JAKARTA**

Dovan Triwinata

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effect of political party advertising and awareness of the political parties toward people intention to vote on the 2014 elections in Jakarta. This research uses primary data from 150 respondents who had seen the ad. The data were collected through questionnaires using purposive sampling technique. The results which were analyzed by using multiple linear regression showed that political advertisement and political party awareness has positive and significant effect on people intention to vote. Based on the analysis of the diversity of the political party advertisement, the analysis shows there are differences in the group of marital status, job group and level of education. Meanwhile, for the political party awareness variables, there are differences in the group of age and in the group of education level. Furthermore, for intention to vote variables, the difference is found at the group of work.

Keywords: ad, advertisement, political parties, awareness, intention to vote