

ABSTRACT

Political campaigns using mass media, both print and electronic, became the choice of candidates for regional head candidates, including the Muaro Jambi regional head elections in 2017. In Muarojambi, print media was also used by prospective regional heads to socialize, in addition to face-to-face and other campaigns.

The purpose of this study was to explain the influence of the reporting of candidates for regional heads in Muarojambi in print media to increase popularity, acceptability and electability.

The theory used in this study is the theory of media effects. Where the media is a structured organization, which is the agent providing information for the community. The media has an important role in the process of forming a more mature and modern society. According to Denis McQuail (1987: 227), mass communication is the influence and effect caused by mass media to audiences or audiences.

This type of research uses quantitative method research methods. The research method used is direct survey method to voters. To be able to find out how much influence the reporting in the print media on candidates for regional heads. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 399 respondents taken through random sampling techniques.

In this study, it was found that news exposure of candidates for regional heads in Muarojambi had a very high relationship. It can be seen from the results of the research that has been done showing the news about prospective regional heads that the intensity of reporting can affect popularity, acceptability and electability. Can be seen from the answers of the respondents, as many as 199 respondents or 49.87% strongly agree that the news can influence. Other factors that can influence are other print media factors, online media or television media.

Keywords: News, Candidates for Regional Heads in Muarojambi, Popularity, Acceptability and Electability

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Kampanye politik dengan menggunakan media massa baik cetak dan elektronik menjadi pilihan kandidat calon kepala daerah, tak terkecuali pada pemilihan kepala daerah Muaro Jambi 2017. Di Muarojambi, media cetak juga dimanfaatkan calon kepala daerah untuk bersosialisasi, selain kampanye tatap muka dan lainnya. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan soal pengaruh pemberitaan calon kepala daerah di Muarojambi di media cetak terkait untuk meningkatkan popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efek media. Dimana media merupakan suatu organisasi terstruktur, yang menjadi agen penyedia informasi bagi masyarakat. Media memiliki peran penting dalam proses pembentukan masyarakat yang lebih dewasa dan modern. Menurut Denis McQuail (1987 : 227), komunikasi massa adalah adanya pengaruh dan efek yang ditimbulkan oleh media massa kepada khalayak atau audiens.

Tipe penelitian ini menggunakan metode penelitian metode kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survey langsung turun ke pemilih. Untuk bisa mengetahui seberapa besar pengaruh pemberitaan di media cetak terhadap calon kepala daerah. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada 399 responden yang diambil melalui teknik random sampling.

Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa terpaan berita calon kepala daerah di Muarojambi, memiliki hubungan sangat tinggi. Dapat dilihat dari hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan pemberitaan mengenai calon kepala daerah bahwa intensitas pemberitaan bisa mempengaruhi popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas. Bisa dilihat jawaban dari responden menunjukkan sebanyak 199 responden atau 49.87% sangat setuju pemberitaan bisa mempengaruhi. Faktor lain yang dapat mempengaruhi adalah faktor media cetak lain, media online ataupun media televisi.

Kata Kunci: Pemberitaan, *Calon Kepala Daerah di Muarojambi*, Popularitas, Akseptabilitas dan Elektabilitas