ABSTRAK

ERWAN, 2010, Pengaruh Terpaan Iklan Politik Versi Stimulus Bagi Rakyat Di Televisi Terhadap Sikap Pedagang Pasar Tradisional Pada Partai Gerindra Studi di Pasar Niaga Kertaraharja, Tangerang Banten.

Pada Pemilu 2009 partai Gerindra dan Prabowo Subianto cukup gencar beriklan melalui televisi. Dengan frekuensi yang tinggi, pesan yang sangat percaya diri, program yang jelas dan memihak rakyat kecil, popularitas partai Gerindra terus menanjak, bahkan mengalahkan partai lama seperti PAN dan PPP. Pedagang Pasar Tradisional adalah salah satu kelompok masyarakat yang banyak disebut-sebut dalam setiap iklan partai Gerindra di televisi. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh Terpaan iklan politik partai Gerindra di televisi terhadap sikap pedagang pasar tradisional pada partai Gerindra

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan mengambil sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Data yang tekumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur (path analysis).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan politik partai Gerindra di televisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pedagang pasar tradisional pada partai Gerindra di pasar niaga Kertaraharja, Tangerang Banten. Temuan ini memberikan arti bahwa semakin efektif pelaksanaan iklan politik di televisi, akan semakin meningkat dukungan pedagang pasar tradisional terhadap partai Gerindra. Hasil pengujian analisis jalur juga menunjukkan bahwa dimensi Terpaan iklan, Isi Pesan dan kredibilitas komunikator memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pedagang pasar tradisional di pasar niaga Kertaraharja, Tangerang Banten.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kesadaran dan dukungan pedagang pasar tradisional terhadap partai Gerindra dapat ditingkatkan dengan cara melakukan iklan politik secara efektif dan intensif di televisi. Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka iklan politik di televisi perlu ditingkatkan dengan cara penambahan frekuensi dan durasi tayang serta perbaikan isi pesan dan meningkatkan citra komunikator.

Kata Kunci: Iklan Politik dan Sikap