

ABSTRAK

Demokrasi telah menjadi arus utama negara-negara modern. Prasyarat negara demokrasi modern adalah dengan penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilu merupakan mekanisme utama yang harus ada dalam tahapan penyelenggaraan negara dan pembentukan pemerintahan. Berbagai macam bentuk komunikasi politik seperti iklan politik dilakukan oleh partai politik demi mendapatkan suara dari para pemilih. Iklan politik media luar ruang saat ini dipercaya mampu berpengaruh pada masyarakat dan menciptakan perhatian lewat stimulinya dengan berbagai konsep dan kemasannya. Dari rapat umum, dialog interaktif, penyebaran kepada umum atau penempelan di tempat umum berupa bahan kampanye berupa selebaran, sticker gambar dan slogan peserta pemilihan umum, hingga peliputan berita media massa cetak dan elektronik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan politik media luar ruang pada Pemilukada Kota Magelang tahun 2015 terhadap minat pemilih pemula di Kampung Karang Lor. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan survai kepada masyarakat Kampung Karang Lor Kota Magelang. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R dan teori AIDDA. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment*, analisis regresi linear sederhana dan uji t. Hasil dari penelitian ini adalah ada pengaruh terpaan iklan politik media luar ruang pada Pemilukada Kota Magelang tahun 2015 terhadap minat pemilih pemula di Kampung Karang Lor.

Kata Kunci : pengaruh, terpaan, iklan media luar ruang, minat, pemilih pemula

ABSTRACT

Democracy become the main flow in develop country. The rules and regulations of modern democracy country is by held General Elections (Election). Elections is the primary mechanisms that must be exist in the stages of state implementation and government formation. Many kind of political communication like political advertising done by the political parties to get voice from the voters. outdoor political advertising media is trusted that able to affect society and create attention through the stimulation with various concepts and packaging. From the general meeting, the interactive dialogue, dissemination to the public or attachment in a public place in the form of campaign materials such as flyers, stickers, pictures and slogans participants of the election, until the news coverage in print and electronic mass media. The purpose of this study was aimed to determine the exposure effect of the outdoor political advertising media in Magelang City Election 2015 toward the interest of young voters in Kampung Karang Lor. In this study used quantitative method by using surveys to society in Kampung Karang Lor Magelang City. The theory of this study is S-O-R theory and AIDDA theory. The data analysis techniques in this study was the correlation of product moment, simple linear regression analysis and T test. The results of this research is there is an influence of exposure to outdoor political advertising media in Magelang City's election 2015 towards the interests young voters in Kampung Karang Lor".

Keywords: *effect, exposure, advertising outdoor media, interests, young voters*