ABSTRAKSI

Dio Ray Padwa. 12321015. Pengaruh Persepsi Pemilih Pemula pada Kampanye Politik Termediasi (Iklan Politik) dan Non-media (Pertemuan langsung) Calon Kepala Daerah Pilkada Sleman 2015 dengan Tingkat Partisipasi Politik. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.2019.

Salah satu perwujudan demokrasi di Indonesia adalah dengan dilaksanakannya pemilihan kepala daerah atau yang biasa kita sebut dengan pilkada. Dewasa ini golongan pemuda atau pemilih pemula partisipasinya dalam politik mengalami peningkatan. Adapun jumlah pemilih pemula yang terdaftar pada Daftar Pemilih tetap (DPT) ada sekitar 30% dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT) di Indonesia. Ajang Pemilihan Presiden 2014 menjadi salah satu bukti bagaimana partisipasi politik pemilih pemula mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 di Sleman juga melaksanakan Pemilihan Kepala Daerah dan terdapat sekitar 100.000 atau lebih dari 10% Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang berasal dari golongan pelajar dan mahasiswa yang tentunya akan sangat berpengaruh besar dalam terpilihnya kepala daerah. Bagaimana persepsi para pemilih pemula pada kampanye yang dilakukan kepala daerah akan mempengaruhi partisipasi politik mereka dan menjadi hal penting untuk diperhatikan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pemilih pemula terhadap kampanye politik calon kepala daerah dengan partisipasi politik mereka.

Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Penelitian Kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah golongan pemilih pemula yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kabupaten Sleman, DIY. Penelitian ini menggunakan kuisoner online pada Google Dokumen dan disebarkan dengan mengirimkan halaman website melalui dan kepada kelompok-kelompok yang dianggap layak untuk menjadi responden pada penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah Eksplanasi Survey menggunakan kuisoner dan pengambilan sample dilakukan secara acak *(Simple Random Sampling)*. Pada penelitian ini ditetapkan responden berjumlah 100 orang dari 100.000 populasi. Untuk menganalisis pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis korelasi *Product Moment Pearson* dan analisis Linier Berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pemilih pemula mempunyai pengaruh yang signifkan terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Sleman. Sedangkan besarnya pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye termediasi (iklan politik) terhadap partisipasi politik pemilih pemula adalah sebesar 30% dan sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh variabel lain. Besarnya pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye non-media (pertemuan langsung) terhadap partisipasi pemilih pemula adalah sebesar 30,7% dan sisanya sebesar 69,3% dipengaruh oleh variabel lain. Secara serentak persepsi pemilih pemula pada kampanye politik termediasi (iklan politik) dan non-media (pertemuan langsung) terhadap partisipasi politik pemilih pemula adalah sebesar 54,1%. Hal ini berarti semakin baik persepsi pemilih pemula pada kampanye politik termediasi (iklan politik) dan non-media (pertemuan langsung) maka semakin tinggi pula partisipasi politik pemilih pemula pada pilkada Sleman 2015.

Kata Kunci: Persepsi Pemilih Pemula, Kampanye Politik, Partisipasi Politik.

ABSTRACT

Dio Ray Padwa. 12321015. The Influence of Beginner Voter Perceptions on Mediated Political Campaigns (Political Advertisements) and Non-media (Direct Meetings) Candidates for Regional Heads of Sleman District Election 2015 with Level of Political Participation. Bachelor Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.2019.

One of the manifestations of democracy in Indonesia is the holding of regional elections or what we commonly call the elections. Nowadays young people or beginner voters have increased their participation in politics. The number of newbie voters registered on the Permanent Voter List is around 30% of the total Permanent Voter List in Indonesia. The 2014 Presidential Election event is a proof of how the political participation of novice voters has increased. In 2015, Sleman also held Regional Head Elections and there were around 100,000 or more than 10% of the Permanent Voter List coming from the students who would certainly have a big influence on the election of regional heads. How the perceptions of the novice voters in the campaign by the regional head will influence their political participation and become important things to consider. Therefore this study aims to determine the effect of perceptions of beginner voters on the political campaigns of regional head candidates with their political participation.

The research method used is a Quantitative Research Method. The population used is the beginner voter group registered in the Permanent Voter List (DPT) of Sleman Regency, DIY. This study uses an online questionnaire on Google Docs and is distributed by sending web pages through and to groups deemed eligible to be respondents in this study. The research method used is the Exploration Survey using a questionnaire and sampling is done randomly (Simple Random Sampling). In this study, respondents were determined to be 100 people from 100,000 population. To analyze this research using SPSS program assistance. The analysis used is Pearson Product Moment correlation analysis and Multiple Linear analysis.

The results of this study indicate that the perception of novice voters has a significant influence on the political participation of novice voters in Sleman. While the magnitude of the effect of perceptions of beginner voters on mediated campaigns (political advertising) on the political participation of novice voters is 30% and the remaining 70% is influenced by other variables. The magnitude of the effect of the perception of novice voters on non-media campaigns (direct meetings) on the participation of novice voters is 30.7% and the remaining 69.3% is influenced by other variables. Simultaneously the perception of newbie voters on mediated political campaigns (political advertising) and non-media (direct meetings) towards the political participation of novice voters was 54.1%. This means that the better the perception of novice voters in mediated political campaigns (political advertising) and non-media (direct meetings), the higher the political participation of novice voters in the 2015 Sleman elections.

Keywords : Beginner Voter Perception, Political Campaigns, Political Participation.