

# **IKLAN POLITIK PARTAI GERINDRA DAN PARTISIPASI MASYARAKAT TANI**

**(Studi Korelasional Pengaruh Iklan Politik Partai Gerindra Terhadap  
Partisipasi Masyarakat Tani Pada Pemilu 2009 di Desa Paya Bakung  
Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang)**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**YUSRA MUHARAMI LESTARI**

**NIM: 070922018**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2009**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Iklan Politik Partai Gerindra dan Partisipasi Masyarakat Tani (studi Korelasional di Desa Paya Bakung Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara iklan politik Partai Gerindra dengan partisipasi masyarakat tani di Desa Paya Bakung Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang dan besarnya pengaruh iklan politik tersebut terhadap partisipasi masyarakat tani. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Komunikasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Pemasaran, Iklan dan Iklan Politik, Televisi, Sikap, Partisipasi dan Partisipasi Politik, Teori Efek Komunikasi Massa yang terdiri dari Teori S-O-R dan Teori Kultivasi.

Penelitian ini menggunakan metode korelasional. Metode korelasional bertujuan untuk meneliti hubungan diantara variabel-variabel dan sejauh mana variasi pada salah satu faktor berkaitan dengan faktor lain. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat tani di Desa Paya Bakung Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang yang tergabung dalam 16 kelompok tani dengan jumlah populasi sebesar 640 orang. Untuk menghitung jumlah sampel dari data populasi yang ada, digunakan rumus dari Arikunto dengan mengambil 15% dari populasi sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 orang. Untuk menentukan jumlah sampel dari tiap kelompok tani digunakan teknik *Stratified Proporsional Sampling* dan teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*.

Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kepustakaan, dengan mempelajari buku-buku, serta sumber yang relevan dan mendukung serta penelitian lapangan untuk memperoleh data di lokasi penelitian melalui kuesioner. Data yang diperoleh dari hasil penelitian dianalisis dengan bentuk analisa tabel tunggal, analisa tabel silang dan uji hipotesis melalui rumus Koefisien Korelasi Tata Jenjang oleh Spearman dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and System Solutions*) versi 15.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara iklan politik Partai Gerindra dengan partisipasi masyarakat tani di Desa Paya Bakung Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang. Hasil  $r_s$  yang diperoleh adalah 0.658. Berdasarkan skala Guilford, maka hasil  $r_s = 0.658$  berada pada skala 0.41 – 0.70 yang menunjukkan hubungan yang cukup berarti. Untuk mengetahui besar kekuatan pengaruh variabel X dan Y digunakan uji determinan korelasi.

Dari hasil penelitian ini, menunjukkan terdapat hubungan yang cukup berarti antara iklan politik Partai Gerindra dengan partisipasi masyarakat tani di Desa Paya Bakung Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang.

## **KATA PENGANTAR**

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini serta salawat dan salam atas junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan teladan yang baik kepada seluruh umat manusia.

Adapun judul dari skripsi ini adalah Iklan Politik Partai Gerindra Dan Partisipasi Masyarakat Tani (Studi Korelasional Pengaruh Iklan Politik Partai Gerindra Terhadap Partisipasi Masyarakat Tani Pada Pemilu 2009 di Desa Paya Bakung Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang). Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. DR. M. Arif Nasution, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Amir Purba, MA selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Humaizi, MA selaku pembantu Dekan I yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
4. Ibu Dra. Dewi Kurniawati, MSi selaku dosen pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran serta meluangkan waktu untuk memberikan dorongan, pengetahuan, bimbingan dan saran demi tercapainya penulisan skripsi ini.

5. Bapak Drs. Abdi Sitepu, MSP selaku dosen wali yang telah banyak memberi masukan selama masa perkuliahan berlangsung.
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya dan juga membimbing dengan ikhlas selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Bapak Paidi S. Ag selaku Kepala Desa Paya Bakung yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan data dan arahan sehingga penelitian berlangsung dengan baik.
8. Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya Departemen Ilmu Komunikasi, Kak Ros, Kak Icut, Kak Hanim, Kak Puan dan Maya yang banyak membantu penulis dalam segala urusan perkuliahan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terbaik dan teman-teman seperjuangan, Rere, Eri, Ika, Julia, Kak Ami, Kak Dhidi, Kak Lusi, Tetty, Eci dan Kak Desi yang telah bersedia membantu, berbagi ilmu, dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ingat terus semangat kebersamaan kita. Kalian semua yang terbaik. Semoga kita bersahabat selamanya.
10. Seluruh teman-temanku seangkatan di jurusan Ilmu Komunikasi (Ekstensi) 2007 kelas A dan B, Frans, Gondel, Dhea, Mamit, Farha, Mega dan teman-teman yang tak bisa disebut kan satu-persatu. Terima kasih untuk hari-hari yang menyenangkan.
11. Seluruh teman-teman pramugari haji 2006-2007 dan 2007-2008, Kak Acil, Kak Rei, Kak Putri dan Dhebby. Terima kasih buat semangat dan dukungannya.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ayahanda tercinta H. Ir. Yusri Muhammad Yusuf, MS dan ibundaku tercinta, ibu terbaik di dunia Hj. Dra. Ramainas, MPd. Terima kasih atas segala doa yang telah dipanjatkan, segala kesabaran yang telah diberikan. Mohon maaf atas segala kesalahan yang telah penulis perbuat selama ini dan terima kasih telah membesarkan penulis sehingga Insyaallah penulis bisa membalas segala jasa dan menjadi anak yang berbakti.

Terima kasih kepada kedua kakak-kakakku yang sangat ku sayangi, Yusra Rezeki SE.Ak beserta suami dan Dr. Yusra Septivera, untuk segala dukungan, semoga Allah SWT dapat membalas segala doa. Ponakan kecil ku tersayang Vania Yasmin Safa dengan senyum terindahny dan Sahabat hati terbaikku Rizky Eskarian B. yang selalu siap membantu, membuat hati tenang, senang dengan selalu tertawa bersama dan selalu menjadi tempat teduhan hati. Hanya dengan usaha, kerja keras dan dukungan doa, moril serta materil merekalah yang membuat penulis dapat terus menjalani perkuliahan dan akhirnya menyelesaikannya dengan harapan akan mencapai kehidupan yang lebih baik.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, maka dari itu penulis menerima kritikan dan saran yang membangun dari para pembaca. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri serta bagi para pembaca semua dan semoga ilmu yang penulis peroleh dibangku kuliah dapat berguna dimasa sekarang dan yang akan datang. **Amin Ya Robbal Alamin.....**

**Penulis**

**Yusra Muharami Lestari**

## DAFTAR ISI

### ABSTRAKSI

### KATA PENGANTAR

### DAFTAR ISI

### DAFTAR TABEL

### DAFTAR GAMBAR

### DAFTAR LAMPIRAN

### BAB I PENDAHULUAN

I.1	Latar Belakang.....	1
I.2	Perumusan Masalah.....	5
I.3	Pembatasan Masalah.....	5
I.4	Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
I.5	Kerangka Teori.....	7
	I.5.1) Komunikasi dan Komunikasi Massa.....	7
	I.5.2) Komunikasi Pemasaran.....	9
	I.5.3) Iklan dan Iklan Politik.....	10
	I.5.4) Televisi.....	12
	I.5.5) Sikap.....	13
	I.5.6) Partisipasi dan Partisipasi Politik.....	14
	I.5.7) Teori Efek Komunikasi Massa.....	15
	I.5.7) a. Teori S-O-R.....	15
	I.5.7) b. Teori Kultivasi.....	17
I.6	Kerangka Konsep.....	19
I.7	Model Teoritis.....	20
I.8	Variabel Operasional.....	20
I.9	Definisi Variabel Operasional.....	22
I.10	Hipotesis.....	23
I.11	Sistematika Penulisan.....	24

### BAB II URAIAN TEORITIS

II.1	Komunikasi.....	26
	II.1.1) Pengertian Komunikasi.....	26
	II.1.2) Ruang Lingkup Komunikasi.....	28
	II.1.3) Fungsi Komunikasi.....	31
II.2	Komunikasi Massa.....	33
	II.2.1) Pengertian Komunikasi Massa.....	33
	II.2.2) Fungsi Komunikasi Massa.....	34
	II.2.3) Efek Komunikasi Massa.....	35
II.3	Komunikasi Pemasaran.....	37
	II.3.1) Pengertian Pemasaran.....	37
	II.3.2) Bauran Pemasaran.....	38
	II.3.3) Alat-alat Promosi Dalam Komunikasi Pemasaran.....	39

II.4 Iklan.....	41
II.4.1) Definisi Iklan.....	41
II.4.2) Sejarah Iklan.....	42
II.4.3) Fungsi Iklan.....	43
II.4.4) Jenis-jenis Iklan.....	45
II.4. 5) Iklan Politik.....	47
II.5 Televisi.....	51
II.5.1) Televisi Sebagai Media Massa.....	51
II.5.2) Televisi Sebagai Media Iklan.....	52
II.5.3) Bentuk-bentuk Iklan Televisi.....	54
II.6 Sikap.....	55
II.6.1) Fungsi sikap.....	57
II.7 Partisipasi dan Partisipasi Politik.....	59
II.8 Teori Efek Komunikasi Massa.....	62
II.8.1) Teori S-O-R.....	62
II.8.1) a. Implementasi Teori S-O-R Terhadap Iklan Politik Partai Gerindra.....	65
II.8.2) Teori Kultivasi.....	67
II.8.2) a. Sejarah dan Perkembangan Teori Kultivasi.....	67
II.8.2) b. Elemen-Elementer Teori Kultivasi.....	69
II.8.2) c. Kelemahan dan Kritik Teori Kultivasi.....	73
II 8.2) d. Implementasi Teori Kultivasi.....	74

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

III.1 Metode Penelitian.....	77
III.2 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	77
III.2.1) Letak Geografis.....	77
III. 2. 2) Keadaan Demografi.....	78
III.2.3) Struktur Organisasi Desa Paya Bakung.....	82
III.2.4) Rencana Kerja Kelompok Tani.....	82
III.3 Populasi dan Sampel.....	83
III.3.1) Populasi.....	83
III.3.2) Sampel.....	85
III. 4 Teknik Penarikan Sampel.....	85
III. 4. 1) Sampel Stratifikasi Proporsional.....	85
III.4.2) <i>Purposive Sampling</i> .....	86
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	87
III.6 Teknik Analisis Data .....	88

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

IV.1 Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	91
IV.1.1) Tahap Awal.....	91
IV.2.2) Pengumpulan Data.....	91
IV.2 Teknik Pengolahan Data.....	92
IV.3 Analisis Tabel Tunggal.....	93

IV. 3.1) Karakteristik Responden.....	93
IV. 3.2) Isi Pesan Iklan.....	98
IV. 3.3) Partisipasi Masyarakat.....	107
IV. 4 Analisis Tabel Silang.....	116
IV. 5 Uji Hipotesis.....	122
IV. 6 Pembahasan.....	125

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

V.1 Kesimpulan.....	128
V.2 Saran.....	129

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>130</b>
----------------------------	------------

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **BIODATA**