

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan membahas analisis hasil penelitian antara tayangan iklan politik partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih partai Gerindra pada pemilu 2014 melalui penyebaran angket terhadap sejumlah responden. Data-data yang diperoleh menjadi dasar utama dalam penelitian ini, disamping sumber-sumber data penelitian lainnya seperti observasi dan studi literatur.

Sampel penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Bandung angkatan 2011. Penyebaran angket dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa Universitas Islam Bandung angkatan 2011 dari seluruh fakultas. Hal ini dilakukan agar peneliti memperoleh jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian dari responden yang dimaksud. Angket yang disebar oleh penulis terdiri dari dua bagian pertanyaan, yaitu data responden dan data penelitian.

Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi yang berarti mencari derajat hubungan antara dua variabel yang ada dalam penelitian ini. Seluruh data yang masuk dari jawaban responden kemudian dihimpun dan diklasifikasikan atau disusun dalam bentuk tabel. Tahap pertama adalah menyusun data yang berasal dari responden dalam suatu lembar *coding* dan melakukan analisis deskriptif data responden dan data penelitian. Data tersebut dikelompokkan dan dimasukkan ke dalam tabel tunggal yang selanjutnya

diberikan pembahasan. Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis statistik inferensial dengan menggunakan *Rank Spearman* ( $r_s$ ) antara variabel X dan Y.

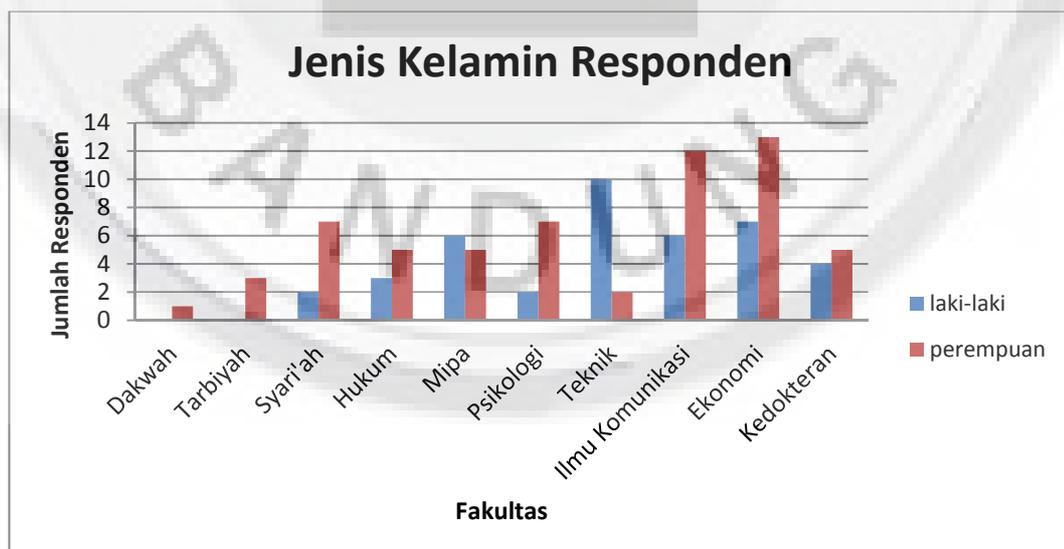
Teknik analisis deskriptif bertujuan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data yang dikumpulkan dengan memaparkan, mengelompokkan, dan mengklasifikasikan ke dalam tabel yang kemudian diberi penjelasan satu persatu. Jawaban-jawaban responden dari pertanyaan di dalam angket mendukung penelitian ini.

#### 4.1 Analisis Deskriptif Data Responden

Berikut di bawah ini akan digambarkan mengenai data responden yang merupakan karakteristik mahasiswa yang menonton tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi. Data responden tersebut dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia dan fakultas.

**Diagram 4.1**

**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

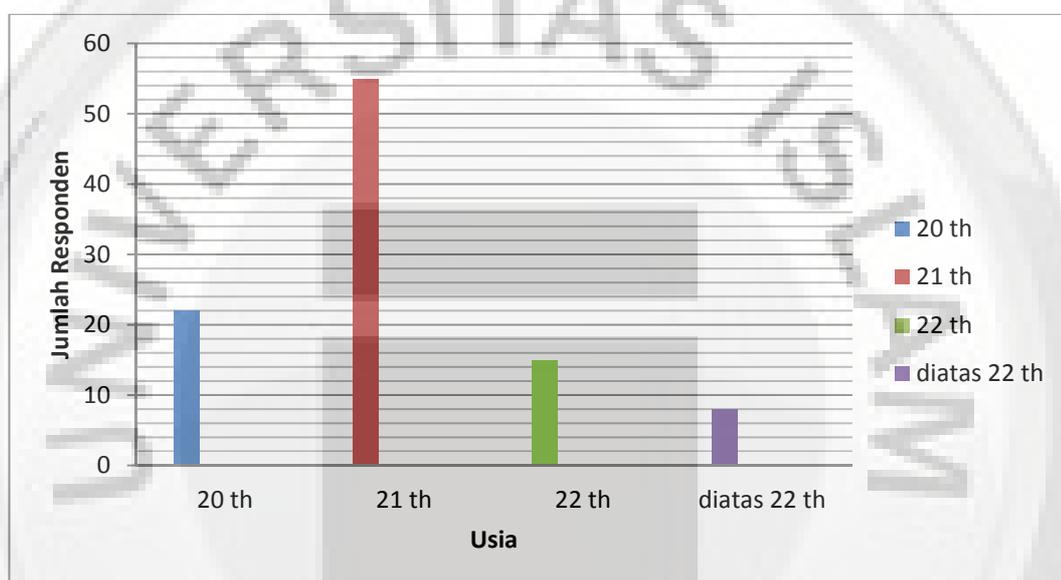


(Sumber: angket)

Dari hasil kuesioner yang telah disebar terlihat dalam diagram bahwa responden perempuan lebih banyak daripada laki-laki, jumlah responden

perempuan sebanyak 60 orang dan jumlah responden laki-laki sebanyak 40 orang. Berdasarkan Badan Sensus Penduduk Jawa Barat tahun 2011, jumlah perempuan 1.789.947 dan laki-laki 1.768.574.<sup>7</sup> Maka tidaklah heran apabila dalam penelitian ini responden perempuan lebih banyak dari responden laki-laki.

**Diagram 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

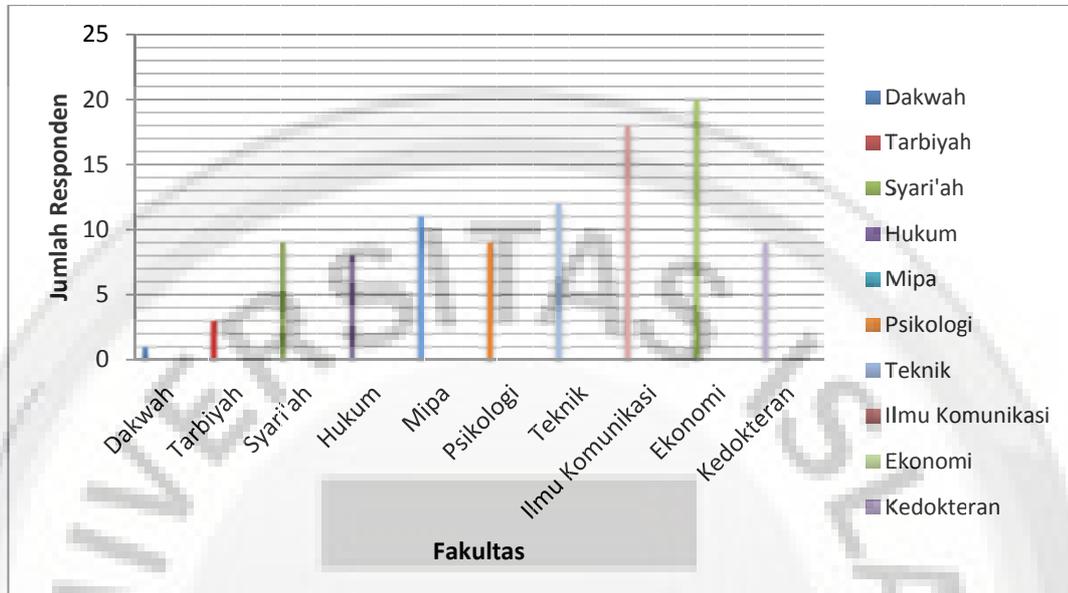


(Sumber: angket)

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar terlihat dalam diagram diatas didapat data bahwa responden yang berusia 20 tahun berjumlah 22 orang, responden yang berusia 21 tahun berjumlah 55 orang, responden yang berusia 22 tahun berjumlah 15 orang, dan responden yang berusia diatas 22 tahun berjumlah 8 orang. Dapat dilihat bahwa responden yang berusia 21 tahun lebih banyak daripada responden yang lainnya, ini sesuai dengan usia pada umumnya mahasiswa angkatan 2011.

<sup>7</sup> <http://jabar.bps.go.id/subyek/jumlah-penduduk-jawa-barat-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-tahun-2011>

**Diagram 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**



(Sumber: angket)

Dari hasil kuesioner yang telah disebar yang berdasarkan pada penarikan sampel yang menggunakan teknik sampel strata proporsional, dimana populasi dibagi ke dalam kelas-kelas tertentu, fakultas Ekonomi merupakan fakultas yang memiliki sampel terbanyak yaitu 20 responden, fakultas Ilmu Komunikasi 18 responden, fakultas Teknik 12 responden, fakultas Mipa 11 responden, fakultas Psikologi 9 responden, fakultas Hukum 8 responden, fakultas Tarbiyah 3 responden, fakultas Syari'ah 9 responden, fakultas Dakwah 1 responden, dan fakultas Kedokteran 9 responden. Berdasarkan data mahasiswa tahun 2011, fakultas Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ekonomi memiliki jumlah mahasiswa terbanyak. Sehingga tidak heran responden dalam penelitian ini lebih banyak mahasiswa dari fakultas Ilmu Komunikasi dan fakultas Ekonomi.

## 4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian adalah analisis data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket yang disebarakan kepada 100 responden dan akan di tampilkan berdasarkan 2 variabel, yaitu variabel tayangan iklan politik partai Gerindra dengan variabel sikap mahasiswa untuk memilih partai Gerindra pada pemilu 2014.

### 4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Tayangan Iklan Politik Partai Gerindra

**Tabel 4.5**

**Penilaian Mengenai Tayangan Iklan Politik Partai Gerindra**

No	Butir Kuesioner	Jumlah Sampel	Skor Jawaban Responden					Total Skor
			SS	S	RR	TS	STS	
1	Anda menonton iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi lebih dari 3x	100	15	67	13	5	0	392
2	Anda menonton tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang muncul di televisi secara utuh	100	10	63	22	5	0	378
3	Iklan Gerindra versi “Indonesia tanpa Korupsi” merupakan iklan politik yang menyampaikan pesan bahwa Prabowo adalah calon presiden yang akan memberantas korupsi. Isi pesan dalam tayangan iklan sudah jelas	100	13	66	19	2	0	390

4	Cara penyampaian pesan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik	100	9	64	27	0	0	382
5	Urutan argumentasi yang diucapkan Prabowo dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang disusun dari sebab ke akibat di televisi membuat isi pesan menjadi jelas	100	9	74	17	0	0	392
6	Dilihat dari argumentasi/susunan pesan iklan, pesan tersebut efektif untuk menarik simpati masyarakat terhadap partai Gerindra	100	11	71	17	1	0	392
7	Pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa korupsi” di televisi mudah dipahami	100	10	75	14	1	0	394
8	Pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi memotivasi anda agar tidak melakukan korupsi	100	11	60	27	2	0	380
9	Visual yang digambarkan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik	100	29	55	14	2	0	411
10	Musik yang digunakan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi sesuai	100	25	56	19	0	0	406

**Tabel 4.6**  
**Menonton iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi lebih dari 3x**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	15	15
2	Setuju	67	67
3	Ragu-ragu	13	13
4	Tidak Setuju	5	5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda menonton iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi lebih dari 3x”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa 19% menjawab sangat setuju, 76% menjawab setuju, 13% menjawab ragu-ragu dan 5% lainnya menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menonton iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi lebih dari 3x.

Iklan politik partai Gerindra biasanya muncul setiap hari di stasiun televisi nasional, meskipun tidak serentak pada jam yang sama. Penayangan iklan politik partai gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” ini dalam satu hari tayang tiga samapi lima kali. Oleh sebab itu, masyarakat rata-rata pernah menonton tayangan iklan politik partai Gerindra tersebut.

Seperti yang dikatakan Liliweri dalam bukunya “Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan”, yang menyatakan bahwa “Pesan iklan yang baik hendaknya disampaikan berulang-ulang melalui medianya”. Artinya dengan demikian iklan

tertentu akan muncul dalam waktu tertentu, kemudian khalayak secara refleksi akan mengingatnya.

**Tabel 4.7**

**Anda menonton tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang muncul di televisi secara utuh**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	10	10
2	Setuju	63	63
3	Ragu-ragu	22	22
4	Tidak Setuju	5	5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda menonton tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang muncul di televisi secara utuh”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat 10% menjawab sangat setuju, 63% menjawab setuju, 22% menjawab ragu-ragu dan 5% lainnya menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menonton tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang muncul di televisi secara utuh.

Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa kebanyakan responden memiliki perhatian yang tinggi terhadap iklan-iklan yang disajikan televisi, terutama iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi”. Namun tidak semua responden memiliki perhatian yang sama, terdapat beberapa responden yang

melihat tayangan iklan tersebut hanya sekilas saja, karena menganggapnya tidak penting untuk ditonton.

**Tabel 4.8**

**Iklan Gerindra versi “Indonesia tanpa Korupsi” merupakan iklan politik yang menyampaikan pesan bahwa Prabowo adalah calon presiden yang akan memberantas korupsi. Isi pesan dalam tayangan iklan sudah jelas**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	13	13
2	Setuju	66	66
3	Ragu-ragu	19	19
4	Tidak Setuju	2	2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “iklan Gerindra versi “Indonesia tanpa Korupsi” merupakan iklan politik yang menyampaikan pesan bahwa Prabowo adalah calon presiden yang akan memberantas korupsi. Isi pesan dalam tayangan iklan sudah jelas”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat 13% menjawab sangat setuju, 66% menjawab setuju, 19% menjawab ragu-ragu dan 2% lainnya menjawab tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai iklan Gerindra versi “Indonesia tanpa Korupsi” merupakan iklan politik yang menyampaikan pesan bahwa Prabowo adalah calon presiden yang akan memberantas korupsi. Isi pesan dalam tayangan iklan sudah jelas.

Isi pesan dalam iklan politik partai Gerindra “Indonesia Tanpa Korupsi” ini adalah menjelaskan bahwa korupsi itu membuat suatu negara menjadi tidak berdaya, uang yang seharusnya dipergunakan untuk kepentingan masyarakat,

disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Dalam iklan tersebut Prabowo sebagai model memberikan *statement* bahwa “Indonesia harus bersih” dapat diartikan bahwa Prabowo menginginkan bangsa Indonesia ini bebas dari kasus-kasus korupsi, mengingat beberapa bulan belakangan ini kasus korupsi di Indonesia sedang hangat-hangatnya diperbincangkan.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh John S. Coulson, pesan yang disampaikan dalam sebuah iklan harus jelas, karena iklan hendaknya mudah dan jelas bagi khalayak sasaran (Kasali, 2007:172).

**Tabel 4.9**

**Cara penyampaian pesan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	9	9
2	Setuju	64	64
3	Ragu-ragu	27	27
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “cara penyampaian pesan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 9% menjawab sangat setuju, 64% menjawab setuju dan 27% lainnya menjawab ragu-ragu. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai cara penyampaian pesan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik perhatian.

Mahasiswa disini sebagai khalayak yang melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” menyatakan ketertarikannya karena, iklan tersebut dikemas dengan menampilkan kehidupan rakyat Indonesia akibat korupsi yang merajalela, bagaimana sengsaranya rakyat, fasilitas-fasilitas umum yang seharusnya terealisasi tidak ada hasilnya. Dalam iklan tersebut Prabowo memeberikan harapan bahwa Indonesia dapat bebas dari kasus korupsi. Penggambaran seperti yang ada dalam iklan politik partai Gerindra tersebut menjadi nilai tambah bagi pesan yang disampaikan dan dengan mudah sampai ke khalayak.

Menurut Kasali dalam “Manajemen Periklanan, Konsep dan aplikasinya di Indonesia”, untuk menambah daya tarik iklan harus dapat menghadirkan suasana asli sehingga bisa mempengaruhi penonton (Kasali, 2007:173).

**Tabel 4.10**

**Urutan argumentasi yang diucapkan Prabowo dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang disusun dari sebab ke akibat di televisi membuat isi pesan menjadi jelas**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	9	9
2	Setuju	74	74
3	Ragu-ragu	17	17
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “urutan argumentasi yang diucapkan Prabowo dalam

tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang disusun dari sebab ke akibat di televisi membuat isi pesan menjadi jelas”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 9% menjawab sangat setuju, 74% menjawab setuju dan 17% lainnya menjawab ragu-ragu. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai urutan argumentasi yang diucapkan Prabowo dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang disusun dari sebab ke akibat di televisi membuat isi pesan menjadi jelas.

Dalam penyajian pesan agar dapat diterima dengan jelas oleh penontonnya, pesan iklan harus disusun secara logis, yaitu dengan penyajian pesan iklan dari sebab ke akibat ataupun dari akibat ke sebab. Hal tersebut sesuai yang dikatakan oleh Jalaludin Rakhmat (1996:295) yaitu, “urutan pesan logis pesan disusun berdasarkan sebab ke akibat atau akibat ke sebab”. Sedangkan Thompson (1960) melaporkan bahwa orang lebih mudah mengingat pesan yang tersusun, walaupun organisasi pesan kelihatan tidak mempengaruhi kadar perubahan sikap (Rakhmat, 2009:294-295).

Dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” pesan iklan disusun dari akibat ke sebab. Dalam iklan tersebut pesan diurutkan dari suatu masalah yang terjadi, masalah disini yaitu tentang korupsi. Prabowo Subianto sebagai aktor dalam iklan tersebut menjelaskan dampak-dampak negatif dari korupsi. Dampak dari urutan logis dalam dalam iklan tersebut ketika masyarakat mengerti akan ruginya melakukan korupsi dan sadar untuk melakukan perubahan agar korupsi tidak merajalela.

**Tabel 4.11**

**Dilihat dari argumentasi/susunan pesan iklan, pesan tersebut efektif untuk menarik simpati masyarakat terhadap partai Gerindra**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	11	11
2	Setuju	71	71
3	Ragu-ragu	17	17
4	Tidak Setuju	1	1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “dilihat dari argumentasi/susunan pesan iklan, pesan tersebut efektif untuk menarik simpati masyarakat terhadap partai Gerindra”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 11% menjawab sangat setuju, 71% menjawab setuju, 17% menjawab ragu-ragu dan 1% lainnya menjawab tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai argumentasi/susunan pesan iklan, pesan tersebut efektif untuk menarik simpati masyarakat terhadap partai Gerindra.

Seperti yang telah dijelaskan dalam tabel sebelumnya, urutan pesan atau argumentasi yang disusun sebab akibat atau dari akibat ke sebab membuat pesan iklan yang disampaikan menjadi jelas. Thompson (1960) melaporkan bahwa orang lebih mudah mengingat pesan yang tersusun, walaupun organisasi pesan kelihatan tidak mempengaruhi kadar perubahan sikap (Rakhmat, 2009:294-295). Hal tersebut mempertegas bahwa pesan iklan yang disusun dengan baik akan

efektif untuk menarik simpati khalayak yang menonton iklan terhadap partai Gerindra.

**Tabel 4.12**

**Pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa korupsi” di televisi mudah dipahami**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	10	10
2	Setuju	75	75
3	Ragu-ragu	14	14
4	Tidak Setuju	1	1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa korupsi” di televisi mudah dipahami”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 10% menjawab sangat setuju, sebanyak 75% menjawab setuju, 14% menjawab ragu-ragu dan 1% lainnya menjawab tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa menilai pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa korupsi” di televisi mudah dipahami. Dengan kata lain pesan yang disampaikan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” dapat dipahami oleh semua responden.

Tabel 4.13

**Pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi memotivasi anda agar tidak melakukan korupsi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	11	11
2	Setuju	60	60
3	Ragu-ragu	27	27
4	Tidak Setuju	2	2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi memotivasi anda agar tidak melakukan korupsi”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 11% menjawab sangat setuju, 60% menjawab setuju, 27% menjawab ragu-ragu dan 2% lainnya menjawab tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai pesan yang disampaikan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi memotivasi mereka agar tidak melakukan korupsi.

Dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” urutan pesan atau argumentasi disusun dari akibat ke sebab dan didukung dengan gambar-gambar yang melukiskan keadaan rakyat Indonesia ketika korupsi merajalela. Hal tersebut sesuai dengan keadaan aslinya, dimana masyarakat kurang mampu menderita karena biaya hidup yang mahal, yang

disebabkan oleh para koruptor menggunakan uang rakyat untuk kepentingannya sendiri.

Dari penelitian ini banyak responden yang merasa sedih dengan keadaan Indonesia yang seperti itu dan juga banyak responden menyatakan setuju, itu berarti iklan tersebut dapat memotivasi khalayak yang menonton untuk tidak melakukan korupsi. Seperti yang dikemukakan oleh Rakhmat (2001:301) “Imbauan motivasional menggunakan imbauan motif (motif appeals) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia”

**Tabel 4.14**

**Visual yang digambarkan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	29	29
2	Setuju	55	55
3	Ragu-ragu	14	14
4	Tidak Setuju	2	2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “visual yang digambarkan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat 29% menjawab sangat setuju, 55% menjawab setuju, 14% menjawab ragu-ragu dan 2% lainnya menjawab tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa menilai visual yang digambarkan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi menarik.

Seperti yang dikemukakan Liliweri (1992:77) “meskipun struktur, gaya, dan appeals pesan sudah sangat menarik, namun penampilan fisik pesanpun harus pula diperhatikan. Salah satunya gambar atau ilustrasi yang menjadi latar belakang pesan-pesan iklan”. Sebuah visual iklan harus mampu menggambarkan keadaan yang asli sehingga dapat mempengaruhi emosi khalayak yang memontonnya. Iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” ini menampilkan gambaran mengenai dampak-dampak negatif yang diakibatkan oleh masalah korupsi, seperti masyarakat yang menderita karena biaya hidup yang mahal, fasilitas-fasilitas umum yang tidak selesai dibangun, uang untuk pendidikan, transportasi habis oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

**Tabel 4.15**

**Musik yang digunakan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi sesuai**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	25	25
2	Setuju	56	56
3	Ragu-ragu	19	19
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “musik yang digunakan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi sesuai”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 25% menjawab sangat setuju, 56% menjawab setuju dan 19% lainnya menjawab ragu-ragu. Dari tanggapan-

tanggapan di atas menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa menilai musik yang digunakan dalam tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi sesuai.

Kesesuaian antara gambar dengan musik merupakan daya tarik fisik lainnya yang dapat mendukung iklan agar khalayak tertarik untuk melihatnya. Dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” ini dapat dilihat kesesuaian antara gambar dengan musik ketika Prabowo Subianto menyebutkan “rakyat indonesia tak berdaya, uang untuk fasilitas umum, pendidikan, transportasi, dan lapangan kerja habis”.

#### 4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Sikap Mahasiswa Untuk Memilih Gerindra Pada Pemilu 2014

**Tabel 4.16**

##### **Penilaian Mengenai Sikap Mahasiswa Untuk Memilih Gerindra**

No	Butir Kuesioner	Jumlah Sampel	Skor Jawaban Responden					Total Skor
			SS	S	RR	TS	STS	
1	Pada pemilu legislatif partai Gerindra memenangkan banyak suara sehingga masuk dalam putaran pencalonan capres. Partai Gerindra mampu memenangkan pemilu presiden	100	29	54	15	0	2	408
2	Kesejahteraan rakyat Indonesia akan lebih baik apabila Prabowo menjadi presiden	100	12	52	33	2	1	372
3	Partai Gerindra mampu memperjuangkan aspirasi rakyat jika memenangkan	100	8	66	23	1	2	377

	pilpres 2014							
4	Untuk Indonesia Bangkit 2014” anda percaya dengan slogan yang dibuat partai Gerindra tersebut	100	15	66	17	1	1	393
5	Prabowo pernah terlibat kasus penculikan tragedi pada tahun 1998. Anda percaya Prabowo dapat menjadi presiden yang baik	100	6	53	34	5	2	356
6	Melihat banyak pejabat parpol yang melakukan korupsi akhir-akhir ini, anda percaya bahwa partai Gerindra adalah partai yang bersih (KKN)	100	5	53	33	6	3	351
7	Anda percaya dengan para wakil rakyat yang berasal dari Gerindra	100	6	61	28	3	2	366
8	Anda percaya bahwa partai Gerindra akan memenangkan pemilu presiden mendatang	100	11	68	16	3	2	383
9	Anda senang melihat iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang tayang di televisi	100	12	60	23	3	2	377
10	Anda menyukai partai Gerindra karena iklan politik versi “Indonesia Tanpa korupsi” yang tayang di televisi	100	7	59	27	4	3	363
11	Anda merasa bangga akan mempunyai pemimpin seperti Prabowo setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi	100	22	56	16	3	3	391

12	Anda yakin pasangan Prabowo-hatta dapat menarik banyak simpati masyarakat setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi	100	11	69	16	4	0	387
13	Anda menyukai para wakil rakyat yang berasal dari partai Gerindra	100	7	57	30	3	3	362
14	Anda menyukai para pejabat (bupati/walikota/gubernur) yang berasal dari partai Gerindra	100	9	57	27	6	1	367
15	Timbul keinginan untuk memilih pasangan Prabowo-Hatta dalam pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi	100	26	49	22	1	2	396
16	Anda yakin pasangan Prabowo-Hatta akan menang dalam pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi	100	26	50	20	1	3	395

Tabel 4.17

**Pada pemilu legislatif partai Gerindra memenangkan banyak suara sehingga masuk dalam putaran pencalonan capres. Partai Gerindra mampu memenangkan pemilu presiden**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	29	29
2	Setuju	54	54
3	Ragu-ragu	15	15
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “pada pemilu legislatif partai Gerindra memenangkan banyak suara sehingga masuk dalam putaran pencalonan capres. Partai Gerindra mampu memenangkan pemilu presiden”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 29% mahasiswa menjawab sangat setuju, 54% menjawab setuju, 15% menjawab ragu dan 2% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa menilai pada pemilu legislatif partai Gerindra memenangkan banyak suara sehingga masuk dalam putaran pencalonan capres. Partai Gerindra mampu memenangkan pemilu presiden.

Berdasarkan hasil dari pemilu legislatif, partai gerindra memperoleh suara sebanyak 14.760.371 (11,81 persen). Partai Gerindra menduduki peringkat ketiga setelah diurutkan pertama terdapat Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dengan perolehan suara 23.681.471 (18,95persen) kemudian disusul oleh Partai Golkar dengan perolehan suara 18.432.312 (14,75 persen). Jakarta, Kompas.com (9/5/2014). Melihat hal tersebut mahasiswa menilai bahwa partai Gerindra akan memenangkan banyak suara dalam putaran pemilu presiden mendatang.

**Tabel 4.18**  
**Kesejahteraan rakyat Indonesia akan lebih baik apabila Prabowo menjadi presiden**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	12	12
2	Setuju	52	52
3	Ragu-ragu	33	33
4	Tidak Setuju	2	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “kesejahteraan rakyat Indonesia akan lebih baik apabila Prabowo menjadi presiden”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 12% menjawab sangat setuju, 52% menjawab setuju, 33% menjawab ragu-ragu, 2% menjawab tidak setuju dan 1% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berpendapat kesejahteraan rakyat Indonesia akan lebih baik apabila Prabowo menjadi presiden.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dicita-citakan oleh Prabowo untuk perubahan Indonesia. Semua perubahan yang ingin dilakukan oleh Prabowo, ia tuangkan dalam sebuah iklan-iklan yang memiliki tema berbeda-beda. Dalam iklan-iklan tersebut Prabowo melukiskan semua keadaan yang ada di Indonesia, baik itu dari alamnya, kebudayaannya, sampai masalah yang sedang dihadapi Indonesia akhir-akhir ini yaitu tentang korupsi. Sehingga masyarakat tahu bahwa Prabowo menginginkan bangsa Indonesia berubah menjadi lebih baik. Maka dari

itu tidak sedikit mahasiswa yang berpendapat bahwa Indonesia akan Sejahtera apabila Prabowo terpilih menjadi presiden.

**Tabel 4.19**  
**Partai Gerindra mampu memperjuangkan aspirasi rakyat jika  
memenangkan pilpres 2014**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	8	8
2	Setuju	66	66
3	Ragu-ragu	23	23
4	Tidak Setuju	1	1
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “partai Gerindra mampu memperjuangkan aspirasi rakyat jika memenangkan pilpres 2014”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 8% menjawab sangat setuju, 66% menjawab setuju, 23% menjawab ragu-ragu, 1% menjawab tidak setuju dan 2% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai partai Gerindra mampu memperjuangkan aspirasi rakyat jika memenangkan pilpres 2014.

Berdasarkan penjelasan pada tabel sebelumnya, yang menyatakan banyak mahasiswa berpendapat bahwa Indonesia akan sejahtera apabila Prabowo menjadi presiden. Hal ini berkaitan dengan hasil penilaian tabel diatas yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai partai Gerindra mampu memperjuangkan aspirasi rakyat jika memenangkan pilpres 2014 mendatang.

Tabel 4.20

**“Untuk Indonesia Bangkit 2014” anda percaya dengan slogan yang dibuat partai Gerindra tersebut**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	15	15
2	Setuju	66	66
3	Ragu-ragu	17	17
4	Tidak Setuju	1	1
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “Untuk Indonesia Bangkit 2014” anda percaya dengan slogan yang dibuat partai Gerindra tersebut”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa sebanyak 15% menjawab sangat setuju, 66% menjawab setuju, 17% menjawab ragu-ragu dan sisanya masing-masing 1% menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa percaya dengan slogan “Untuk Indonesia Bangkit 2014” yang dibuat Gerindra.

Bedasarkan hasil pengujian tabel diatas mahasiswa percaya bahwa partai Gerindra akan melakukan perubahan untuk Indonesia yang lebih baik, untuk Indonesia bangkit.

Tabel 4.21

**Prabowo pernah terlibat kasus penculikan tragedi pada tahun 1998 Anda percaya Prabowo dapat menjadi presiden yang baik**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	6	6
2	Setuju	53	53
3	Ragu-ragu	34	34
4	Tidak Setuju	5	5
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “Prabowo pernah terlibat kasus penculikan tragedi pada tahun 1998 anda percaya Prabowo dapat menjadi presiden yang baik”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 6% menjawab sangat setuju, 53% menjawab setuju, 34% menjawab ragu-ragu, 5% menjawab tidak setuju dan 2% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menilai bahwa Prabowo dapat menjadi presiden yang baik meskipun pernah terlibat kasus tragedi penculikan pada tahun 1998.

Sejak dimulainya kampanye terbuka untuk pilpres pada tanggal 5 Juni 2014, partai Gerindra dan Partai PDIP berlomba-lomba untuk menarik simpati rakyat dengan berbagai cara, baik itu berkampanye secara langsung mendatangi daerah-daerah tertentu, berkampanye dalam iklan. Namun ada juga oknum-oknum yang melakukan *black campaign* untuk menjatuhkan lawannya. Akhir-akhir ini muncul isu bahwa Prabowo pernah terlibat kasus penculikan pada tahun 1998. Namun dengan adanya isu tersebut tidak merubah penilaian mahasiswa terhadap

Prabowo, mereka percaya bahwa Prabowo dapat menjadi presiden yang baik meskipun isu tersebut terus berkembang di masyarakat.

**Tabel 4.22**

**Melihat banyak pejabat parpol yang melakukan korupsi akhir-akhir ini, anda percaya bahwa partai Gerindra adalah partai yang bersih (KKN)**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	5	5
2	Setuju	53	53
3	Ragu-ragu	33	33
4	Tidak Setuju	6	6
5	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “melihat banyak pejabat parpol yang melakukan korupsi akhir-akhir ini, anda percaya bahwa partai Gerindra adalah partai yang bersih (KKN)”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 5% menjawab sangat setuju, 53% menjawab setuju, 33% menjawab ragu-ragu, 6% menjawab tidak setuju dan 3% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa percaya bahwa partai Gerindra adalah partai yang bersih (KKN) meskipun akhir-akhir ini banyak pejabat parpol yang melakukan korupsi.

Banyaknya kasus korupsi yang terjadi belakangan ini ternyata tidak mempengaruhi penilaian mahasiswa terhadap partai Gerindra. Mereka percaya bahwa partai Gerindra adalah partai yang bebas dari korupsi.

Tabel 4.23

**Anda percaya dengan para wakil rakyat yang berasal dari Gerindra**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	6	6
2	Setuju	61	61
3	Ragu-ragu	28	28
4	Tidak Setuju	3	3
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda percaya dengan para wakil rakyat yang berasal dari Gerindra”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 6% menjawab sangat setuju, 61% menjawab setuju, 28% menjawab ragu-ragu, sebanyak 3% menjawab tidak setuju dan 2% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa percaya dengan para wakil rakyat yang berasal dari Gerindra.

Partai Gerindra merupakan partai politik yang terbilang masih baru, yaitu didirikan pada Desember 2007. Walaupun demikian hal tersebut tidak berpengaruh pada penilaian mahasiswa yang menyatakan mereka percaya dengan para wakil rakyat yang bersal dari partai Gerindra.

**Tabel 4.24**

**Anda percaya bahwa partai Gerindra akan memenangkan pemilu presiden mendatang**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	11	11
2	Setuju	68	68
3	Ragu-ragu	16	16
4	Tidak Setuju	3	3
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda percaya bahwa partai Gerindra akan memenangkan pemilu presiden mendatang”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 11% menjawab sangat setuju, 68% menjawab setuju, 16% menjawab ragu-ragu, 3% menjawab tidak setuju dan 2% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa percaya bahwa partai Gerindra akan memenangkan pemilu presiden mendatang.

Dengan melihat hasil pemilu legislatif, partai Gerindra memperoleh suara terbanyak ketiga dan mampu masuk dalam putaran pemilu presiden, mahasiswa berpendapat bahwa partai Gerindra juga dapat memenangkan pemilu presiden yang akan datang.

Tabel 4.17 sampai tabel 4.24 merupakan hasil pengujian dari indikator komponen kognitif, yang terdiri dari dua alat ukur yaitu pengetahuan terhadap partai Gerindra dan kepercayaan terhadap partai Gerindra. Komponen kognitif merupakan komponen yang berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang

berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Kepercayaan datang dari apa yang kita lihat atau apa yang kita telah kita ketahui. Sedangkan pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui. Dari hasil pengujian tersebut sebagian besar mahasiswa percaya dan mempunyai pengetahuan terhadap partai Gerindra. Walaupun pemilu presiden belum dilaksanakan, tetapi mereka percaya bahwa partai Gerindra akan membawa perubahan bagi Indonesia.

**Tabel 4.25**

**Anda senang melihat iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang tayang di televisi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	12	12
2	Setuju	60	60
3	Ragu-ragu	23	23
4	Tidak Setuju	3	3
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda senang melihat iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang tayang di televisi”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 12% menjawab sangat setuju, 60% menjawab ragu-ragu, 3% menjawab tidak setuju dan 2% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa senang melihat iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” yang tayang di televisi.

Salah satu dampak dari tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” dampak afektif. Dimana dampak afektif ini akan menimbulkan perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci.

Menurut Effendy (2004:7), mengatakan bahwa dampak afektif lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan sekedar membuat komunikan tahu, tetapi juga tergerak hatinya; menimbulkan perasaan tertentu, seperti perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya. Namun, dalam penelitian ini perasaan senang yang dirasakan oleh responden ketika melihat iklan politik tersebut bukanlah perasaan yang menimbulkan sesuatu yang kadarnya lebih tinggi dari dampak kognitif, melainkan ketertarikan pada penampilan iklan dan cara penyampaian pesannya.

**Tabel 4.26**

**Anda menyukai partai Gerindra karena iklan politik versi “Indonesia Tanpa korupsi” yang tayang di televisi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	7	7
2	Setuju	59	59
3	Ragu-ragu	27	27
4	Tidak Setuju	4	4
5	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda menyukai partai Gerindra karena iklan politik versi “Indonesia Tanpa korupsi” yang tayang di televisi”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa sebanyak 7% menjawab sangat setuju, 59% menjawab

setuju, 27% menjawab ragu-ragu, 4% menjawab tidak setuju dan 3% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menyukai partai Gerindra karena iklan politik versi “Indonesia Tanpa korupsi” yang tayang di televisi.

Dilihat dari data di atas sebagian besar mahasiswa menyatakan menyukai partai Gerindra karena melihat iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi”. Hal tersebut sama halnya seperti dampak afektif yang ditimbulkan dalam penjelasan tabel sebelumnya. Dampak dari afektif disini menurut Effendy, (2004:7) mengatakan bahwa dampak afektif lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan sekedar membuat komunikasi tahu, tetapi juga tergerak hatinya; menimbulkan perasaan tertentu, seperti perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

**Tabel 4.27**

**Anda merasa bangga mempunyai pemimpin seperti Prabowo setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	22	22
2	Setuju	56	56
3	Ragu-ragu	16	16
4	Tidak Setuju	3	3
5	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda merasa bangga akan mempunyai pemimpin seperti

Prabowo setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 22% menjawab sangat setuju, 56% menjawab setuju, 16% menjawab ragu-ragu dan sisanya masing-masing sebanyak 3% menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa bangga akan mempunyai pemimpin seperti Prabowo setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi.

Prabowo sebagai salah satu calon presiden di pemilu pilpres mendatang memang memiliki kharisma sebagai pemimpin. Hal tersebut terlihat dalam setiap iklan politik yang muncul di televisi Prabowo selalu menampilkan sisi kepemimpinannya. Dalam setiap iklan politik yang dibuat, partai Gerindra selalu memasukkan unsur-unsur Indonesia, seperti kebudayaan, sumber daya alam, dan sebagainya. Tidak sebagian besar responden menyatakan bangga memiliki calon pemimpin seperti Prabowo.

**Tabel 4.28**

**Anda yakin pasangan Prabowo-hatta dapat menarik banyak simpati masyarakat setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	11	11
2	Setuju	69	69
3	Ragu-ragu	16	16
4	Tidak Setuju	4	4
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda yakin pasangan Prabowo-hatta dapat menarik banyak simpati masyarakat setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 11% menjawab sangat setuju, 69% menjawab setuju, 16% menjawab ragu-ragu dan 4% lainnya menjawab tidak setuju. Dari tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa merasa yakin bahwa pasangan Prabowo-hatta dapat menarik banyak simpati masyarakat setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi.

Bagi sebagian responden meyakini pasangan Prabowo-Hatta akan memenangkan pemilu presiden mendatang setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi”. Hal tersebut membuktikan bahwa Prabowo berhasil mempersuasi khalayak dengan tayangan iklan tersebut. dalam sebuah iklan daya tarik pesa sangatlah penting, dan penggunaan kata-kata yang mudah dipahamipun sangat penting. Menurut Liliweri, (1992:77) menyatakan bahwa dari segi daya tarik pesan iklan yang baik harus memperhatikan: struktur pesan, yaitu cara pemanpilan pesan dalam suatu bentuk kesimpulan, apakah itu tersirat atau tersurat dalam kandungan isinya.

**Tabel 4.29****Anda menyukai para wakil rakyat yang berasal dari partai Gerindra**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	7	7
2	Setuju	57	57
3	Ragu-ragu	30	30
4	Tidak Setuju	3	3
5	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda menyukai para wakil rakyat yang berasal dari partai Gerindra”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 7% menjawab sangat setuju, 57% menjawab setuju, 30% menjawab ragu-ragu dan sisanya masing-masing sebanyak 3% menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menyukai para wakil rakyat yang berasal dari partai Gerindra.

Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Saifudin, Azwar (2007) yang menyatakan bahwa komponen efektif ini disamakan dengan yang dimiliki terhadap sesuatu. Reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai sebagai benar dan berlaku bagi objek tertentu. Dalam tabel 4.23 tentang kepercayaan responden terhadap wakil rakyat yang berasal dari partai Gerindra, sebanyak 61% responden menyatakan sangat setuju. Maka tidak heran apabila sebagian besar responden menyukai para wakil rakyat yang berasal dari partai Gerindra.

**Tabel 4.30**

**Anda menyukai para pejabat (bupati/walikota/gubernur) yang berasal dari partai Gerindra**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	9	9
2	Setuju	57	57
3	Ragu-ragu	27	27
4	Tidak Setuju	6	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda menyukai para pejabat (bupati/walikota/gubernur) yang berasal dari partai Gerindra”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat 9% menjawab sangat setuju, 57% menjawab setuju, 27% menjawab ragu-ragu, 6% menjawab tidak setuju dan 1% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menyukai para pejabat (bupati/walikota/gubernur) yang berasal dari partai Gerindra.

Hasil pengujian tabel diatas sama halnya dengan penjelasan pada tabel sebelumnya. Rasa suka dipengaruhi oleh kepercayaan, apabila kita sudah percaya pada suatu hal maka kita akan menyenangi hal tersebut. tidak hanya berdasarkan hal tersebut, perasaan suka yang dinyatakan oleh sebagian besar responden karena mereka melihat kinerja para pejabat yang berasal dari partai Gerindra. Salah satunya adalah Ridwan Kamil yang menjadi Walikota Bandung. Setelah beberapa bulan menjabat sebagai walikota, Ridwan Kamil sudah

melakukan beberapa perubahan yang baik untuk kota Bandung, dan dampaknya langsung dirasakan oleh masyarakat sendiri. kota Bandung sekarang ini menjadi kota yang lebih teratur.

Tabel 4.25 samapai 4.30 merupakan tabel yang yang menjelaskan tentang hasil pengujian pada indikator komponen afektif. Dimana terdapat dua alat ukur yaitu perasaan suka terhadap partai Gerindra dan rasa emosional berupa perasaan simpati. Komponen afektif yaitu komponen yang terdiri dari seluruh perasaan atau emosi seseorang terhadap suatu objek, terutama penilaian, yang bersifat evaluatif dan berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

Dari hasil analisis tabel-tabel diatas, sebagian besar responden menyatakan suka terhadap partai Gerindra dan merasa simpati. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya sikap positif dari responden yang cenderung mendekati, menyukai, dan mengharapkan pada objek tertentu.

**Tabel 4.31**

**Timbul keinginan untuk memilih pasangan Prabowo-Hatta dalam pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	26	26
2	Setuju	49	49
3	Ragu-ragu	22	22
4	Tidak Setuju	1	1
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel di atas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “timbul keinginan untuk memilih pasangan Prabowo-Hatta dalam pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 26% menjawab sangat setuju, 49% menjawab setuju, 22% menjawab ragu-ragu, 1% menjawab tidak setuju dan 2% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berkeinginan untuk memilih pasangan Prabowo-Hatta dalam pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi.

Keinginan pada diri seseorang akan timbul karena kesadaran yang dimilikinya, dengan adanya iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” menimbulkan kesadaran agar masyarakat tidak melakukan korupsi, dan menyadarkan masyarakat bahwa pasangan Prabowo-Hatta tidak akan melakukan korupsi jika terpilih menjadi presiden.

**Tabel 4.32**

**Anda bersedia memilih pasangan Prabowo-Hatta agar memenangkan pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	26	26
2	Setuju	50	50
3	Ragu-ragu	20	20
4	Tidak Setuju	1	1
5	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

n= 100 (sumber: angket)

Tabel diatas menjelaskan tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai pernyataan “anda yakin pasangan Prabowo-Hatta akan menang dalam pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi”. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat sebanyak 26% menjawab sangat setuju, 50% menjawab setuju, 20% menjawab ragu-ragu, 1% menjawab tidak setuju dan 3% lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan-tanggapan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa bersedia memilih pasangan Prabowo-Hatta agar memenangkan pemilihan presiden setelah melihat tayangan iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” di televisi.

Setengah dari responden menyatakan sangat setuju, itu berarti mereka bersedia memilih pasangan Prabowo-Hatta agar memenangkan pilpres mendatang. Ini membuktikan adanya kesadaran yang timbul dari dalam diri mahasiswa untuk merubah suatu keinginan menjadi suatu tindakan tertentu. Seperti yang dikatakan oleh Rakhmat, (2010) bahwa “efek konatif atau efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku”.

Tabel 4.31 samapai 4.32 merupakan tabel yang yang menjelaskan tentang hasil pengujian pada indikator komponen konatif. Komponen konatif dalam sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang dengan objek sikap yang dihadapinya. Dalam hasi pengujian

pada indikator ini, sebagian besar responden memiliki kesadaran untuk berperilaku terhadap objek sikapnya.

### **4.3 Analisis Inferensial Data Penelitian**

Hasil statistik inferensial memaparkan derajat hubungan antara variabel yang dihitung dengan menggunakan koefisien korelasi *Rank Spearman*, karena skala data yang digunakan adalah skala ordinal. Dalam analisis statistik inferensial dilakukan pemberian skor terhadap data yang telah dihasilkan dari masing – masing pernyataan dalam angket penelitian dan dilakukan penjumlahan skor dalam setiap variabelnya.

Berdasarkan variabel X dan Y tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini terdiri 2 bagian, yaitu hipotesis mayor dan sub hipotesis (hipotesis minor). Setelah dilakukan perhitungan statistik terhadap masing – masing hipotesis, diperoleh dengan hasil sebagai berikut :

#### **4.3.1 Hubungann Antara Tayangan Iklan partai Gerindra dengan Sikap Mahasiswa Untuk Memilih Gerindra pada Pemilu 2014**

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara tayangan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014, maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

$H_1 : \rho \neq 0$ ; Terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014

Kriteria : Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , terima dalam hal lainnya.

Hasil pengujian ditampilkan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.33**  
**Hubungan Antara Tayangan Iklan dengan Sikap Mahasiswa**

Variabel	rs	Derajat Keeratan	$\alpha$	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Keputusan	Keterangan
X-Y	0,589	Sedang	5%	7,215	1,984	Ho ditolak	Signifikan

Ket: lihat lampiran

Tabel di atas menjelaskan hubungan antara tayangan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa nilai korelasi yang diperoleh sebesar 0,589. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik tayangan iklan partai Gerindra, akan diikuti pula oleh semakin baiknya sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,215. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan  $\alpha = 5\%$ , diperoleh nilai t-tabel sebesar  $\pm 1,984$ . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 7,215, berada diluar nilai t-tabel -1,984 dan 1,984.

Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

#### 4.3.2 Hubungan Antara Intensitas Iklan Politik Partai Gerindra dengan Sikap Mahasiswa Untuk Memilih Gerindra Pada Pemilu 2014

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara intensitas iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014, maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

$H_1 : \rho \neq 0$ ; Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014

Kriteria : Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , terima dalam hal lainnya.

Hasil pengujian ditampilkan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.34**

#### Hubungan Antara Intensitas Iklan dengan Sikap Mahasiswa

Variabel	Rs	Derajat Keeratan	$\alpha$	t_hitung	t_tabel	Keputusan	Keterangan
X <sub>1</sub> -Y	0,481	Sedang	5%	5,431	1,984	Ho ditolak	Signifikan

Ket: lihat lampiran

Tabel di atas menjelaskan hubungan antara intensitas iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa nilai korelasi yang diperoleh sebesar 0,481. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin tinggi intensitas iklan partai Gerindra, akan diikuti pula oleh semakin baiknya sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,431. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tabel distribusi  $t$ . Dengan  $\alpha = 5\%$ , diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar  $\pm 1,984$ . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 5,431, berada diluar nilai  $t_{tabel}$  -1,984 dan 1,984. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

Pada prinsipnya, pesan iklan yang baik hendaknya disampaikan secara berulang-ulang melalui medianya. Penampilan iklan berkali-kali pada waktu yang sama dapat mengakibatkan setiap orang mudah untuk mengingatnya (Liliweri, 1992:77). Selain itu daya tarik visual merupakan faktor lain yang membuat khalayak tertarik untuk melihat iklan politik tersebut. Iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” dikemas dengan sederhana mungkin tetapi memunculkan kesan tegas.

### 4.3.3 Hubungan Antara Daya Tarik Pesan Iklan Politik Partai Gerindra dengan Sikap Mahasiswa Untuk Memilih Gerindra Pada Pemilu 2014

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara isi pesan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014, maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

$H_1 : \rho \neq 0$ ; Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014

Kriteria : Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , terima dalam hal lainnya.

Hasil pengujian ditampilkan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.35**

#### Hubungan Antara Daya Tarik Pesan Iklan dengan Sikap Mahasiswa

Variabel	rs	Derajat Keeratan	$\alpha$	t_hitung	t_tabel	Keputusan	Keterangan
X <sub>2</sub> -Y	0,495	Sedang	5%	5,640	1,984	Ho ditolak	Signifikan

Ket: lihat lampiran

Tabel di atas menjelaskan hubungan antara daya tarik pesan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa nilai korelasi yang diperoleh sebesar 0,495. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa

hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin tinggi daya tarik pesan iklan partai Gerindra, akan diikuti pula oleh semakin baiknya sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,640. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tabel distribusi  $t$ . Dengan  $\alpha = 5\%$ , diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar  $\pm 1,984$ . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 5,640, berada diluar nilai  $t_{tabel}$  -1,984 dan 1,984. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik pesan iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

Pesan yang disampaikan dalam iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi” dapat memberikan pengetahuan kepada khalayak mengenai dampak negatif dari korupsi. Penerimaan khalayak terhadap pesan dalam iklan ini cukup baik, selain memberikan pengetahuan iklan ini juga memotivasi masyarakat untuk tidak melakukan korupsi. Iklan ini juga bertujuan untuk memberikan informasi, dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan (Liliweri, 1992:32). Pesan dalam iklan politik ini cukup menarik sehingga dapat mempengaruhi dan merubah sikap khalayak.

#### **4.3.3 Hubungan Antara Daya Tarik Iklan Politik Partai Gerindra dengan Sikap Mahasiswa Untuk Memilih Gerindra Pada Pemilu 2014**

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara daya tarik iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014,

maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

$H_1 : \rho \neq 0$ ; Terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014

Kriteria : Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , terima dalam hal lainnya.

Hasil pengujian ditampilkan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.36**

**Hubungan Antara Daya Tarik Iklan dengan Sikap Mahasiswa**

Variabel	$R_s$	Derajat Keeratan	$\alpha$	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keputusan	Keterangan
$X_3$ -Y	0,477	Sedang	5%	5,373	1,984	$H_0$ ditolak	Signifikan

Ket: lihat lampiran

Tabel di atas menjelaskan hubungan antara daya tarik iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa nilai korelasi yang diperoleh sebesar 0,477. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin tinggi daya tarik iklan partai Gerindra, akan diikuti pula oleh semakin baiknya sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,373. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai  $t$ -tabel pada tabel distribusi  $t$ . Dengan  $\alpha = 5\%$ , diperoleh nilai  $t$ -tabel sebesar  $\pm 1,984$ . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 5,373, berada diluar nilai  $t_{tabel}$  -1,984 dan 1,984. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik iklan partai Gerindra dengan sikap mahasiswa untuk memilih Gerindra pada pemilu 2014.

Pengemasan visual iklan yang menarik merupakan salah satu faktor yang penting untuk menarik perhatian khalayak untuk melihatnya. Dengan bantuan visual iklan khalayak dapat menerima pesan yang disampaikan lebih jelas dibandingkan penyampaian pesan yang hanya menggunakan kata-kata saja. Tapihan visual dapat mencerminkan isi pesan yang disampaikan. Dalam iklan politik ini partai Gerindra menampilkan gambaran yang sesuai dengan realitasnya, yaitu gambaran bagaimana masyarakat menderita karena karena biaya hidup yang mahal, fasilitas-fasilitas umum yang terbengkalai karena tidak selesai dibangun, semua itu akibat perbuatan dari para pejabat yang melakukan korupsi, yang memakan uang rakyat.

Dengan menampilkan gambaran yang seperti realitasnya maka iklan akan lebih mudah untuk dipahami oleh khalayak. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Kasali, (2007:173) "dengan memunculkan gambaran suasana yang asli akan mampu mempengaruhi emosi dari penontonnya".

#### 4.3.5 Kaitan Penelitian dengan *Elaboration Likelihood Model*

Penelitian ini dilandaskan pada teori *Elaboration Likelihood Model*. Dijelaskan dalam teori ELM jika Anda menggunakan jalur sentral maka anda akan mempertimbangkan suatu argument atau informasi dengan hati-hati, dan jika pada akhirnya pandangan anda berubah karena informasi atau argument yang anda terima maka hal itu terjadi setelah melalui “perjuangan” panjang yang terjadi dalam otak. Perubahan pandangan ini bersifat lebih permanen dan biasanya akan diikuti dengan perubahan tingkah laku (Morrisan, 2013: 84).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan jalur sentral dalam mengevaluasi pesan yang diterimanya. Hal ini dibuktikan dengan tingkat pengetahuan responden terhadap objek yang tinggi. Proses pada jalur sentral terjadi apabila setiap individu memberikan perhatian penuh terhadap pesan dan argumentasinya. Lewat jalur sentral ini, individu akan memikirkan pesan yang yang diterimanya secara hati-hati dan mendalam, penuh pertimbangan mengenai argumentasi yang dapat disimpulkan dari pesan tersebut. apabila argumentasi dapat diterima dengan meyakinkan, maka perubahan sikap seseorang pun akan terjadi.

Hal ini sesuai dengan hasil dari pengujian pada variabel Y indikator komponen konatif, dimana sebagian besar responden menyatakan ada keinginan untuk memilih pasangan Prabowo-Hatta pada pilpres 2014 mendatang setelah melihat iklan politik partai Gerindra versi “Indonesia Tanpa Korupsi”. Berarti disini pesan yang diterima oleh responden dapat meyakinkan mereka untuk bertindak atau melakukan perubahan sikap.