

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN POLITIK BALIHO TERHADAP ELEKTABILITAS
AIRLANGGA HARTARTO SEBAGAI PRA BACAPRES PADA
PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024 DI KOTA BANJARMASIN**

(Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Pembuatan Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi)



Disusun oleh :

Muhammad Galih Fathur Rahman

(1810414610006)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

TAHUN 2024



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH IKLAN POLITIK BALIHO TERHADAP ELEKTABILITAS
AIRLANGGA HARTARTO SEBAGAI PRA BACAPRES PADA
PEMILIHAN PRESIDENTAHUN 2024 DI KOTA BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Muhammad Galih Fathur Rahman

NIM : 1810414610006

B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai () dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 23 April 2024.

C. Tim Penguji:

a. Ketua

Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
NIP. 195912101988111001

()

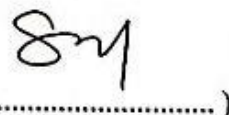
b. Sekretaris

Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
NIP. 19900108201707104001

()

c. Anggota

Sarwani, S.Sos., M.Med,Kom
NIP. 197805212008121002

()

Banjarmasin, 15 Mei 2024
Ketua Pembimbing

()

Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
NIP. 195912101988111001

Mengetahui
Dekan FISIP ULM
()
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP.19730122198021001



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Politik Baliho Terhadap Elektabilitas Airlangga Hartarto Sebagai PRA BACAPRES Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 Di Kota Banjarmasin”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW dari dahulu hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Sc selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastusi., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom, M.A. selaku dosen penasehat akademik.
5. Bapak Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang banyak menyediakan waktu, pikiran, maupun dukungan kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan kepada penulis.

7. Semua Staf Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
8. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pembuatan dan penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis yang dimiliki. Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis dengan mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan proposal skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang terlibat dalam membantu menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Banjarmasin, 18 April 2024



Muhammad Galih Fathur Rahman

ABSTRAK

Muhammad Galih Fathur Rahman, 1810414610006, Pengaruh Iklan Politik Baliho Terhadap Elektabilitas Airlangga Hartarto Sebagai Pra Bacapres Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kota Banjarmasin. Dibawah bimbingan Bachruddin Ali Akhmad.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap elektabilitas Airlangga Hartarto pada Pra Bacapres di kota Banjarmasin. Responden dalam penelitian ini berjumlah 400 orang. Data yang digunakan diambil dari kuesioner yang dibuat sendiri oleh penulis terkait dengan variable-variabel yang diteliti. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel iklan politik baliho berpengaruh signifikan terhadap elektabilitas Airlangga Hartarto dalam pemilihan Presiden tahun 2024 di Kota Banjarmasin dengan nilai F hitung sebesar 1171,195 > 3,86 dan nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05 dengan pengaruh iklan terhadap elektabilitas sebesar 74,6%.

Kata Kunci : Iklan dan Elektabilitas

ABSTRACT

Muhammad Galih Fathur Rahman, 1810414610006, The Influence of Billboard Political Advertisements on Airlangga Hartarto's Electability as Pre-Bacapres in the 2024 Presidential Election in Banjarmasin City. Under the guidance of Bachruddin Ali Akhmad.

This research aims to determine the effect of advertising on the electability of Airlangga Hartarto in the Pre-Bacanpres in the city of Banjarmasin. Respondents in this study totaled 400 people. The data used was taken from a questionnaire created by the author himself regarding the variables studied. Data analysis uses simple linear regression analysis.

The research results show that the billboard political advertising variable has a significant effect on Airlangga Hartarto's electability in the 2024 Presidential election in Banjarmasin City with a calculated F value of $1171.195 > 3.86$ and a sig. amounting to $0.000 < 0.05$ with the influence of advertising on electability of 74.6%.

Keywords: *Advertising and Electability*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Sejenis.....	10
2.2 Tinjauan Konseptual	15
2.2.1 Komunikasi.....	15
2.2.2 Komunikasi Politik.....	17
2.2.3 Iklan Politik	20
2.2.4 Baliho	23
2.2.5 Elektabilitas	24
2.3 Tinjauan Teori	26

2.4 Pengaruh Antar Variabel	27
2.5 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Tipe Penelitian.....	31
3.3 Objek Penelitian	31
3.4 Populasi dan Sampel.....	32
3.4.1. Populasi	32
3.4.2. Sampel.....	32
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.6 Teknik Pengambilan Data	34
3.7 Teknik Penentuan Skor	34
3.8 Definisi Operasional	35
3.8.1 Variabel Independent (Bebas)	35
3.8.2 Variabel Dependen (Terikat).....	36
3.9 Uji Validitas Dan Realibilitas	38
3.9.1 Uji Validitas.....	38
3.9.2 Uji Reliablitas	39
3.10 Teknik Analisis Data.....	40
3.10.1 Uji Asumsi Klasik	41
3.10.2 Uji Hipotesis	41
3.11 Waktu Dan Lokasi Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
4.1 Profil Responden	44

4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	45
4.2.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
4.2.3 Hasil Uji Linearitas	47
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	48
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	48
4.3.2 Uji Statistik F.....	48
4.3.3 Koefisien Determinasi	49
4.4 Implikasi Hasil Penelitian	50
4.5 Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
5.2.1 Saran Praktis	56
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil survei Centre for Strategic and International Studies (CSIS).....	5
Tabel 1.2 Hasil survei Charta Politika.....	5
Tabel 1.3 Hasil survei Poltraking Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Sejenis	10
Tabel 3.1 Skor Penentuan Sampel	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Usia	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	47
Tabel 4.6 Uji Statistik F	48
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Unsur-unsur komunikasi dalam buku buku Pengantar Ilmu Komunikasi.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Scaterplot.....	46

