

**DAMPAK IKLAN MEDIA LUAR RUANG KAMPANYE RIDWAN KAMIL
MENUJU PILGUB JAWA BARAT TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT
(Survei Lingkungan Taman Lembah Gurame Kecamatan Pancoran Mas Depok)**

M. ATILLA ERWIN SYAH

Abstrak

Fenomena sebuah iklan sebagai media dalam berkampanye sudah biasa melanda para calon kandidat Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2018, baik yang perorangan maupun partai. Iklan Media Luar Ruang sendiri merupakan langkah awal dalam membuat strategi untuk mempromosikan para kandidat Pilgub Jawa Barat ke masyarakat luas. Hal ini sangat penting, karena tujuan dari iklan yaitu untuk mempromosikan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana dampak iklan luar ruang pada kampanye Ridwan Kamil menuju Pilgub Jawa Barat terhadap persepsi masyarakat. Teori yang digunakan adalah model komunikasi dua tahap. dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan jenis penelitian *eksplanatif*. Dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dalam pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dalam menggunakan iklan media luar ruang sebagai media dalam berkampanye kepada masyarakat luas sangat efektif di banding menggunakan media elektronik. Dan dapat disimpulkan bahwa iklan media luar lebih unggul di banding dengan media elektronik.

Kata Kunci : Iklan, Media Luar Ruang, Persepsi, Pilgub Jabar

**THE IMPACT OF RIDWAN KAMIL GUBERNUR CAMPAIGN TO WARD
PEOPLE PERCEPTION (Based On Survei In Pancoran Mas District)**

M. ATILLA ERWIN SYAH

Abstract

The phenomenon of an advertisement as a medium is campaigning on the candidates have been accustomed to hit a candidate at an election the governor and vice governor west java 2018, both individuals as well as the party. Advertising outdoor media itself is the first step in making a strategy to promote the candidates pilgub west java to the people at large. This is very important , that the goal of which is to promote of advertising. This study aims to to see the extent to which the impact of advertising on outside our living room on a campaign ridwan java pilgub kamil toward the west is about the public perception. The theory used is the model communication two stages. In this research researchers used quantitative research methods with the kind of research eksplanatif. Was used in the study in kuisoner in data collection. The result of this research suggests that strategy in using advertising outdoor media as a media is campaigning for the general public very effective than using electronic media. And it can be concluded that the other media superior than with electronic media.

keyword : advertising, outdoor media, perception, pilgub west java