



ANALISIS RESEPSI KELOMPOK PEMILIH PEMULA PEMILU 2024 TERHADAP IKLAN POLITIK AUDIOVISUAL PARTAI AMANAT NASIONAL

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Faisal Haris

NIM : 2010411174



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Faisal Haris
NIM : 2010411174
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 Terhadap Iklan Politik Audio Visual Partai Amanat Nasional

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **SKRIPSI** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing



Dr. Azwar, S.S., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Faisal Haris
NIM : 2010411174
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Desember 2023

Yang menyatakan,



Faisal Haris

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faisal Haris
NIM : 2010411174
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS RESEPSI KELOMPOK PEMILIH PEMULA PEMILU 2024
TERHADAP IKLAN POLITIK AUDIOVISUAL PARTAI AMANAT
NASIONAL**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 19 Januari 2024

Yang menyatakan,



Faisal Haris

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Faisal Haris

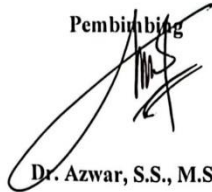
NIM : 2010411174

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 Terhadap Iklan
Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional

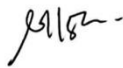
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. Azwar, S.S., M.Si.

Penguji 1



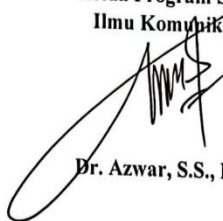
Uljanatunnisa, S.Sos., MA.

Penguji 2



Ratu Laura Mulia B. P, S.Psi., M.Sc.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si.

Disahkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Januari 2024

ANALISIS RESEPSI KELOMPOK PEMILIH PEMULA PEMILU 2024 TERHADAP IKLAN POLITIK AUDIOVISUAL PARTAI AMANAT NASIONAL

FAISAL HARIS

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang iklan politik audiovisual Partai Amanat Nasional (PAN) versi jingle yang disiarkan melalui media YouTube maupun televisi dalam menghadapi kontestasi pemilu tahun 2024. Penulis berfokus pada isi pesan politik serta gimik yang PAN tawarkan selaku produsen pesan kepada khalayak selaku konsumen pesan dalam iklan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana resepsi (penerimaan) khalayak khususnya pemilih pemula pemilu tahun 2024 terhadap isi tayangan konten iklan politik PAN itu. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis resepsi model encoding-decoding gagasan Stuart Hall untuk dapat memahami bagaimana para informan menerima dan memaknai iklan tersebut. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tayangan iklan politik PAN versi jingle ternyata dimaknai secara beragam oleh para informan. Dari lima orang informan yang ada dalam penelitian ini, satu orang masuk ke dalam posisi hegemonik dominan, dua orang masuk ke dalam posisi negosiasi dan dua orang lainnya masuk ke dalam posisi oposisi. Adanya perbedaan pemaknaan informan dalam iklan tersebut karena dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang yang dimiliki oleh masing-masing informan, seperti misalnya latar belakang pengetahuan, pendidikan dan juga pengalaman hidup mereka.

Kata kunci: Analisis resepsi, Iklan politik, Pemilih pemula

**RECEPTION ANALYSIS OF BEGINNER VOTER GROUP INDONESIAN ELECTION
2024 TOWARD THE AUDIOVISUAL POLITICAL ADVERTISING OF THE
NATIONAL MANDATE PARTY**

FAISAL HARIS

ABSTRACT

This research examines the audiovisual political advertisements of the National Mandate Party (PAN) in the form of jingles broadcasted through YouTube platform and television in facing the electoral competition of the 2024 Indonesian elections. The author focuses on the content of the political message and the gimmicks that PAN, as the message producer, offers to the audience, who are consumers of the message in these advertisements. The aim of this research is to elucidate how the audience, especially first-time voters in the 2024 elections, perceives the content of PAN's political advertising. The author employs a qualitative approach and uses Stuart Hall's encoding-decoding model of ideas to understand how the participants receive and interpret the advertisements. The results of this research reveal that the PAN political jingle advertisements are interpreted in various ways by the participants. Out of the five participants in this study, one falls into a dominant hegemonic position, two are in a negotiation position, and the other two are in an opposition position. The differences in the participants' interpretations of the advertisements are influenced by their diverse backgrounds, such as their knowledge, education, and life experiences.

Keywords: *Reception analysis, Political advertising, Beginner voter*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya karena penelitian berjudul “Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 Terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional” ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga penulis dapat memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis sangat menyadari dan bersyukur bahwasannya kelancaran penelitian ini juga tidak lepas dari berbagai dukungan, doa dan bimbingan dari orang-orang baik yang selama ini senantiasa membersamai penulis dalam proses penulisan skripsi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua orang tua penulis yaitu Ibu Lisani dan Bapak Saimin yang selalu mendukung penulis baik dari segi materil maupun dari segi moril berupa motivasi dan nasihat selama menulis skripsi ini.
2. Kepada Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
3. Kepada seluruh informan penelitian yang sudah berkenan untuk melakukan wawancara mendalam dengan penulis, sehingga penulis dapat mempunyai data untuk dijadikan bahan analisis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Kepada seluruh teman, dosen dan civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah membantu memberikan banyak *insight* bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi maupun dalam kehidupan akademik secara keseluruhan.

Jakarta, 12 Desember 2023



Faisal Haris

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.3.1 Tujuan Praktis | 9 |
| 1.3.2 Tujuan Teoritis | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 10 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 10 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 11 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Konsep Penelitian | 13 |
| 2.1.1 Komunikasi Politik | 13 |
| 2.1.2 Iklan Politik | 16 |
| 2.1.3 YouTube sebagai Media Komunikasi Politik | 18 |
| 2.1.4 Partai Politik | 20 |
| 2.1.5 Pemilih Pemula | 21 |
| 2.2 Teori Penelitian (<i>Audience Reception Theory</i>) | 23 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 27 |
| | |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 29 |
| 3.1 Objek Penelitian | 29 |
| 3.1.1 Profil Partai Amanat Nasional | 29 |
| 3.2 Jenis Penelitian | 31 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| 3.4 Sumber Data | 34 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 36 |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data | 39 |
| 3.6 Waktu Penelitian | 39 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Deskripsi Subjek Penelitian | 41 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Temuan | 43 |

| | |
|---|----|
| 4.2.1 <i>Encoding</i> Tayangan Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional | 44 |
| 4.2.2 <i>Decoding</i> Tayangan Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional | 47 |
| 4.3 Pembahasan | 65 |
| 4.3.1 Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional | 65 |
| 4.3.2 Posisi Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional | 71 |
| 4.3.3 Faktor yang Melatarbelakangi Perbedaan Pemaknaan Khalayak | 77 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 81 |
| 5.1 Kesimpulan | 81 |
| 5.2 Saran | 81 |
| 5.2.1 Saran Teoritis | 81 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 83 |
| LAMPIRAN | 87 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1 Waktu penelitian | 40 |
| Tabel 2 Daftar Informan Penelitian | 41 |
| Tabel 3 Analisis Isi <i>Encoding</i> Iklan Politik Audiovisual PAN..... | 44 |
| Tabel 4 Posisi Resepsi Informan terhadap Iklan Politik Audiovisual PAN | 73 |
| Tabel 5 Kesimpulan Pemaknaan <i>Dominant-Hegemonic Position</i> | 74 |
| Tabel 6 Kesimpulan Pemaknaan <i>Negotiated Position</i> | 75 |
| Tabel 7 Kesimpulan Pemaknaan <i>Oppotitional Position</i> | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 Salah Satu <i>Scene</i> Iklan Politik Audiovisual PAN..... | 2 |
| Gambar 2 Komentar Netizen Terkait Iklan Politik Audiovisual PAN | 3 |
| Gambar 3 Beberapa Konten Replikasi Iklan Politik Audiovisual PAN | 5 |
| Gambar 4 Infografis Persentase Pemilih Muda Pemilu 2024 | 6 |
| Gambar 5 Diagram Model <i>Encoding-Decoding</i> | 25 |
| Gambar 6 Struktur Kerangka Pemikiran | 27 |
| Gambar 7 <i>Scene</i> Iklan Politik Audiovisual PAN | 30 |
| Gambar 8 Proses Analisis Data Model Miles dan Huberman | 37 |
| Gambar 9 Struktur Proses Analisis Resepsi Khalayak | 79 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kartu Bimbingan Skripsi | 87 |
| Lampiran 2 Kontrak Penulisan Skripsi | 88 |
| Lampiran 3 Instrumen Pertanyaan Wawancara | 89 |
| Lampiran 4 Pedoman Wawancara | 90 |
| Lampiran 5 Transkrip Wawancara | 92 |
| Lampiran 6 Coding | 121 |
| Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara | 128 |
| Lampiran 8 Surat Permohonan Riset | 129 |
| Lampiran 9 Sertifikat TOEFL | 130 |