

ABSTRAK
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
OKTOBER 2010

IFDA HANUM

Hubungan Persepsi Terhadap Iklan Partai Politik Gerindra Dengan Minat Memilih Masyarakat Kelurahan Pahlawan Kota Medan

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif mengenai persepsi terhadap iklan Partai Politik Gerindra dengan minat masyarakat kelurahan pahlawan dalam memilih Partai Politik Gerindra.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data korelasi *product moment*. Subjek penelitian berjumlah 40 orang yang mayoritas bekerja sebagai pedagang selebihnya bekerja sebagai pegawai negeri dan pegawai swasta. Penelitian kuantitatif ini menggunakan teori persepsi, minat, iklan politik dan partai politik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi terhadap iklan Partai Politik Gerindra dengan minat memilih Partai Politik Gerindra, dimana semakin positif persepsi individu semakin tinggi minat memilih masyarakat. Minat memilih partai politik gerindra dibentuk oleh persepsi iklan partai politik gerindra sebanyak 14,8 %. Persepsi masyarakat di Kelurahan Pahlawan memiliki persepsi positif terhadap iklan dimana mean empiriknya 75.757 sedangkan minat memilih Partai Politik Gerindra dimana mean empiriknya 70.875.

Kata kunci: Persepsi, minat memilih, iklan Partai Politik Gerindra.