

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “PENGARUH IKLAN POLITIK TELEVISI TERHADAP PILIHAN POLITIK PEMILIH PEMULA DI INDONESIA” yang bertujuan untuk mengetahui: 1) Persepsi responden terhadap iklan politik televisi di Indonesia; 2) Pilihan politik responden ; 3) Pengaruh iklan politik televisi terhadap pilihan politik calon pemilih pemula di Indonesia.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang berasal dari beberapa daerah di Indonesia seperti Padang, Bandung, Jakarta, Lampung, dan Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk memenuhi uji asumsi statistik, penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik, ada beberapa uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) iklan politik televisi di Indonesia berada pada kategori baik atau bisa dikatakan bahwa pelaksanaan atau penayangan iklan politik di Indonesia sudah bagus; 2) pilihan politik calon pemilih pemula di Indonesia berada pada kategori baik atau bisa dikatakan bahwa pelaksanaan keputusan memilih juga sudah cukup bagus; 3) iklan politik televisi berpengaruh signifikan terhadap pilihan politik calon pemilih pemula di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang diajukan adalah: 1) Sebaiknya partai politik meningkatkan performa dan kualitas iklan agar bisa mempengaruhi keputusan memilih yang lebih baik lagi; 2) saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperluas bidang kajian pembahasan masalah, dan meneliti pengaruh lain iklan politik televisi, yaitu pengaruh iklan politik televisi terhadap sikap, dan kepercayaan.

**Kata Kunci : Iklan Politik televisi, Pilihan Politik.**