

**PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN  
MEDAN JOHOR TENTANG ALAT PERAGA  
KAMPANYE PASANGAN CALON GUBERNUR  
SUMATERA UTARA TAHUN 2018**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**MURSYID PRATAMA**

**NPM : 1403110071**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi : Public Relation**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA UTARA MEDAN  
2018**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **MURSYID PRATAMA**  
N P M : 1403110071  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor  
Tentang Alat Peraga Kampanye Pasangan Calon  
Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018

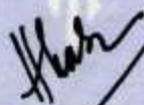
Medan, 14 September 2018

PEMBIMBING



**AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom**

DISETUJUI OLEH:  
KETUA JURUSAN,



**NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom**

DEKAN,



**Drs. ARIFIN SALEH, M.SP**

**BERITA ACARA PENGESAHAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **MURSYID PRATAMA**  
N P M : 1403110071  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Rabu, 17 Oktober 2018  
Waktu : 08.00 s.d selesai

**TIM PENGUJI**

PENGUJI I : **Dr. Arifin Saleh, M.SP** (.....)  
PENGUJI II : **Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom** (.....)  
PENGUJI III : **Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

  
**Drs. ARIFIN SALEH, M.SP**

  
**Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom**



## PERNYATAAN

Bismillahirrahmaanirrahiim

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mursyid Pratama

NPM : 1403110071

Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR TENTANG ALAT PERAGA KAMPANYE PASANGAN CALON GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018**

Menyatakan dengan sungguh sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termaksud pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan suatu imbalan, atau memplagiatkan untuk menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naska ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah serjanah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Desember 2018

Yang menyatakan

  
**MURSYID PRATAMA**  
NPM 1403110071

**PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR  
TENTANG ALAT PERAGA KAMPANYE PASANGAN CALON  
GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018**

**OLEH :**

**MURSYID PRATAMA**

**1403110071**

**ABSTRAK**

Persepsi merupakan sebuah pengamatan, penyusunan, dorongan-dorongan dalam kesatuan-kesatuan, hal mengetahui, melalui indera, tanggapan (indera) dan daya memahami. Oleh karena itu, kemampuan manusia untuk membedakan pengelompokkan dan memfokuskan yang ada dilingkungan mereka. Setiap persepsi seseorang pasti berbeda-beda dalam menanggapi apa yang dipandang mereka berbeda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana persepsi masyarakat Kecamatan Medan Johor tentang alat peraga kampanye pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara tahun 2018. Dalam hal ini membuat perbandingan perbedaan persepsi masyarakat mengenai alat peraga kampanye. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan memakai rumus uji korelasi *rank spearman* dengan pengelola data dari tahapan-tahapan penomoran kuesioner, editing, tabulasi data, dan pengujian hipotesis. Dimana rumus uji korelasi *rank spearman* merupakan suatu alat uji statistik yang digunakan untuk menguji antara dua hubungan variabel x dan y yang berfungsi untuk mencari hubungan diantar kedua variabel tersebut. Diperoleh rxy sebesar 0,732 yang merupakan hasil dari nilai korelasi variabel x dan variabel y. Dari nilai korelasi yang didapat yaitu 0,732 (0,70 – 0,889), maka tingkat hubungan korelasi yang diperoleh tinggi. Hasil dari yang diperoleh merupakan hal yang penting untuk dinilai, karena dengan penggunaan rumus dan penghitungan yang tepat maka akan didapatkan perolehan angka yang menjadi nilai akhir dalam pengambilan angket/kuesioner.

**Kata Kunci:** Persepsi Masyarakat, Alat Peraga, Kampanye

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur kepada ALLAH SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan teknologi seperti saat ini.

Skripsi saya yang berjudul “PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR TENTANG ALAT PERAGA KAMPANYE PASANGAN CALON GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018” diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang strata 1 (S-1) Jurusan ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Berjuang tidak terlepas dari suntingan semangat dari orang-orang yang kita sayangi dan kita cintai. Pada kesempatan ini penulis sertakan ucapan terima kasih yang tak terhingga yang sangat istimewa untuk kedua orang tua saya Ayahanda **Ir. Syahriardan** Ibunda **Zuraiya** yang saya sayangi dan cintai yang selalu mendoakan penulis, membimbing, serta memberi motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Dengan segala kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom, selaku Pembimbing penulis yang bersedia memberi masukan dan arahan positif dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Warga Kelurahan Pangkalan Mahsyur Lingkungan XII Kecamatan Medan Johor sebagai tempat penulis akan melakukan riset.
6. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik dan membimbing penulis.
7. Teristimewa kepada orang tua dan keluarga yang telah banyak memberikan dukungan serta bantuan selama penulis melakukan penelitian hingga saat ini dan yang terpenting doa yang tidak pernah putus dari kedua orang tua penulis untuk kesuksesan penulis dalam segala bidang.
8. Teman-teman sepermainan, seperjuangan, yang sudah dianggap saudara sendiri yang selalu memberikan support agar untuk tidak menyerah.
9. Bella Regina Putri , seorang yang spesial yang selalu ada dalam hatipenulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam laporan skripsi ini sehingga penulis bersedia menerima saran dan kritikan dari pihak yang membacanya.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat berguna bagi yang membacanya juga dapat menjadi referensi yang baik untuk pembuatan laporan skripsi kedepannya. Terima kasih.

Medan, 17 Oktober 2018

Penulis,

**Mursyid Pratama**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah .....	6
1.3. Rumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Masalah dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Penulisan .....	7

### **BAB II URAIAN TEORITIS**

2.1. Persepsi .....	9
2.1.1. Pengertian Persepsi .....	9
2.1.2. Jenis – jenis Persepsi .....	11
2.1.3. Macam – macam Persepsi .....	11
2.1.4. Proses terbentuknya persepsi.....	12
2.1.5. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Seseorang. ....	13
2.2. Masyarakat .....	17

2.2.1. Pengertian Masyarakat .....	17
2.2.2. Ciri - ciri Masyarakat .....	18
2.2.3. Unsur – unsur Masyarakat .....	19
2.3. Alat Peraga Kampanye .....	19
2.3.1. Pengertian Alat Peraga Kampanye.....	19
2.3.2. Bentuk - Bentuk Alat Peraga Kampanye.....	20
2.4. Komunikasi Non – Verbal .....	22
2.4.1. Pengertian Komunikasi Non – Verbal.....	22
2.4.2. Prinsip-prinsip Komunikasi Nonverbal.....	23
2.4.3. Fungsi Komunikasi Nonverbal .....	23
2.5. Keputusan Memilih .....	24
2.5.1. Definisi Keputusan Memilih.....	24
2.6. Hipotesis .....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian .....	29
3.2. Kerangka Konsep .....	30
3.3. Definisi Konsep.....	31
3.4. Definisi Operasional .....	32
3.5. Populasi dan Sampel .....	35
a. Populasi .....	35
b. Sampel.....	35
3.6. <i>Teknik pengumpulan data</i> .....	36
a. <i>Angket/Kuesioner</i> .....	36

b. <i>Studi Kepustakaan</i> .....	37
3.7. <i>Teknik Analisis Data</i> .....	37
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1. Pelaksanaan Pengumpulan Data dan Teknik Pengolahan Data .....	39
4.1.1. Tahap Persiapan .....	39
4.1.2. Tahap Pengumpulan Data.....	39
4.1.3. Teknik Pengelola Data .....	40
4.2. Analisis Tabel Tunggal.....	41
4.2.1. Karakteristik Responden: Identitas Responden .....	41
4.2.2. Alat Peraga.....	42
4.2.3. Pendapat Tentang Kemasan Tampilan .....	49
4.3. Uji Hipotesis.....	57

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Simpulan .....	59
5.2 Saran .....	60

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>61</b>
-----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu sarana atas demokratisasi politik di Indonesia, dan menjadi penting karena mengandung beberapa intisari di dalamnya, yakni: pertama, pemilu merupakan wahana bagi tegaknya demokrasi dan hukum, kedua, pemilu adalah media artikulasi politik rakyat “Proses penyampaian aspirasi, kepentingan dan tuntutan rakyat terhadap lembaga politik yang ada seperti DPR/MPR/PDP/DPRD”, ketiga, pemilu diselenggarakan untuk menjadi penghubung komunikasi antara rakyat dengan pemimpinnya, dan keempat, pemilu diselenggarakan dengan dana yang tidak kecil (Karim 1991:29).

Seperti diketahui bahwa kampanye akan mempunyai pengeluaran yang besar, melalui biaya kendaraan kandidat dan lainnya, sampai pembelian waktu tayang untuk iklan di TV, radio, dan media-media lain, oleh karena itu kandidat sering mencurahkan banyak waktu dan upaya dalam pengumpulan dana untuk dapat menutupi pembiayaan kampanyenya. Kampanye pada perkembangannya mengalami semacam khalayak. Macam - macam model komunikasi di era sebelumnya bahkan mungkin lebih berbeda pula untuk pemilu sekarang dimana alat yang menjadi sebagai peranan di media cetak dan elektronik begitu dominan dibanding komunikasi yang bersifat orasi karena masyarakat tidak hanya melihat lewat media saja, masyarakat juga bisa melihat dan menilai pasangan calon Gubernur melalui alat-praga seperti baleho, spanduk, stiker dan sebagainya.

Ada banyak cara para negarawan dan pemimpin partai politik untuk memengaruhi opini publik. Salah satu caranya adalah melalui media. Media bahkan sudah menjadi *trendsetter* kemajuan yang ada. Ini adalah realitas bahwa peran media sekarang dan untuk yang akan datang sungguh luar biasa. Seseorang yang bukan siapa-siapa sebelumnya, dengan dukungan media, dia menjadiseorang bintang yang bersinar.

Media memainkan peran yang sangat penting dalam proses politik. Media memiliki kemampuan untuk membuat seseorang cemerlang dalam karier politiknya. Dari berbagai riset sosial yang pernah dilakukan, media memang memainkan peranan yang sentral dalam aktivitas politik. Hasil penelitian Dominik (1972) membuktikan bahwa dari lima belas sumber informasi politik yang dinyatakan kepada responden, ternyata ada sepuluh sumber yang diperoleh dari media, dan selebihnya dari sumber lain seperti sekolah, dan keluarga.

Melalui media bisa diketahui aktivitas para politisi, tentang pikiran-pikirannya, pernyataan yang disampaikan, siapa yang menang dan siapa yang kalah, bagaimana tampang kandidat, apa yang dia janjikan kepada masyarakat dan sebagainya. Media sekarang ini berisi banyak informasi dan pendapat tentang politik. Oleh karena itu, orang yang banyak mengikuti media memiliki pengetahuan dan perhatian yang tinggi terhadap aktivitas politik.

Pemilihan media harus didasarkan atas sifat isi pesan yang ingin disampaikan dan pemilikan media yang dimiliki oleh khalayak. Sifat isi pesan maksudnya ialah kemasan pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan yang untuk komunitas tertentu. Bentuk-bentuk media yang sering

digunakan adalah media cetak, media elektronik, media luar ruang/iklan luar ruang (*outdoor media*), dan lain-lain. Berbagai media tersebut digunakan sebagai alat peraga kampanye dan propaganda yang biasanya dalam bentuk iklan, terutama menjelang pemilu atau pemilukada.

Sebagaimana masyarakat melihat calon Gubernur Sumatera Utara melalui alat peraga kampanye, alat peraga kampanye menciptakan persepsi bagi masyarakat untuk menentukan pilihan dalam pemilihan calon Gubernur Sumatera Utara. Melalui persepsi individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan diri individu yang bersangkutan. Persepsi itu merupakan aktivitas yang *integrateed*, maka seluruh apa yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu masyarakat akan ikut berperan dalam persepsi tersebut (Walgito, 2002:54). Berdasarkan atas hal tersebut, dapat dikemukakan bahwa dalam persepsi itu sekalipun stimulusnya sama tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama, kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu dengan individu yang lain tidak sama

Beberapa individu atau gabungan individu disebut masyarakat, masyarakat adalah kesatuan sosial yang mempunyai kehidupan jiwa seperti adanya ungkapan-ungkapan jiwa rakyat, kehendak rakyat, kesadaran masyarakat dan sebagainya. Sedangkan jiwa masyarakat ini adalah potensi yang berasal dari unsur-unsur dalam masyarakat meliputi pranata, status dan peranan sosial. Menurut Mac Iver, J.L Gillin, pengertian masyarakat adalah kumpulan individu-individu yang saling bergaul dan berinteraksi karena mempunyai norma-norma, cara-cara, nilai-nilai

dan prosedur yang merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan terikat oleh suatu identitas bersama (Soelaiman, dalam Musadun, 2000:86)

Pengertian persepsi masyarakat dapat disimpulkan adalah tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling bergaul berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat-istiadat yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indera.

Hubungan yang menjadi keberhasilan Calon Gubernur Sumatera Utara melalui media alat peraga tersebut sebagaimana masyarakat menilai dan juga melakukan persepsi melalui alat tersebut. Alat peraga adalah suatu alat atau benda yang bisa diserap oleh mata dan panca indra lainnya dengan tujuan dapat membantu tercapainya tujuan. Alat peraga bertujuan untuk mengkomunikasikan atau memberikan pesan kepada siapa yang membaca dan melihatnya. Sedangkan pengertian kampanye adalah alat komunikasi antara perseorangan atau kelompok dengan tujuan mempengaruhi orang yang mengikuti. Jadi, secara keseluruhan pengertian alat peraga kampanye adalah suatu alat komunikasi yang berbentuk perseorangan dengan tujuan mempengaruhi atau memberikan informasi, pesan kepada siapa yang menjadi target dalam kampanye tersebut.

Alat Peraga kampanye menurut PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) No. 7 Tahun 2015 tentang pencalonan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota

adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan, atau informasi lainnya yang dipasang untuk keperluan Kampanye Pemilu yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu dan/atau calon Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota tertentu. Konten atau isi bahan kampanye tersebut memuat visi, misi, dan program kandidat atau pasangan kandidat, simbol-simbol, atau tanda gambar pasangan calon. Kata-kata atau gambar yang dimuat bertujuan mengajak orang memilih kandidat atau pasangan kandidat tertentu.

Pada akhirnya, tujuan dari alat peraga kampanye yaitu mengumpulkan dukungan masyarakat dalam bentuk suara. Perilaku politik biasa diartikan sebagai kegiatan yang berkenaan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Usaha berkampanye para calon pemimpin dalam upaya penarikan suara tidak bisa dipungkiri semuanya akan berpengaruh pada perubahan perilaku politik dari para calon pemilih. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti terkait untuk meneliti tentang Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor Tentang Alat Peraga Kampanye Pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018. Alat Peraga Kampanye pastinya dibuat dengan tujuan menarik perhatian khusus dari pengguna jalan dan orang-orang yang menetap disekitar kawasan ini. Rentetan kata yang mengajak dan menjadikan pasangan calon gubernur menjadi produk yang unggul dan pantas untuk dipilih. Karna sebelumnya penelitian ini tidak ada yang melakukan sama sekali, maka peneliti merasa tertentang untuk mengetahui seberapa besar pengaruh alat peraga kampanye pada Pilgubsu 2018 terhadap persepsi masyarakat yang menetap di Kelurahan Pangkalan Mansyur Lingkungan

XIII Kecamatan Medan Johor tersebut. Pertanyaan terbesarnya adalah, apakah alat peraga kampanye tersebut memberi pengaruh langsung pada persepsi masyarakat sekitar? Atau hanya sekedar sampah politik yang merusak tatanan luar ruang kota?

### **1.2. Batasan Masalah**

Dari masalah yang telah diidentifikasi di atas, dalam penelitian ini, penulis menetapkan masalah sebagai batasan kajian penelitian untuk mempermudah mendapatkan data dan informasi yang di perlukan, maka penulis menetapkan batasan masalah dalam penelitian ini adalah penulis hanya memfokuskan kepada warga sekitar kelurahan pangkalan mansyur lingkungan XIII kecamatan medan johor.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah yaitu :

Bagaimana Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor tentang Alat Peraga kampanye pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara tahun 2018 ?

### **1.4. Tujuan Masalah dan Manfaat Penelitian**

#### **3. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Bagaimana Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor tentang Alat Peraga kampanye pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara tahun 2018.

#### **4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai persepsi masyarakat tentang alat peraga kampanye pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara tahun 2018.

##### **2. Secara Praktis**

Penulis diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan serta wawasan mengenai persepsi masyarakat tentang alat peraga kampanye Calon Gubernur Sumatera Utara tahun 2018

##### **3. Secara Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU khususnya Jurusan Ilmu komunikasi dalam rangka memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.

#### **1.5. Sistematika Penulis**

Pada penulisan skripsi ini peneliti membuat suatu sistematika dengan membagi tulisan menjadi 5 (lima) bab yaitu:

**BAB I:** Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

**BAB II:** Merupakan uraian teoritis yang relevan tentang Komunikasi dan Komunikasi, Komunikasi Non – Verbal, Alat Peraga Kampanye, dan Persepsi, Masyarakat, Keputusan Memilih.

BAB III: Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, operasionalisasi konsep, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penulisan serta sistematika penulisan.

BAB IV: Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, hasil dan pembahasan.

BAB V: Merupakan penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

Berdasarkan masalah yang akan dikaji, dalam suatu penelitian diperlukan suatu keterangan penjelasan untuk menegaskan bahwasanya masalah ini benar adanya, maka di kemukakan teori, teori ini di kemukakan sebagai landasan berfikir untuk memberikan solusi dari masalah yang ada dalam suatu penelitian.

#### **2.1. Persepsi**

##### **2.1.1. Pengertian Persepsi**

Persepsi yaitu suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan merupakan suatu proses di terimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak melalui pusat susunan saraf dan kemudian proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang diterima indera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan (Davidoff dalam Walgito, 2002:53).

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera

Dengan kata lain *persepsi* adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan

integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.

Pengertian persepsi dari kamus psikologi adalah berasal dari bahasa Inggris, *perception* yang artinya : persepsi, penglihatan, tanggapan; adalah proses seseorang menjadi sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya; atau pengetahuan lingkungan yang diperoleh melalui interpretasi data indera (Kartono dan Gulo, 1987 dalam Adrianto, 2006).

Terdapat Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat. Robbins (2001 : 89), mengemukakan bahwa ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat, diantaranya yaitu:

- a) Pelaku persepsi, dimana seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individu tersebut.
- b) Objek atau Target, karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Target atau Objek tidak dipandang dalam keadaan terisolasi, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang saling berdekatan atau yang mirip
- c) Situasi, dalam hal ini penting untuk melihat konteks objek atau peristiwa sebab unsur-unsur lingkungan sekitar juga dapat mempengaruhi persepsi kita.

### **2.1.2. Jenis – jenis Persepsi**

Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

1) Persepsi visual

Persepsi visual didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan mempengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya, Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum.

2) Persepsi auditori

Persepsi auditori didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga.

3) Persepsi perabaan

Persepsi pengerabaan didapatkan dari indera taktil yaitu kulit.

4) Persepsi penciuman

Persepsi penciuman atau olfaktori didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung.

5) Persepsi pengecap

Persepsi pengecap atau rasa didapatkan dari indera pengecap yaitu lidah.

### **2.1.3. Macam – macam Persepsi**

Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua, yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia sering juga disebut persepsi sosial.

#### 1) Persepsi terhadap lingkungan fisik

Persepsi orang terhadap lingkungan fisik tidaklah sama, dalam arti berbeda-beda., karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- a) Latar belakang pengalaman
- b) Latar belakang budaya
- c) Latar belakang psikologis
- d) Latar belakang nilai, keyakinan, dan harapan
- e) Kondisi faktual alat-alat panca indera di mana informasi yang sampai kepada orang itu adalah lewat pintu itu

#### 2) Persepsi terhadap manusia

Persepsi terhadap manusia atau persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Dengan kata lain, setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

#### **2.1.4. Proses terbentuknya persepsi**

Persepsi tidak terjadi begitu saja, tetapi melalui suatu proses. Walgito (1989:54) menyatakan bahwa terbentuknya persepsi melalui suatu proses, dimana secara alur proses persepsi dapat dikemukakan sebagai berikut: berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik). Kemudian rangsangan yang diterima oleh alat indra dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Selanjutnya terjadilah suatu proses di otak, sehingga

individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu rangsangan yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak/pusat kesadaran itulah dinamakan dengan proses psikologis. Dengan demikian taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indra (reseptor).

Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

- 1) Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks menjadi sarjana.
- 3) Interpretasi dan persepsi kemudian ditrjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi (Depdikbud, 1985), dalam Soelaeman, 1987). Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

#### **2.1.5. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Seseorang**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal.

1. Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :

- 1) Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
- 2) Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.
- 3) Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
- 4) Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
- 5) Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
- 6) Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat

mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2. Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

- 1) Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- 2) Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (to be perceived) dibandingkan dengan yang sedikit.
- 3) Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- 4) Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

- 5) Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Menurut Bimo Walgito (2004: 70) faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

- 1) Obyek yang dipersepsi Obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor
- 2) Alat indera, syaraf dan susunan syaraf Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang
- 3) Perhatian Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus,

meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

## **2.2. Masyarakat**

### **2.2.1. Pengertian Masyarakat**

Pengertian masyarakat menurut definisi Paul B. Harton, yang mengatakan pendapatnya bahwa pengertian masyarakat adalah sekumpulan manusia yang secara relatif mandiri, yang hidup bersama-sama yang cukup lama, yang mendiami suatu wilayah tertentu, memiliki kebudayaan yang sama dan melakukan sebagian besar kegiatan dalam kelompok itu.

Pengertian masyarakat menurut definisi Abdul Syani mengatakan bahwa pengertian masyarakat adalah berkumpul, bersama, hidup bersama dengan saling berhubungan dan saling mempengaruhi.

Namun Secara umum Pengertian Masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama, bekerja sama untuk memperoleh kepentingan bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya. Masyarakat berasal dari bahasa Inggris yaitu "*society*" yang berarti "*masyarakat*", lalu kata *society* berasal dari bahasa

latin yaitu "*societas*" yang berarti "*kawan*". Sedangkan masyarakat yang berasal dari bahasa arab yaitu "*musyarak*".

Pengertian masyarakat terbagi atas dua yaitu pengertian masyarakat dalam arti luas dan pengertian masyarakat dalam arti sempit. Pengertian Masyarakat dalam Arti Luas adalah keseluruhan hubungan hidup bersama tanpa dengan dibatasi lingkungan, bangsa dan sebagainya. Sedangkan Pengertian Masyarakat dalam Arti Sempit adalah sekelompok individu yang dibatasi oleh golongan, bangsa, teritorial, dan lain sebagainya. Pengertian masyarakat juga dapat didefinisikan sebagai kelompok orang yang terorganisasi karena memiliki tujuan yang sama. Pengertian Masyarakat secara Sederhana adalah sekumpulan manusia yang saling berinteraksi atau bergaul dengan kepentingan yang sama. Terbentuknya masyarakat karna manusia menggunakan perasaan, pikiran dan keinginannya memberikan reaksi dalam lingkungannya.

### **2.2.2. Ciri - ciri Masyarakat**

Ciri - ciri Masyarakat adalah sebagai berikut.

- 1) Memiliki wilayah tertentu
- 2) Dengan secara yang kolektif menghadapi atau menghindari musuh
- 3) Mempunyai cara dalam berkomunikasi
- 4) Timbulnya diskriminasi warga masyarakat dan bukan warga masyarakat tersebut.
- 5) Setiap dari anggota masyarakat dapat bereproduksi dan beraktivitas.
- 6) Merupakan pengelompokkan individu.
- 7) Adanya aturan – aturan yang mengatur perilaku anggota masyarakat

8) Individu – individu sebagai satu kesatuan mendukung, dan meneruskan kebudayaan

### **2.2.3. Unsur – unsur Masyarakat**

- 1) Harus ada perkumpulan manusia dan harus banyak
- 2) Telaah bertempat tinggal dalam waktu lama disuatu daerah tertentu.
- 3) adanya aturan atau undang-undang yang mengatur masyarakat untuk menuju kepada kepentingan dan tujuan bersama.

## **2.3. Alat Peraga Kampanye**

### **2.3.1. Pengertian Alat Peraga Kampanye**

Alat peraga kampanye adalah suatu alat atau benda yang bisa diserap oleh mata dan panca indra lainnya dengan tujuan dapat membantu tercapainya tujuan. Alat peraga kampanye bertujuan untuk mengkomunikasikan atau memberikan pesan kepada siapa yang membaca dan melihatnya. Sedangkan pengertian kampanye adalah alat komunikasi antara perseorangan atau kelompok dengan tujuan mempengaruhi orang yang mengikuti. Jadi, secara keseluruhan pengertian alat peraga kampanye adalah suatu alat komunikasi yang berbentuk perseorangan dengan tujuan mempengaruhi atau memberikan informasi, pesan kepada siapa yang menjadi target dalam kampanye tersebut.

Alat Peraga kampanye menurut PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) No. 7 Tahun 2015 tentang pencalonan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan, atau informasi lainnya yang dipasang untuk keperluan Kampanye Pemilu

yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu dan/atau calon Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota tertentu. Konten atau isi bahan kampanye tersebut memuat visi, misi, dan program kandidat atau pasangan kandidat, simbol-simbol, atau tanda gambar pasangan calon. Kata-kata atau gambar yang dimuat bertujuan mengajak orang memilih kandidat atau pasangan kandidat tertentu.

### **2.3.2. Bentuk - Bentuk Alat Peraga Kampanye**

KPU Provinsi, Kabupaten/Kota memfasilitasi pembuatan alat peraga kampanye terdiri dari berbagai bentuk diantaranya, yaitu:

a. Baliho

Alat peraga simbol atau lambang yang terbuat darikain, kayu/plastik dan atau sejenisnya untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik perhatian umum kepada suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat.

b. Umbul-umbul

Alat peraga simbol atau lambang yang terbuat dari kain sedemikian rupa corak dan ragamnya, untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik perhatian umum kepada yang berhubungan dengan suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat dan diselenggarakan secara insidental atau sementara.

c. Spanduk

Alat peraga simbol atau lambang yang terbuat dari kain termasuk kertas dan plastik untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik

perhatian umum kepada yang berhubungan dengan suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat dan diselenggarakan secara insidental atau sementara.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 tahun 2015 tentang Pemasangan Alat Peraga Kampanye yang merupakan perubahan dari Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 tahun 2013 tentang tentang pencalonan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota telah mengatur secara jelas tentang mekanisme pemasangan alat peraga berbunyi sebagai berikut:

- 1) KPU Provinsi, Kabupaten/Kota memfasilitasi pembuatan dan pemasangan alat peraga kampanye, yakni:
  - Baliho/billboard/vedeotron paling besar ukuran 4 m x 7 m, paling banyak 5 buah setiap pasangan calon untuk setiap Kabupaten/Kota.
  - Umbul-umbul paling besar ukuran 5 m x 1,15 m, paling banyak 20 buah setiap pasangan calon untuk setiap kecamatan
  - Spanduk paling besar ukuran 1,5 m x 7 m, paling banyak 2 buah setiap pasangan calon untuk setiap desa atau sebutan lain/kelurahan.
- 2) Alat peraga kampanye tidak ditempatkan pada tempat ibadah, rumah sakit atau tempat-tempat pelayanan kesehatan, gedung milik pemerintah, lembaga pendidikan (gedung dan sekolah), jalan-jalan protokol, jalan bebas hambatan, sarana dan prasarana publik, taman dan pepohonan.

## **2.4. Komunikasi Non – Verbal**

### **2.4.1. Pengertian Komunikasi Non – Verbal**

Komunikasi non verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, dimana penyampaiannya bukan dengan kata-kata ataupun suara tetapi melalui gerakan-gerakan anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau body language. Selain itu juga, penggunaan bahasa non verbal dapat melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan simbol-simbol. Komunikasi non verbal merupakan media untuk mengekspresikan emosi dan juga informasi yang spesifik. Seperti yang dikatakan Morreale, Spitzberg dan barge bahwa “Manusia menggunakan pesan non verbal untuk menjelaskan keadaan sosial dan emosi dari hubungan dan interaksi.

komunikasi nonverbal memainkan peranan yang sangat penting dalam kehidupan kita ketika kita berkomunikasi dengan orang-orang yang kita temui. Komunikasi nonverbal adalah sebuah proses menggunakan pesan-pesan tanpa kata untuk menyamakan makna. Studi ilmiah pertama tentang komunikasi nonverbal dapat kita ketahui melalui buku Charles Darwin, sang penemu teori evolusi. Dalam bukunya ia berpendapat bahwa semua mamalia menunjukkan emosi melalui raut wajah. Emosi merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang menggambarkan pentingnya arti komunikasi apapun konteksnya.

Mark L. Knapp dan J.T. Hall (2002) menyatakan bahwa komunikasi nonverbal merujuk pada komunikasi yang dihasilkan oleh beberapa makna lain

selain kata-kata. Menurut Mark L. Knapp, Judith T. Hall, dan Terrence G. Horgan (2014 : 4), komunikasi nonverbal memiliki 3 (tiga) aspek utama, yaitu :

- 1) Mengirim pesan-pesan nonverbal.
- 2) Menerima pesan-pesan non verbal.
- 3) Hubungan yang kompleks antara pengiriman dan penerimaan pesan-pesan non verbal.

#### **2.4.2. Prinsip-prinsip Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal bekerja berdasarkan beberapa prinsip. Menurut Dale G. Leathers, prinsip-prinsip komunikasi nonverbal adalah sebagai berikut (Rakhmat, 2001 : 287 – 289) :

- 1) Komunikasi nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi.
- 2) Komunikasi nonverbal lebih efektif dalam menyampaikan perasaan dan emosi dibandingkan dengan komunikasi verbal.
- 3) Komunikasi nonverbal lebih efektif dalam menyampaikan makna dan maksud yang relative bebas dari penipuan, distorsi dan kerancuan.
- 4) Komunikasi nonverbal lebih efisien dibandingkan dengan komunikasi verbal.
- 5) Komunikasi nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat.
- 6) Komunikasi nonverbal bersifat metakomunikatif yang sangat diperlukan dalam rangka mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi.

#### **2.4.3. Fungsi Komunikasi Nonverbal**

Fungsi utama komunikasi nonverbal adalah untuk mengirimkan makna melalui penguatan, berlawanan dengan komunikasi verbal, serta mengganti

lambang-lambang verbal. Komunikasi nonverbal juga digunakan untuk mempengaruhi orang lain dan mengatur alur percakapan. Lebih lengkapnya, fungsi-fungsi komunikasi nonverbal adalah sbagai berikut :

- 1) Komunikasi nonverbal mengirimkan makna.
- 2) Komunikasi nonverbal mempengaruhi orang lain.
- 3) Komunikasi nonverbal mengatur alur percakapan.
- 4) Komunikasi nonverbal berdampak pada hubungan.
- 5) Komunikasi nonverbal mengekspresikan identitas kita.

Sementara itu, menurut Argyle (1988) perilaku nonverbal memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut :

- 1) Mengekspresikan emosi dalam artian bahwa emosi pada umumnya diekspresikan melalui wajah, tubuh, dan suara.
- 2) Mengirimkan sikap-sikap interpersonal yaitu membentuk dan mengelola hubungan.
- 3) Presentasi diri atau menampilkan kepribadian seseorang kepada orang lain.
- 4) Melengkapi pembicaraan dengan tujuan untuk mengelola umpan balik, perhatian, dan lain-lain – vokalisasi dan perilaku nonverbal adalah sesuai dengan ujaran percakapan
- 5) Ritual – menggunakan salam, gerakan tangan, dan lain-lain.

## **2.5. Keputusan Memilih**

### **2.5.1. Definisi Keputusan Memilih**

Keputusan Memilih dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di

antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarannya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan.

Definisi Pengambilan Keputusan Menurut Para Ahli :

- Menurut George R. Terry keputusan memilih adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.
- Menurut Sondang P. Siagian keputusan memilih adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling cepat.
- Menurut James A. F. Stoner pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan memilihialah suatu cara yang digunakan untuk memberikan suatu pendapat yang dapat menyelesaikan suatu masalah dengan cara / teknik tertentu agar dapat lebih diterima oleh semua pihak.

Dasar Keputusan Memilih

#### 1. Intuisi

Pengambilan keputusan yang didasarkan atas intuisi atau perasaan memiliki sifat subjektif sehingga mudah terkena pengaruh.

Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi ini mengandung beberapa keuntungan dan kelemahan.

## 2. Pengalaman

Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena pengalaman seseorang dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat diperhitungkan untung ruginya terhadap keputusan yang akan dihasilkan. Orang yang memiliki banyak pengalaman tentu akan lebih matang dalam membuat keputusan akan tetapi, peristiwa yang lampau tidak sama dengan peristiwa yang terjadi kini.

## 3. Fakta

Pengambilan keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta, maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dibuat itu dengan rela dan lapang dada.

## 4. Wewenang

Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya. Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan.

## 5. Logika/Rasional

Pengambilan keputusan yang berdasarkan logika ialah suatu studi yang rasional terhadap semua unsur pada setiap sisi dalam proses pengambilan keputusan. Pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan. Pada pengambilan keputusan secara logika terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

- Kejelasan masalah
- Orientasi tujuan : kesatuan pengertian tujuan yang ingin dicapai
- Pengetahuan alternatif : seluruh alternatif diketahui jenisnya dan konsekuensinya
- Preferensi yang jelas : alternatif bisa diurutkan sesuai kriteria
- Hasil maksimal : pemilihan alternatif terbaik didasarkan atas hasil ekonomis yang maksima.

## 2.6. Hipotesis

Penulis ingin mengetahui persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor tentang Alat Peraga kampanye pasangan calon Gubernur Sumatera Utara tahun 2018 terhadap keputusan memilih

Maka penulis dapat membuat rumusan masalah seperti berikut: ingin mengetahui persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor tentang Alat Peraga

kampanye pasangan calon Gubernur Sumatera Utara tahun 2018 terhadap keputusan memilih

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel tunggal yakni Alat Peraga Kampanye, maka hipotesis yang digunakan adalah hipotesis deskriptif. Ada dua pilihan hipotesis yang dapat dibuat oleh peneliti sesuai dengan dasar teori yang ia gunakan, yakni:

Ho : Tidak pengaruh antara persepsi masyarakat Kecamatan medan Johor tentang Alat Peraga kampanye pasangan calon Gubernur Sumatera Utarat tahun 2018 terhadap keputusan memilih.

H1 : Ada pengaruh antara persepsi masyarakat Kecamatan medan Johor tentang Alat Peraga kampanye pasangan calon Gubernur Sumatera Utarat tahun 2018 terhadap keputusan memilih.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian adalah penerapan pendekatan ilmiah pada pengkajian suatu masalah. yaitu untuk menemukan jawaban terhadap persoalan yang signifikan, melalui penerapan prosedur-prosedur ilmiah. Menurut Sugiyono (2015:14), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian juga merupakan suatu proses yang panjang, berasal dari minat untuk mengetahui gejala sesuatu, selanjutnya berkembang menjadi gagasan, teori, konseptualisasi, pemilihan metode penelitian yang sesuai, dan seterusnya. Jadi, metode penelitian merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran atau keberhasilan dalam penelitian.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, dimana data-data yang dikumpulkan berupa angka. Data yang berupa angka kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut. Adanya sampel merupakan salah satu alat survei oleh statistik dan dihitung dengan menggunakan rumus untuk menentukan seberapa besar ukuran sampel yang

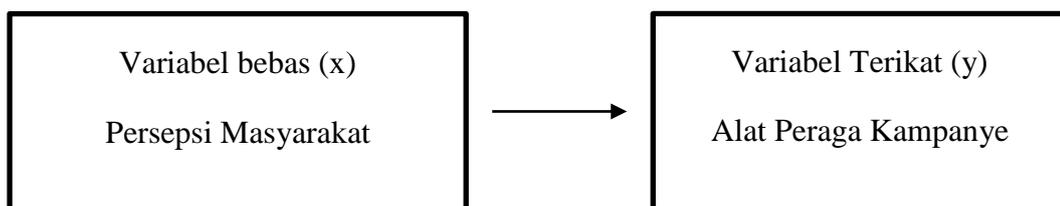
diperlukan dari suatu populasi untuk mencapai hasil dengan tingkat akurasi yang dapat diterima.

### 3.2. Kerangka Konsep

Konsep merupakan generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama (Bungin, 2001: 73 ).

Kerangka konsep adalah hasil pemikiran resional dalam menentukan hipotesis penelitian, sebagai dasar jawaban sementara dari masalah yang di uji kebenarannya. Agar konsep-konsep penelitian ini dapat diuji secara empiris, maka harus dioperasionalisasikan dengan mengubahnya menjadi variabel.

Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoritis dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki, (Nawawi 2005:43). Secara teoritis penelitian ini digambarkan ke dalam suatu kerangka sebagai berikut :



Sumber : Olahan Data 2018

### **3.3. Definisi Konsep**

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Adapun definisi konsep dari penelitian adalah:

1. Persepsi adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi di luar kesadaran.
2. Masyarakat adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), di mana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, musyarak. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain).
3. Alat Peraga adalah suatu alat atau benda yang bisa diserap oleh mata dan panca indra lainnya dengan tujuan dapat membantu tercapainya tujuan.

Alat peraga bertujuan untuk mengkomunikasikan atau memberikan pesan kepada siapa yang membaca dan melihatnya.

4. Kampanye adalah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye biasa juga dilakukan guna memengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian. Dalam sistem politik demokrasi, kampanye politis berdaya mengacu pada kampanye elektoral pencapaian dukungan, di mana wakil terpilih atau referenda diputuskan. Kampanye politis tindakan politik berupaya meliputi usaha terorganisir untuk mengubah kebijakan di dalam suatu institusi.

### **3.4. Definisi Operasional**

Operasionalisasi konsep merupakan suatu langkah penelitian, dimana peneliti meletakkan variabel penelitian ke dalam konsep yang memuat indikator-indikator yang lebih rinci dan dapat diukur. Fungsi operasionalisasi konsep ini adalah mempermudah peneliti dalam melakukan pengukuran. Hal ini merujuk kepada bagaimana peneliti memperoleh suatu kasus dalam satu kategori tertentu. Untuk memudahkan pengukuran terhadap konsep penelitian ini maka persepsi masyarakat kecamatan medan johor terhadap alat peraga kampanye calon gubernur sumatera utara tahun 2018 sebagai konsep penelitian diturunkan dalam bentuk kategorisasi melalui operasionalisasi konsep.

Operasionalisasi konsep dalam penelitian ini ditujukan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

No	Variabel Teoritis	Variabel Operasional
	Variabel Bebas (x) Persepsi Masyarakat	1. Objek 2. Alat Indera 3. Perhatian untuk menyadari
	Variabel Terikat (y) Alat Peraga Kampanye	1. Baliho 2. Umbul – umbul 3. Spanduk

Sumber : Olahan Data 2018

a. Variabel Bebas X (Persepsi Masyarakat) terdiri dari :

- 1) Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.
- 2) Alat indera, syaraf dan susunan syaraf Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang
- 3) Perhatian Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian

merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek

b. Variabel Terikat Y ( Alat Peraga Kampanye ) terdiri dari :

- 1) Baliho adalah alat peraga simbol atau lambang yang terbuat dari kain, kayu/plastik dan atau sejenisnya untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik perhatian umum kepada suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat.
- 2) Umbul-umbul adalah alat peraga simbol atau lambang yang terbuat dari kain sedemikian rupa corak dan ragamnya, untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik perhatian umum kepada yang berhubungan dengan suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat dan diselenggarakan secara insidental atau sementara.
- 3) Spanduk adalah alat peraga simbol atau lambang yang terbuat dari kain termasuk kertas dan plastik untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik perhatian umum kepada yang berhubungan dengan suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat dan diselenggarakan secara insidental atau sementara.

### **3.5. Populasi dan Sampel**

#### **c. Populasi**

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 117). Sedangkan menurut (Arikunto, 2013: 173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun presentase kesamaan itu sedikit atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian dan bukan hanya individu saja akan tetapi bisa diambil dari benda-benda disekitar untuk dijadikan populasi. Tujuan diadakan populasi dalam penelitian adalah agar suatu penelitian dapat mengukur sesuatu dengan kasusnya dan tidak akan berlebihan dengan populasi yang sudah diukur. Populasi dalam penelitian ini adalah agar suatu penelitian dapat mengukur sesuatu dengan kasusnya dan tidak akan berlebihan dengan populasi yang sudah diukur.

#### **d. Sampel**

Arikunto (2013: 174) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini obyek yang akan menjadi populasi adalah masyarakat sekitar kelurahan pangkalan mansyur lingkungan 13 kecamatan medan johor. Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung dan menentukan ukuran sampel

dari populasi, maka peneliti menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90%. (Rakhmat, 2007:82).

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$N = \frac{598}{(598)(0,2)^2 + 1}$$

$$N = \frac{598}{(598)(0,02) + 1}$$

$$N = \frac{598}{12,96}$$

$$N = 46 \text{ orang}$$

Dengan demikian, dari penggunaan teknik sampel dengan rumus Yamane, didapatkan jumlah sampel sebanyak 46 orang responden.

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Nilai presisi yang ditetapkan yakni sebesar 10% atau 0,1%

### 3.6. Teknik pengumpulan data

*Untuk memperoleh data dan informasi yang dilakukan dengan cara penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data melalui :*

#### **b. Angket/Kuesioner**

*Suroyo anwar(2009:168) Angket atau kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang*

berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden. Angket juga dikenal dengan sebuah kuisioner, alat ini secara besar terdiri dari tiga bagian yaitu: judul angket, pengantar yang berisi tujuan, atau petunjuk pengisian angket, dan item-item pertanyaan yang berisi opini atau pendapat dan fakta. Komalasari (2011:81) Data yang dikumpulkan meliputi hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel penilaian.

### c. Studi Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan membaca, mengumpulkan data, mencatat, mempelajari text book dan buku-buku pelengkap atau referensi, seperti: jurnal, majalah dan media cetak lainnya di perpustakaan atau di tempat lainnya.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Karena metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, maka data yang di kumpulkan dalam penelitian korelasional. Penelitian ini melihat ada atau tidaknya hubungan yang terjalin di antara kedua variabel dan bila ada, seberapa erat dan berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

Untuk menghitung besarnya korelasi peneliti menggunakan rumus korelasi Product Moment Persons yang dikutip oleh (Rakhmat, 2010:175).

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)\}}}$$

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah sampel penelitian

$x$  = Variabel bebas

$y$  = Variabel terikat

Untuk melihat tinggi rendahnya korelasi digunakan skala Guilford sebagai berikut Sugiyono (1944 : 75) :

<0.119 = Hubungan rendah sekali/lemah

0.20 – 0.339 = Hubungan rendah tapi pasti

0.40 – 0.669 = Hubungan cukup berarti

0.70 – 0.889 = Hubungan tinggi, kuat

>0.90 = Hubungan tinggi, kuat sekali

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel bebas (X) dalam meningkatkan variabel terikat (Y) digunakan rumus Determinasi.

### **3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian yang akan dilakukan di lingkungan XIII kelurahan pangkalan mansyur kecamatan medan johor , waktu penelitian dilaksanakan pada bulan juni – september 2018.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Pelaksanaan Pengumpulan Data dan Teknik Pengolahan Data**

Tahapan pengumpulan data penelitian ini meliputi tahapan pengumpulan data penelitian yang selanjutnya akan diolah menggunakan teknik pengolahan data sebagai berikut:

##### **4.1.1. Tahap Persiapan**

- a. Meminta izin penelitian dari FISIP UMSU untuk mengadakan penelitian.
- b. Menentukan sampel
- c. Meminta data kependudukan di Kelurahan Pangkalan Mansyur Lingkungan XIII, Kecamatan Medan Johor.
- d. Membuat kuesioner yang berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian sesuai data-data yang diinginkan serta disetujui oleh dosen pembimbing.

##### **4.1.2. Tahap Pengumpulan Data**

Proses sebagai tahapan pengumpulan data penelitian terdiri dari kegiatan:

- a. Penyebaran kuesioner penelitian pada tanggal bulan juni 2018 dan dikumpul kembali pada bulan september 2018.
- b. Penyebaran kuesioner diberikan kepada 46 orang masyarakat Kecamatan Medan Johor Kelurahan Pangkalan Mansyur Lingkungan XIII, sebagai sampel penelitian yang diperoleh menggunakan rumus Taro Yamane.
- c. Penulis memberikan keterangan seperlunya tentang kuesioner penelitian, rata-rata masyarakat pemilih tidak memerlukan bimbingan pengisian

kuesioner karena mereka paham dengan pernyataan dan alternatif jawaban yang disediakan berdasarkan ketentuan cara menjawab yang sudah di jelaskan dalam kuesioner.

#### **4.1.3. Teknik Pengelola Data**

Setelah data dikumpulkan, maka tahap selanjutnya adalah pengelolah data hasil jawaban karyawan di dalam kuesioner penelitian. Pengelola data ini meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Penomoran kuesioner, proses ini dengan memberikan nomor (01-46) dalam jawaban responden yang tersedia di atas kuesioner dengan tulisan No. Id. Responden.
- b. Editing, pada tahap ini penulis melakukan perbaikan/pembenahan dari jawaban responden yang meragukan untuk menghindari terjadinya kesalahan pengisian data.
- c. Tabulasi data, pada tahap ini data kuesioner penelitian dimasukkan ke dalam tabel frekuensi, dan selanjutnya dianalisis kecenderungan jawaban sebagai jawaban mayoritas yang menunjuk keadaan umumnya.
- d. Penguji hipotesis, merupakan pengujian data stastistik untuk mengetahui apakah data yang ditemukan menolak atau menerima hipotesis penelitian yang diajukan. Dalam penelitian ini digunakan rumus tata uji kolerasi *rank spearman* (Rs). Untuk mengukur hubungan tinggi atau rendah hubungan antara variabel menggunakan skala *Guilford*.

## 4.2. Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal merupakan analisis yang peneliti lakukan dengan membagi variabel kedalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Analisis data frekuensi dalam tabel tunggal terdiri dari kolom frekuensi, dan persentase dari masing-masing jawaban di dalam kuesioner penelitian. Data yang disajikan dan dibahas dalam tabel tunggal penelitian ini masing-masing sebagai berikut:

### 4.2.1. Karakteristik Responden: Identitas Responden

Karakteristik responden disajikan untuk mengetahui latar belakang responden meliputi usia responden, pekerjaan responden, dan frekuensi keseringan mengikuti Pemilu. Data secara lengkap di dalam tabel adalah sebagai berikut di bawah ini

**Tabel 4.1** **Tabel 4.1 Usia**

		Frequency	Percent
Valid	21-30 tahun	14	30.4
	31-40 tahun	26	56.5
	41-50 tahun	6	13.0
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden memiliki usia yang berbeda-beda. Dimana yang berusia diantara 21-30 tahun berjumlah 14 orang (30,4%), lalu yang berusia diantara 31-40 tahun berjumlah 26 orang (56,5%), dan yang berusia diantara 41-50 tahun berjumlah 13 orang (13%).

Selanjutnya, mengenai jenjang pendidikan formal responden berkaitan untuk menilai rasionalitas berfikir dari pengaruh pendidikan terhadap dirinya, juga untuk melihat secara objektif pendapat mereka nantinya dalam kuesioner ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Pekerjaan**

		Frequency	Percent
Valid	Mahasiswa	6	13.0
	PNS	21	45.7
	karyawan Swasta	11	23.9
	Pekerja Jasa	5	10.9
	Peg.BUMN	3	6.5
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase untuk pekerjaan responden yang akan menjadi pemilih pilkada 2018 dimana yang masih menjadi mahasiswa/pelajar berjumlah 6 orang (13,1%), lalu yang berprofesi sebagai PNS berjumlah 21 orang (45,7%), kemudian yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 11 orang (23,9%), yang berprofesi sebagai pekerja jasa berjumlah 5 orang (10,9%), yang bekerja sebagai pegawai BUMN berjumlah 3 orang (6,5%).

#### **4.2.2 Alat Peraga**

Pada bagian ini yang akan dibahas sebagai alat peraga adalah suasana saling percaya, tingkat kebutuhan masyarakat, menyangkut kepentingan atau kebutuhan orang banyak, kata-kata isi pesan iklan alat peraga yang tetap,

serta kebermanfaatan alat peraga sebagai individu. Temuan data penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Menyalurkan hak pilih pada pemilihan gubernur sumatera utara tahun 2018**

		Frequency	Percent
Valid	ya	37	80.4
	tidak	9	19.6
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari data diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan” Apakah bapak/ibu Menyalurkan hak pilih pada pemilihan Gubernur Sumatera Utara tahun 2018?” sebanyak 37 orang (80,4%) menjawab Ya dan yang Tidak menjawab sebanyak 9 orang (19,6%).

**Tabel 4.4 Partisipasi melihat Alat Peraga Kampanye**

		Frequency	Percent
Valid	Pernah	32	69.6
	tidak pernah	14	30.4
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Apakah bapak/ibu pernah melihat alat peraga kampanye pemilihan gubernur sumatera utara tahun 2018?” sebanyak 32 orang (69,6%) sudah menjawab pernah, kemudian yang tidak pernah berjumlah 14 orang (30,4%).

**Tabel 4.5 bentuk alat peraga kampanye apa yang pernah bapak/ibu lihat**

		Frequency	Percent
Valid	Spanduk	19	41.3
	Baliho	15	32.6
	umbul umbul	12	26.1
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Jika pernah, bentuk alat peraga kampanye apa yang pernah bapak/ibu lihat ?” dimana responden yang menjawab spanduk berjumlah 19 orang (41,3%), kemudian yang menjawab baliho berjumlah 15 orang (32,6%), dan yang menjawab umbul-umbul berjumlah 12 orang (26,1%).

**Tabel 4.6 pesan yang disampaikan melalui alat peraga kampanye**

		Frequency	Percent
Valid	sangat mengerti	21	45.7
	Mengerti	14	30.4
	tidak mengerti	11	23.9
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Apakah bapak/ibu mengerti dengan pesan yang disampaikan melalui alat peraga kampanye ?” sebanyak 21 orang (45,7%) menjawab sangat mengerti, kemudian 14 orang (30,4%) menjawab mengerti dan 11 orang (23,9%) menjawab tidak mengerti.

**Tabel 4.7 kejelasan isi alat peraga kampanye**

		Frequency	Percent
Valid	sangat memudahkan	20	43.5
	Memudahkan	21	45.7
	tidak memudahkan	5	10.9
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Apakah kejelasan isi pesan alat peraga kampanye memudahkan bapak/ibu untuk memahami pesan tersebut secara menyeluru?” sebanyak 20 orang (43,5%) menjawab sangat memudahkan, lalu sebanyak 21 orang (45,7%) menjawab memudahkan kemudian sebanyak 5 orang (10,9%) menjawab tidak memudahkan.

**Tabel 4.8 Manfaat Informasi Yang diberikan**

		Frequency	Percent
Valid	sangat bermanfaat	21	45.7
	Bermanfaat	17	37.0
	tidak bermanfaat	8	17.4
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Menurut bapak/ibu apakah informasi yang disampaikan melalui alat peraga kampanye bermanfaat ?” sebanyak 21 orang (45,7%) menjawab sangat bermanfaat, lalu sebanyak 17 orang (37%) menjawab bermanfaat kemudian sebanyak 8 orang (17,4%) menjawab tidak bermanfaat.

## VARIABEL X

### 1. Persepsi Masyarakat

#### A .Objek

**Tabel 4.9 Persepsi di pengaruhi oleh objek yang didapatkan**

		Frequency	Percent
Valid	STS	2	4.3
	TS	7	15.2
	S	21	45.7
	SS	16	34.8
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Persepsi di pengaruhi dari objek yang didapatkan ?” sebanyak 16 orang (34,8%) menjawab sangat setuju, lalu sebanyak 21 orang (45,7%) menjawab setuju lalu sebanyak 7 orang (15,2%) menjawab tidak setuju kemudia sebanyak 2 orang (4,3%) menjawab sangat tidak setuju.

#### B. Alat Indera

**Tabel 4.10 Alat indera terpengaruhi terhadap objek yang didapat**

		Frequency	Percent
Valid	TS	2	4.3
	S	21	45.7
	SS	23	50.0
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Alat indera terpengaruhi terhadap objek yang didapatkan ?” sebanyak 23

orang (50%) menjawab sangat setuju, lalu sebanyak 21 orang (45,7%) menjawab setuju lalu sebanyak 2 orang (4,3%) menjawab tidak setuju

### C. Perhatian Untuk Menyadari

**Tabel 4.11 Memperhatikan objek dapat mempengaruhi tindakan**

		Frequency	Percent
Valid	TS	6	13.0
	S	24	52.2
	SS	16	34.8
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Memperhatikan objek dapat mempengaruhi tindakan ?” sebanyak 16 orang (34,8%) menjawab sangat setuju, lalu sebanyak 24 orang (52,2%) menjawab setuju lalu sebanyak 6 orang (13%) menjawab tidak setuju.

## VARIABEL Y

### 2. Alat peraga kampanye

#### A. Baliho

**Tabel 4.12 Baliho merupakan alat peraga kampanye**

		Frequency	Percent
Valid	TS	9	19.6
	S	17	37.0
	SS	20	43.5
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “Baliho merupakan alat peraga kampanye yang terbuat dari kain,kayu, dan plastik untuk memperkenalkan atau menarik perhatian umum ?” sebanyak

20 orang (43,5%) menjawab sangat setuju, lalu sebanyak 17 orang (37%) menjawab setuju lalu sebanyak 9 orang (19,6%) menjawab tidak setuju.

### B. Umbul umbul

**Tabel 4.13 Umbul-umbul merupakan alat peraga kampanye**

		Frequency	Percent
Valid	TS	13	28.3
	S	18	39.1
	SS	15	32.6
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “ Umbul-umbul merupakan simbol yang terbuat dari kain sedemikian rupa corak dan ragamnya, memperkenalkan dan memujikan kepada yang berhubungan dengan suatu kegiatan dilihat dan dibaca masyarakat secara insidental ?” sebanyak 15 orang (32,6%) menjawab sangat setuju, lalu sebanyak 18 orang (39,1%) menjawab setuju lalu sebanyak 13orang (28,3%) menjawab tidak setuju.

### C. Spanduk

**Tabel 4.14 Spanduk merupakan alat peraga kampanye**

		Frequency	Percent
Valid	TS	8	17.4
	S	22	47.8
	SS	16	34.8
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan “ Spanduk alat peraga simbol yang terbuat dari kain termasuk kertas dan plastik untuk menarik perhatian umum dan memuji yang berhubungan dengan kegiatan yang dilihat dan dibaca oleh masyarakat secara sementara ?” sebanyak 16 orang (34,8%) menjawab sangat setuju, lalu sebanyak 22 orang (47,8%) menjawab setuju lalu sebanyak 8 orang (17,4%) menjawab tidak setuju.

#### **4.2.3 Pendapat Tentang Kemasan Tampilan**

##### **1 Edy Rahmyadi dan Musa Rajekshah**

###### **a). Visi dan Misi**

**Tabel 4.15 ketertarikan responden terhadap visi dan misi di dalam tampilan iklan alat peraga Eramas**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	30	65.2
	kurang menarik	12	26.1
	tidak menarik	4	8.7
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai visi dan misi di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Eramas, dimana yang merasa visi dari Eramas menarik berjumlah 30 orang (65,2%), kemudian yang merasa visi dan misi Eramas kurang menarik berjumlah 12 orang (26,1%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 4 orang (8,7%).

### **b. Pesan**

**Tabel 4.16 ketertarikan responden terhadap pesan di dalam tampilan iklan alat peraga Eramas**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	27	58.7
	kurang menarik	16	34.8
	tidak menarik	3	6.5
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai pesan di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Eramas, dimana yang merasa pesan dari Eramas menarik berjumlah 27 orang (58,7%), kemudian yang merasa pesan Eramas kurang menarik berjumlah 16 orang (34,8%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 3 orang (6,5%).

### **c. Warna**

**Tabel 4.17 ketertarikan responden terhadap warna di dalam tampilan iklan alat peraga Eramas**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	23	50.0
	kurang menarik	13	28.3
	tidak menarik	10	21.7
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai warna di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Eramas, dimana yang merasa warna dari iklan alat peraga kampanye Eramas menarik berjumlah 23 orang (50%), kemudian yang merasa warna iklan alat peraga kampanye

Eramas kurang menarik berjumlah 13 orang (28,3%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 4 orang (8,7%).

**d. Ukuran**

**Tabel 4.18 ketertarikan responden terhadap ukuran di dalam tampilan iklan alat peraga Eramas**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	26	56.5
	kurang menarik	15	32.6
	tidak menarik	5	10.9
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai ukuran di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Eramas, dimana yang merasa ukuran dari iklan alat peraga kampanye Eramas menarik berjumlah 26 orang (56,5%), kemudian yang merasa ukuran iklan alat peraga kampanye Eramas kurang menarik berjumlah 15 orang (32,6%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 5 orang (10,9%).

**e. Tulisan**

**Tabel 4.19 ketertarikan responden terhadap tulisan di dalam tampilan iklan alat peraga Eramas**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	24	52.2
	kurang menarik	14	30.4
	tidak menarik	8	17.4
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai tulisan di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Eramas, dimana yang merasa tulisan dari iklan alat peraga kampanye Eramas menarik berjumlah 34 orang (73,9%), kemudian yang merasa tulisan iklan alat peraga kampanye Eramas kurang menarik berjumlah 8 orang (17,4%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 4 orang (8,7%).

## 2. Djarot dan Sihar Sitorus

### a. Visi Misi

**Tabel 4.20 ketertarikan responden terhadap visi dan misi di dalam tampilan iklan alat peraga Djoss**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	22	47.8
	kurang menarik	11	23.9
	tidak menarik	13	28.3
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai visi dan misi di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Djoss, dimana yang merasa visi dari Djoss menarik berjumlah 22 orang (47,8%), kemudian yang merasa visi dan misi Djoss kurang menarik berjumlah 11 orang (23,9%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 13 orang (28,3%).

### **b. Pesan**

**Tabel 4. 21 ketertarikan responden terhadap pesan di dalam tampilan iklan alat peraga Djoss**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	24	52.2
	kurang menarik	12	26.1
	tidak menarik	10	21.7
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai pesan di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Djoss, dimana yang merasa pesan dari Djoss menarik berjumlah 24 orang (52,2%), kemudian yang merasa pesan Djoss kurang menarik berjumlah 12 orang (26,1%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 10 orang (21,7%).

### **c. Warna**

**Tabel 4. 22 ketertarikan responden terhadap visi dan misi di dalam tampilan iklan alat peraga Djoss**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	26	56.5
	kurang menarik	8	17.4
	tidak menarik	12	26.1
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai warna di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Djoss, dimana yang merasa warna dari iklan Djoss menarik berjumlah 26 orang

(56,5%), kemudian yang merasa pesan Djoss kurang menarik berjumlah 8 orang (17,4%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 12 orang (26,1%).

#### d. Ukuran

**Tabel 4. 23 ketertarikan responden terhadap ukuran di dalam tampilan iklan alat peraga Djoss**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	19	41.3
	kurang menarik	12	26.1
	tidak menarik	15	32.6
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai ukuran di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Djoss, dimana yang merasa ukuran dari iklan Djoss menarik berjumlah 19 orang (41,3%), kemudian yang merasa ukuran iklan Djoss kurang menarik berjumlah 12 orang (26,1%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 15 orang (32,6 %).

#### e. Tulisan

**Tabel 4. 24 ketertarikan responden terhadap tulisan di dalam tampilan iklan alat peraga Djoss**

		Frequency	Percent
Valid	Menarik	25	54.3
	kurang menarik	13	28.3
	tidak menarik	8	17.4
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban untuk pertanyaan mengenai tulisan di dalam tampilan iklan alat peraga kampanye Djoss, dimana yang merasa tulisan dari iklan Djoss menarik berjumlah 25 orang (54,3%),

kemudian yang merasa tulisan iklan Djoss kurang menarik berjumlah 13 orang (28,3%), dan menjawab tidak menarik berjumlah 8 orang (17,4%).

**Tabel 4. 25 informasi yang disampaikan melalui alat peraga kampanye menumbuhkan kepercayaan Untuk memilih**

		Frequency	Percent
Valid	Ya	15	32.6
	Tidak	17	37.0
	tidak tahu	14	30.4
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban responden untuk pertanyaan “Apakah informasi yang disampaikan melalui alat peraga kampanye menumbuhkan kepercayaan bapak/ibu untuk memilih PILGUBSU 2018 lalu ? “ dimana yang menjawab Ya berjumlah 15 orang (32,6%), kemudia yang menjawab Tidak sejumlah 17 orang (37%), dan yang menjawab tidak tahu berjumlah 14 orang (30,4%).

**Tabel 4. 26 ketertarikan responden terhadap pesan politik yang disampaikan dari melihat iklan alat peraga**

		Frequency	Percent
Valid	sangat menarik	12	26.1
	Menarik	20	43.5
	tidak mempengaruhi	14	30.4
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban responden untuk pertanyaan “Setelah bapak/ibu menyaksikan alat peraga kampanye, bagaimana pesan

politik yang disampaikan ?” dimana yang menjawab sangat menarik berjumlah 12 orang (26,1%), kemudian yang menjawab menarik sejumlah 20 orang (43,5%), dan yang menjawab tidak menarik berjumlah 14 orang (30,4%).

**Tabel 4. 27 apakah alat peraga kampanye mempengaruhi pilihan bapak/ibu**

		Frequency	Percent
Valid	sangat mempengaruhi	8	17.4
	Mempengaruhi	21	45.7
	tidak mempengaruhi	17	37.0
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban responden untuk pertanyaan “Apakah alat peraga kampanye mempengaruhi pilihan bapak/ibu ?” dimana yang menjawab sangat mempengaruhi berjumlah 8 orang (17,4%), kemudian yang menjawab mempengaruhi sejumlah 21 orang (45,7%), dan yang menjawab tidak mempengaruhi berjumlah 17 orang (37%).

**Tabel 4.28 pasangan calon gubernur sumatera utara yang responden pilih pada pilkada sumatera utara tahun 2018**

		Frequency	Percent
Valid	ERAMAS	17	37.0
	DJOSS	14	30.4
	Tidak memilih	11	23.9
	rahasia/tidak dijawab	4	8.7
	Total	46	100.0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel diatas terlihat persentase jawaban responden untuk pertanyaan “Siapakah pasangan calon gubernur sumatera utara yang bapak/ibu pilih

pada PILKADA Sumatera Utara tahun 2018 yang lalu ?” dimana yang menjawab Edy-Sihar berjumlah 17 orang (37%), kemudian yang menjawab Djarot-Sihar 14 orang (30,4%), dan yang menjawab tidak memilih berjumlah 11 orang (23,9%) kemudian yang menjawab rahasia 4 orang (8,7%).

### 4.3 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini uji hipotesisnya menggunakan uji korelasi Spearman dimana maksud dari pengujian ini adalah Analisis hubungan yang menunjukkan kekuatan hubungan (derajat hubungan koefisien korelasi).

**TABEL 2.8 Correlations**

		TOTAL X	TOTAL Y
TOTAL X	Pearson Correlation	1	.723
	Sig. (2-tailed)		.114
	N	46	46
TOTAL Y	Pearson Correlation	.723	1
	Sig. (2-tailed)	.114	
	N	46	46

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel di atas terlihat nilai korelasi untuk uji Spearman hubungan antara iklan politik dengan alat peraga kampanye dimana nilai korelasinya adalah 0,732. Jika diukur dengan jika nilai  $r > 0$  artinya telah terjadi hubungan linier positif, yakni makin besar nilai variabel X (*independent variable*), maka makin besar pula nilai variabel Y (*dependent variable*), atau sebaliknya semakin kecil nilai variabel X (*independent variable*), maka makin kecil pula nilai variabel Y (*dependent*

*variable*). Dalam hal ini 0,723 semakin mendekati 1 artinya hubungan antara persepsi masyarakat dengan alat peraga kampanye hubungannya tinggi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat dikemukakan beberapa simpulan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan angket yang disebar bahwanya persepsi masyarakat terhadap alat peraga kampanye sudah cukup baik dilihat dari hasil angket yang disebar alat peraga kampanye memudahkan responden dalam menentukan pilihannya jika ada pemilu kelak
2. Iklan dari masing masing cagub dan cawagub sumut sudah cukup menarik perhatian para responden mereka bisa melihat visi dan misi dari masing calon dengan jelas, lalu baliho, spanduk dan umbul umbul dari masing masing cagub dan cawagub sudah menunjukkan cara memilih yang benar
3. Secara keseluruhan kesimpulan penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan antara persepsi masyarakat dengan alat peraga kampanye hal ini dilihat dari nilai korelasi yang mendekati 1 yaitu 0,723 yang berarti hubungannya kuat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari jawaban kuesioner disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Ada baiknya pihak panwaslu memperbaiki alat peraga kampanye yang mereka miliki karena dari hasil angket banyak responden menilai alat peraga yang di miliki belum terlalu menarik, apalagi untuk generasi milenial yang ada dikota besar seperti di Medan, pihak timses atau kpu bisa menggunakan social media yang sedang trending untuk meningkatkan persepsi masyarakat dalam memiliki kelak
2. Masyarakat merupaka pemilih aktif dalam mencari informasi, bagaimana dengan kecukupan informasi mereka menjadi lebih tahu, dan mau melaksanakan apa yang menjadi tujuan persepsi masyarakat. Ini harus disadari dengan baik hingga membutuhkan pengelolaan persepsi masyarakat secara profesional oleh masing-masing tim sukses yang bertanggung jawab untuk hal ini.
3. Khusus untuk pemilih pemula perlunya di adakan sosialisasi ke sekolah sekolah atau ke kampus kampus, tentang alat peraga kampanye, jadi para pemilih pemula tidak akan bingung dalam memilih .

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1984. Strategi Komunikasi. Bandung : Armico.*
- Arikunto, 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.*
- Bowo Adrianto. 2006. Persepsi dan partisipasi masyarakat terhadap pembangunan prasarana dasar pemukiman yang bertumpu pada swadaya masyarakat di kota magelang. Tesis. Semarang.undip.*
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 2006. Pengantar Statistika. Jakarta: Bumi Aksara.*
- Karim, Rusli, 1991. Pemilu demokratis kompetitif, Yogyakarta : Tiara Wacana Yogya.*
- Komalasari, Kokom. 2011. Pembelajaran kontekstual Konsep dan. Aplikasi. Bandung : PT Refika Aditama.*
- Mussadun, 2000, Peran Serta Masyarakat dalam Penataan Ruang : ditinjau dari Undang-Undang Nomor 24 tahun 1992. "Tata Loka Vol 5".*
- Nawawi, Hadari, 2005. Penelitian Terapan. Yogyakarta : Gajah Mada University.*
- Rakhmat, Jalaluddin, 2001. psikologi komunikasi edisi revisi. Bandung : PT remaja rosdakarya.*
- Robbins, Stephen P. 2001. Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi, Jilid 1, Edisi 8, Jakarta : Prenhallindo.*
- Sugiyono, 2015. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabet.*
- Sulaeman, M. Munandar. 1987, Ilmu sosial dasar : teori dan konsep ilmu sosial, Bandung : Eresco.*
- Suroyo, Anwar. 2009. Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Kuisisioner dan. Sosiometri. Semarang : Widya Karya.*
- Walgito, Bimo. 2002. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offset.*
- PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) No. 7 Tahun 2015 tentang pencalonan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota*

```
FREQUENCIES VARIABLES=US PK
/ORDER=ANALYSIS.
```

```
NEW FILE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES VARIABLES=ITEM1 ITEM2 ITEM3 ITEM4 ITEM5 ITEM6
/ORDER=ANALYSIS.
```

## Frequencies

### Notes

Output Created		09-Oct-2018 00:51:00
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	46
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=ITEM1 ITEM2 ITEM3 ITEM4 ITEM5 ITEM6 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.047
	Elapsed Time	00:00:00.046

[DataSet1]

### Statistics

		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6
N	Valid	46	46	46	46	46	46
	Missing	0	0	0	0	0	0

## Frequency Table

### ITEM1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ya	37	80.4	80.4	80.4
	tidak	9	19.6	19.6	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

**ITEM2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pernah	32	69.6	69.6	69.6
tidak pernah	14	30.4	30.4	100.0
Total	46	100.0	100.0	

**ITEM3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid spanduk	19	41.3	41.3	41.3
baliho	15	32.6	32.6	73.9
umbul umbul	12	26.1	26.1	100.0
Total	46	100.0	100.0	

**ITEM4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat mengerti	21	45.7	45.7	45.7
mengerti	14	30.4	30.4	76.1
tidak mengerti	11	23.9	23.9	100.0
Total	46	100.0	100.0	

**ITEM5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat memudahkan	20	43.5	43.5	43.5
memudahkan	21	45.7	45.7	89.1
tidak memudahkan	5	10.9	10.9	100.0
Total	46	100.0	100.0	

**ITEM6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat bermanfaat	21	45.7	45.7	45.7
bermanfaat	17	37.0	37.0	82.6
tidak bermanfaat	8	17.4	17.4	100.0

**ITEM6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat bermanfaat	21	45.7	45.7	45.7
	bermanfaat	17	37.0	37.0	82.6
	tidak bermanfaat	8	17.4	17.4	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

**Frequencies**

[DataSet0]

**Statistics**

		Usia	Pekerjaan
N	Valid	46	46
	Missing	0	0

**Frequency Table****Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 tahun	14	30.4	30.4	30.4
	31-40 tahun	26	56.5	56.5	87.0
	41-50 tahun	6	13.0	13.0	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mahasiswa	6	13.0	13.0	13.0
	PNS	21	45.7	45.7	58.7
	karyawan Swasta	11	23.9	23.9	82.6
	Pekerja Jasa	5	10.9	10.9	93.5

Peg.BUMN	3	6.5	6.5	100.0
Total	46	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=R1 R2 R3 R4 R5 R6 R7 R8 R9 R10 R11 R12

/ORDER=ANALYSIS.

DATASET ACTIVATE DataSet0.

SAVE OUTFILE='F:\ \skripsi\skripsi 2018 -2\Mursyid Pratama\DATA RES.sav'

/COMPRESSED.

DATASET ACTIVATE DataSet1.

DATASET CLOSE DataSet0.

SAVE OUTFILE='F:\ \skripsi\skripsi 2018 -

2\Mursyid Pratama\DATA RES 2.sav'

/COMPRESSED.

DATASET ACTIVATE DataSet2.

DATASET CLOSE DataSet1.

## Frequencies

[DataSet2]

## Frequency Table

R1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	4.3	4.3	4.3
	TS	7	15.2	15.2	19.6
	S	21	45.7	45.7	65.2
	SS	16	34.8	34.8	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

R2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	4.3	4.3	4.3
	S	21	45.7	45.7	50.0
	SS	23	50.0	50.0	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

### R3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	13.0	13.0	13.0
	S	24	52.2	52.2	65.2
	SS	16	34.8	34.8	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

### R4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	19.6	19.6	19.6
	S	17	37.0	37.0	56.5
	SS	20	43.5	43.5	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

### R5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	28.3	28.3	28.3
	S	18	39.1	39.1	67.4

SS	15	32.6	32.6	100.0
Total	46	100.0	100.0	

**R6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	17.4	17.4	17.4
S	22	47.8	47.8	65.2
SS	16	34.8	34.8	100.0
Total	46	100.0	100.0	



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Unggul, Cerdas & Terpercaya

Untuk menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

PERMOHONAN PERSETUJUAN  
 JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
 FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 12 April - 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Mursyid Pratama  
 N P M : 1403110071  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi (Humas)  
 Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,19

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor Terhadap Alat Peraga Kemufanya Pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018.	✓ 12/4-2018
2	Pengaruh Pelatihan Karyawan terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan Sumatera Utara	
3	Pandangan Orang Tua di Kecamatan Medan Johor LK. XIII Terhadap Pendidikan Selur Untuk Anak dibawah Umur	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
 Diteruskan kepada Dekan untuk  
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

(..... Mursyid Pratama .....) )

Medan, tgl. 12-April - 2018



*Unggul, Cerdas & Terpercaya*

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**

Nomor : **107 /SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **12 April 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **MURSYID PRATAMA**  
NPM : 1403110071  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018  
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR  
TENTANG ALAT PERAGA KAMPANYE PASANGAN CALON  
GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018.**

Pembimbing : Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa kadaluarsa tanggal: 12 April 2019.**

Ditetapkan di Medan,

Pada tanggal : 27 Rajab 1439H

13 April 2018 M



**Dis. ZULFAHMI, M.I.Kom.**

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Pertiinggal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 30 - MEI 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Mursyid Pratama  
N P M : 1403110071  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 197./SK/II.3/UMSU-03/F/2018.. tanggal .....

dengan judul sebagai berikut :  
Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor Tentang Alat Beraga Kampanye  
Pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- 1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
- 2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
- 3. DKAM yang telah disahkan;
- 4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
- 5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
- 6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
- 7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)
- 8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :  
Pembimbing

(Abdullah Anshari)

Pemohon,

(Mursyid Pratama)

**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 499/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Program studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Kamis, 31 Mei 2018  
 Waktu : 10.00 WIB s/d. selesai  
 Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU  
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
6	ERI FAURIJAL ARJA	1203110218P	1 MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.I.K	1 ELVITA YENNI, S.S. M.Hum	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PT. PLN (Persero) CABANG SINGKIL
7	ACHMAD RIANDA	1403110067	1 Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	1 Dr. YAN HENDRA, M.Si.	ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK
8	MEISKE UMAYA	1403110148	1 Dr. YAN HENDRA, M.Si.	1 NUR RAHMAH AMINI, S.Ag, MA	MODEL KOMUNIKASI ORANG TUA DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI ISLAMI ANAK DI KELURAHAN GLUGUR DARAT 2 MEDAN TIMUR
9	SARI LONGGOM SIREGAR	1403110210	1 TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	1 NUR RAHMAH AMINI, S.Ag, MA	PENGARUH PESAN IKLAN "HALAL ITU HARUS TOTAL" DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOTAL ALMEERA (Studi Kualitatif di Kelurahan Tegal Sari Mandala III)
10	MURSYID PRATAMA	1403110071	1 NUR RAHMAH AMINI, S.Ag, MA	1 AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR TENTANG ALAT PERAGA KAMPANYE PASANGAN CALON GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018



Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Mursyid Pratama  
NPM : 1403110071  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor Tentang Nilai Peraga Kampanye Patroliam Calon Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	24/6-2018	Bimbingan Proposal	
2	27/8-2018	Bimbingan Kuisioner	
3	25/9-2018	Bimbingan Bab <u>IV</u>	
4	27/9-2018	Bimbingan Bab <u>IV</u>	
5	2/10-2018	Bimbingan <u>V</u>	
6	8/10-2018	Bimbingan <del>Bab</del> Abstrak	
7	10/10-2018	Bimbingan Daftar Isi	
8	12/10-2018	ACC Untuk sidang Meja Kuning	

Medan, 12 - October - 2018

Dekan,

Dr. Arifin Saleh, S.Ic., M.P.

Ketua Program Studi,

Nurfarrah Hanifah, S.Pd., M.Hum

Pembimbing ke : .....

Ruhul Anshori, S.Ic., M.Hum



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : 817 / KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018  
Lampiran : --  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 10 Muharram 1440 H  
20 September 2018M

**Kepada Yth ,  
Kepala Balitbang  
Kota Medan  
di -  
Tempat**

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu 'alaikum wr. wb.

Teriring salam semoga Bapak/ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **MURSYID PRATAMA**  
N P M : 1403110071  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018  
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR  
TENTANG ALAT PERAGA KAMPAYE PASANGAN CALON  
GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018.**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



**Dr. Griffin Saleh, S.Sos.,MSP.**



# PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112  
Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693  
E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id. Website : balitbang.pemkomedan.go.id

## SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/1470/Balitbang/2018

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor: 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor: 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca/memperhatikan surat Dari: Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UMSU Nomor: 817/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018 Tanggal: 20 September 2018 Hal: Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi Penelitian Kepada :

Nama : Mursyid Pratama.  
NPM : 1403110071.  
Program Studi : Ilmu Komunikasi.  
Lokasi : Kecamatan Medan Johor Kota Medan.  
Judul : Persepsi Masyarakat Kecamatan Medan Johor Tentang Alat Peraga Kampanye Pasangan Calon Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018.  
Lamanya : 24 September 2018 s.d 24 Oktober 2018.  
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UMSU.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah direkomendasikan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 ( dua ) bulan setelah penelitian .
5. Surat rekomendasi penelitian dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi penelitian ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan.  
Pada Tanggal : 01 Oktober 2018

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN  
KOTA MEDAN



Drs. H. MASRUTAN, M.Pd  
PEMINTA UTAMA MUDA  
NIP. 19521114 198403 1 002

### Tembusan :

1. Walikota Medan (sebagai Laporan).
2. Camat Medan Johor Kota Medan.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UMSU.
4. Yang Bersangkutan.
5. Pertinggal.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 908/JUND/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Rabu, 17 Oktober 2018  
Waktu : 08,00 s.d. Selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III/ PEMBIMBING	
1	KBAL HARUN	1403110216	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT PUSBAKUM-SEGI DALAM MEMBERIKAN INFORMASI HUKUM KEPADA MASYARAKAT DI SUMATERA UTARA
2	MUHAMMAD JEHSYAH PUTRA	1403110268	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Drs. BAHRUM JAMIL, MAP	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Pada Media Sosial Instagram Story North Star Cafe Medan)
3	DESTRI PRAGA SIAGIAN	1403110081	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	NUR RAHIMA AMINI, S.Ag. MA	Drs. BAHRUM JAMIL, MAP	PROSES KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM PENYELESAIAN KOMPLAIN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Perusahaan CV. GLORY VICTORY di Kota Medan)
	MURSYID PRATAMA	1403110071	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR TENTANG ALAT PERAGA KAMPANYE PASANGAN CALON GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018
	MUHAMMAD AMRIZA HAFID	1403110173	RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENINGKATKAN PRESTASI BELAJAR ANAK (Studi Deskriptif Kualitatif pada Keluarga Siswa Berprestasi di SMP N.1 Pangkajene Berandean)

Disidang :

Medan, 06 Safar 1440 H

15 Oktober 2018 M

Ditetapkan oleh :



Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian



Sekretaris

Drs. ZULFAHIM, M.I.Kom

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **Data Pribadi**

Nama : Mursyid Pratama  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat Tanggal Lahir : Medan, 17Juni 1996  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Karya Sehati Gg. Sehati 4 No.6AKec.  
Medan Johor

### **Status Keluarga**

Nama Ayah : Syahriar  
Nama Ibu : Zuraiya  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta  
Pekerjaan Ibu : PNS

### **Status Pendidikan**

Tahun 2008 : SD Swasta Harapan Mandiri  
Tahun 2011 : SMP Negeri 2 Medan  
Tahun 2014 : SMA Swasta Assyafiiyah Internasional  
Tahun 2014-2018 : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Public Relation  
Universitas Muhammadiyah Sumatera  
Utara

Demikian daftar riwayat hidup saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Terima kasih

Penulis

Mursyid Pratama