

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era orde baru sebelum bergulirnya reformasi dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 1 ayat 2 sebelum diamandemen menyatakan bahwa “Kedaulatan adalah ditangan rakyat, dan dilakukan sepenuhnya oleh majelis Permusyawaratan Rakyat”¹. Berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 sebelum diamandemen, dimana partisipasi politik tidak sepenuhnya berada di tangan rakyat, namun berada pada orang-orang yang memiliki jabatan ataupun memiliki kekuasaan. Pengaturan kedaulatan rakyat pada ketentuan tersebut, menempatkan kedaulatan berada di tangan rakyat namun pelaksanaan diserahkan sepenuhnya kepada Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR)².

Ketika era Orde Baru demokrasi dibatasi baik dari segala bentuk dan diawasi oleh pemerintah. Selama lebih dari tiga puluh tahun, bangsa Indonesia dikenal sebagaisalah satu negara yang menganut sistem politik otoriter. Kekuasaan Orba menjadi kekuasaan otoriter yang hanya sekedar memakai nama demokrasi. Penafsiran pasal-pasal Undang-Undang Dasar 1945 tidak dilaksanakan sesuai dengan isi yang tertuang dalam Undang-Undang Dasar

¹<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/1945/UUDTAHUN~1945UUD.HTM>, diakses pada tanggal 17 oktober 2020, 07.22 WIB.

²*Ibid.*

tersebut melainkan dimanupulasi demi kepentingan penguasa³.

Kemudian Undang-Undang Dasar tahun 1945 pasal 1 ayat 2 diamandemen berbunyi “Undang-Undang Dasar 1945 yang menentukan bahwa kedaulatan berada ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar”⁴. Pada saat itu era orde baru berubah menjadi era reformasi, dimana artinya kekuasaan atau kedaulatan berada ditangan rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat.

Hal ini mengandung makna bahwa kedaulatan tidak lagi sepenuhnya berada ditangan MPR tetapi kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar. Dengan munculnya tata kehidupan yang demokratis tersebut, yang ditandai dengan munculnya banyak parpol baru, kebebasan berserikat, kemerdekaan berpendapat, kebebasan pers, dan sebagainya yang merupakan ciri-ciri demokrasi⁵.

Ketika rezim orde baru runtuh digantikan orde reformasi, pemerintah pusat mendesentralisasikan kewenangan dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian direvisi dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah⁶. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah, maka Pemerintah Pusat memberikan kewenangan di

³ Meity Estetika, *budaya politik dan Partisipasi Politik Indonesia Pada Masa Orde Baru*, diakses dari <https://www.kompasiana.com/meitysttk/57c21279ab9273b026730b34/budaya-politik-dan-partisipasi-politik-indonesia-pada-masa-orde-baru> pada tanggal 17 November 2020 pukul 07.29.

⁴ *Ibid.*

⁵ Hartuti Purnaweni, *Jurnal Administrasi Publik, Demokrasi Indonesia: Dari Masa Ke Masa*, Vol. 4 No. 2, hlm. 121

⁶ Abd. Halim, *Politik Lokal*, Lembaga Pengkajian Pembangunan Bangsa (LP2B), Yogyakarta, 2014, hlm. 5

wilayah yang terdapat di dalam Negeri Republik Indonesia untuk mengatur daerahnya sendiri dan juga memberikan kewenangan untuk memilih Kepala Daerahnya masing-masing. Sebagaimana Cornelis Lay menyatakan bahwa:

“Dengan desentralisasi pengaturan pemerintahan yang stabil dapat dilakukan, dengan desentralisasi dapat dilakukan *Sharing of Power, sharing of revenue*, dan penguatan lokalitas dalam menyelenggarakan pemerintahan yang dekat dengan rakyatnya”⁷.

Dalam konteks kehidupan politik demokrasi di Indonesia, pemilu dan pemilihan kepala daerah (Pilkada) langsung merupakan salah satu sarana untuk mewujudkan kehidupan politik yang demokratis. Pemilu, terutama yang dilaksanakan pada Tahun 2004, dan pilkada langsung yang dimulai pada Tahun 2005 untuk memilih secara langsung Gubernur, Bupati atau Walikota untuk pertamakalinya di era reformasi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, peserta Pilkada adalah pasangan calon yang diusulkan oleh partai politik yang kemudian ketentuan ini diubah menjadi Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa peserta Pilkada juga dapat berasal dari pasangan calon perseorangan (independen) yang didukung oleh sejumlah orang⁸.

Secara konsep, pemilihan kepala daerah secara langsung merupakan bagian dari pemilihan umum. Namun, yang membedakan dengan pemilu Presiden adalah terletak pada lokasinya saja, dimana pilkada berada pada tingkat daerah sedangkan Presiden berada pada tingkat nasional. Saat ini Undang-Undang yang berlaku yakni Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014

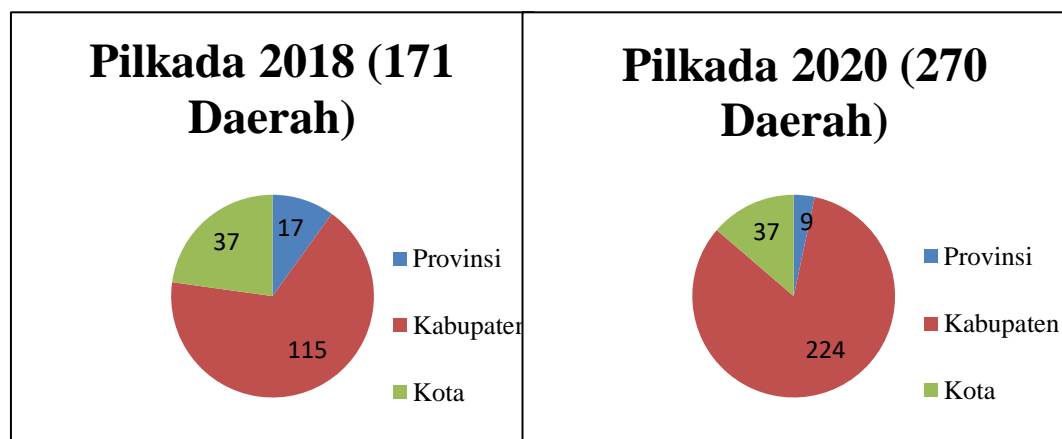
⁷ Cornelis Lay, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, *Otonomi Daerah dan Ke Indonesiaan*, Vol. 2 No.2 November 2001, hlm. 152

⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 12 Tahun 2008 Perubahan Atas Undang-Undang RI.

tentang Pemerintahan Daerah yang meliputi hal-hal: Pemerintah daerah menyelenggarakan urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya sesuai dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia⁹.

Dalam sejarahnya, Indonesia telah melaksanakan pilkada langsung serentak sebanyak tiga kali, yaitu pilkada serentak pada tahun 2015, pilkada serentak tahun 2017 dan terakhir pilkada serentak tahun 2018. Pilkada serentak tahun 2018 yang dilaksanakan diseluruh Indonesia diikuti oleh 171 daerah baik di level Provinsi, Kabupaten dan Kota. Sedangkan pada tanggal 09 Desember 2020 Indonesia kembali mengadakan pilkada serentak hal ini adalah keempat kalinya diselenggarakan di Indonesia, terdapat 270 daerah dengan rincian seperti diagram berikut:

Gambar1.1
Perbandingan Jumlah Daerah pada Pilkada Serentak tahun 2018 dan 2020

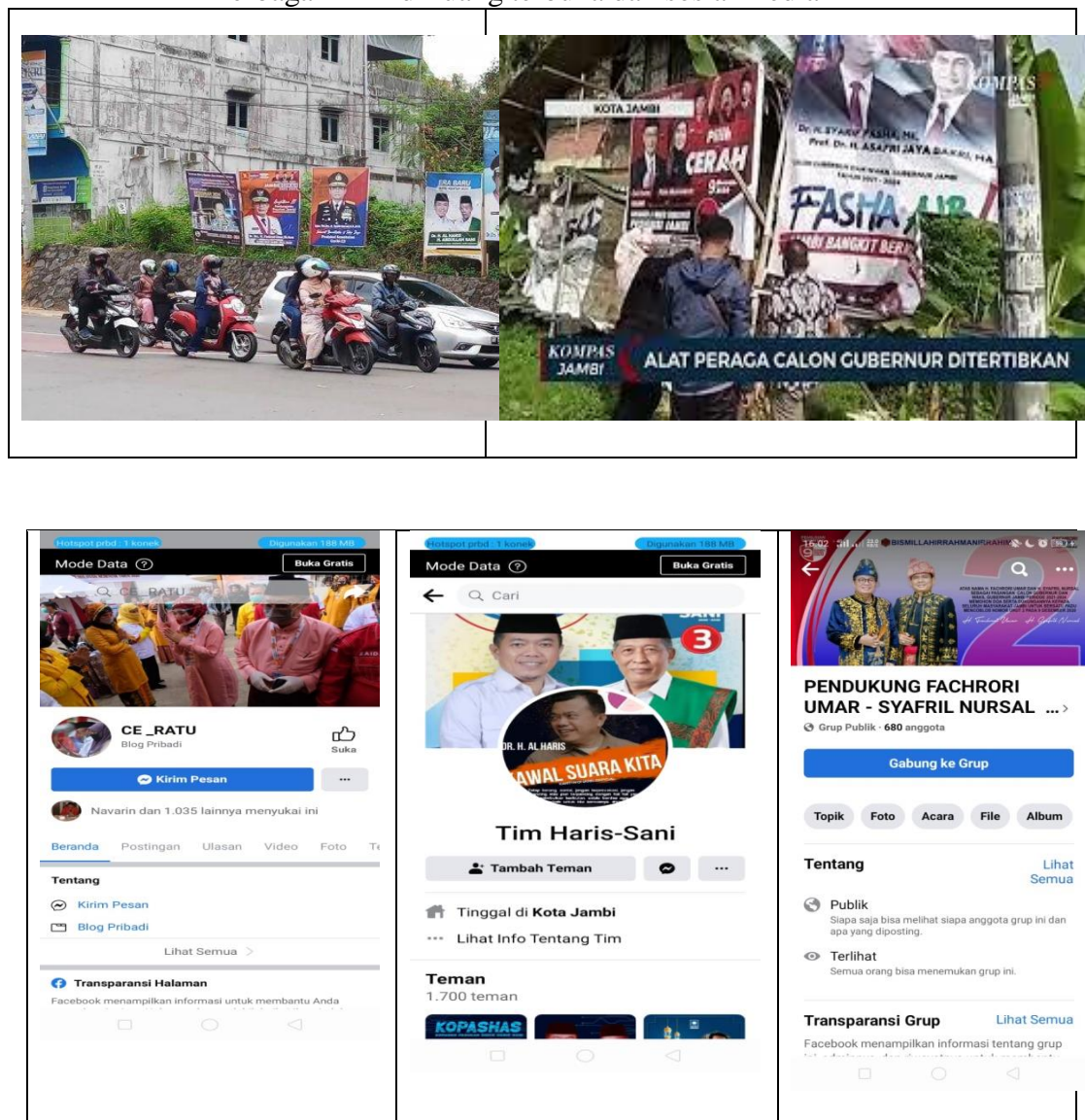


Provinsi Jambi merupakan salah satu daerah yang turut kembali

⁹<https://soppengkab.go.id/penjelasan-uu-nomor-23-tahun-2014-tentang-pemerintahan-daerah/>, diakses pada tanggal 17 Oktober 2020, Pukul 14.00 WIB.

mengadakan pilkada di lima daerah yakni kepala daerah di Kabupaten Batanghari, Sungai Penuh, Bungo, Tanjab Barat dan Tanjab Timur, serta Pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur Provinsi Jambi. Hal ini terlihat jelas dengan mulai maraknya APK (Alat Peraga Kampanye) baik di ruang terbuka maupun di sosial media yang berada di *gadget* masyarakatnya masing-masing. Seperti contohnya sebagai berikut:

Gambar 1.2
Berbagai APK di ruang terbuka dan sosial media



Sumber: Diolah dari berbagai media.

Jika diamati setiap periode hampir dapat dipastikan saat menjelang pemilu dan pilkada, situasi dan kondisi politik seringkali diwarnai dengan berbagai persaingan antar kekuatan politik, dengan semakin ketatnya kompetisi politik tersebut dapat dipastikan bahwa manajemen kampanye juga semakin dirasakan penting dalam pemilihan umum yang demokratis. Tidak terkecuali di Indonesia, upaya memperoleh kemenangan yang menjadi tujuan pokok kampanye pemilihan mutlak memerlukan pengelolaan atau disebut manajemen yang baik dan didukung dengan sumber daya yang memadai. Dalam konteks kampanye pemilihan, semakin tumbuh kesadaran di kalangan elite politik bahwa baik buruknya atau pro kontra manajemen kampanye akan menentukan keberhasilan kampanye, dengan kata lain, manajemen kampanye menjadi tumpuan utama keberhasilan kampanye itu sendiri. Sebagaimana Rajasundaram memberikan penjelasannya sebagai berikut:

“A campaign is a coordinated use of different methods of communication aimed at focusing attention on a particular problem and its solution over a period of time” (Kampanye dapat diartikan sebagai pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam periode waktu tertentu yang ditujukan untuk mengarahkan khalayak pada masalah tertentu berikut solusinya)¹⁰.

Hal ini dapat dilihat bagaimana kampanye dapat mengarahkan khalayak pada masalah-masalah tertentu dan dalam hal yang sama juga dapat memberikan solusi atas hal-hal tersebut, sehingga bagaimana aktor

¹⁰Antar Venus, *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam, Mengefektifkan kampanye Komunikasi Publik* edisi Revisi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset), Agustus 2019, hlm. 11.

dalam kampanye dapat memanajemen atas berbagai solusi yang ada melalui kampanye yang dilakukan tersebut.

Pemilihan kepala daerah seperti Gubernur dan Bupati/Walikota memang diwarnai dengan kampanye dan ajang kreativitas masyarakat, termasuk slogan-slogan politik dan asesoris pemilu. Kampanye adalah kegiatan menawarkan visi, misi, dan program pasangan calon dan informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan pemilih untuk memilih calon pasangan tertentu¹¹. Oleh karena itu sering kali terlihat iklan dalam sebuah kampanye yang berisi tentang *tagline* atau slogan-slogan politik para kandidat kepala daerah yang unik dan menarik dalam setiap kampanye politik.

Tagline banyak digunakan oleh para kandidat agar mudah diingat oleh khalayak dan menjadi fenomena di dalam masyarakat sehingga menjadi bahan perbincangan mulai dari lingkungan keluarga, masyarakat, dan bahkan di media sosial. *Tagline* politik selain menjadi simbol pembeda antar kandidat satu dan lainnya yang menjadi sapaan sesama pendukung calon, *tagline* juga mempunyai ketajaman dalam memengaruhi pemilih.

Sebagaimana penelitian terdahulu yakni mengenai “*Tagline* “Berbaur” dalam “Strategi Komunikasi Politik (Studi Kasus Aktor Politik Menjelang Pemilu 2018 di Pemekasan)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa latar belakang terbentuknya *tagline* politik “Berbaur” terletak pada fenomena sosio-politik di masyarakat Pemekasan. Mulai dari

¹¹ Ahlur Roiyan. Skripsi. *Tagline “Berbaur” Dalam Strategi Komunikasi Politik*, Surabaya. 2018, hlm 43.

persepsi publik terhadap perilaku legislatif, tingkah laku dalam dunia politik, hingga budaya individualisme dalam masyarakat¹².

Adapun dalam penelitian oleh Achmad Fuad Abdul Rozak dengan judul skripsi: “Iklan Politik Caleg dalam Persepsi Pemilih Pemula”. Dalam hasil penelitiannya bahwa *tagline* atau jargon politik caleg merupakan salah satu faktor pendukung bagi pemilih pemula untuk menentukan pilihan, jargon yang sederhana dan tidak memuat kata-kata panjang mudah dipahami oleh pemilih pemula. Namun, jargon yang muncul masih dianggap kurang spesifik dan belum menyentuh isu program yang akan direalisasikan oleh para caleg tersebut. Selain itu gelar pendidikan caleg pada iklan media luar juga mampu berpengaruh cukup positif, berbeda dengan gelar keagamaan atau gelar keturunan.

Ada beberapa poin yang digunakan untuk menilai bagus dan kurang bagusnya suatu iklan politik caleg antara lain: ukuran besar kecilnya iklan, kuantitas iklan, letak penempatan iklan, foto diri caleg dalam iklan, ilustrasi gambar, pemakaian *background* gambar, warna *design* dan profil partai asal caleg. Iklan yang berukuran besar dan tersebar merata lebih disukai oleh pemilih pemula. Jargon politik caleg bukanlah faktor yang berpengaruh pada penilaian bagus dan kurang bagusnya suatu iklan caleg. Secara umum pemilih pemula menilai iklan caleg berguna untuk

¹²*Ibid.*

mengetahui sekilas informasi dan visi misi caleg¹³.

Slogan atau *tagline* para kandidat pemimpin sangat menarik untuk dikaji karena *tagline* merupakan salah satu hal yang penting dan juga memiliki pengaruh besar terhadap elektabilitas dan popularitas kandidat dalam proses pelaksanaan pilkada secara langsung. Sehingga dalam penelitian ini peneliti tertarik mengangkat *tagline* politik sebagai kajian penelitian.

Sebagaimana juga yang terjadi pada pemilihan Presiden tahun 2019 kedua pasangan Jokowi-Ma'ruf dengan *tagline* "Indonesia Maju" serta pasangan Prabowo-Sandi yang juga mengusung *tagline* "Indonesia Menang". Dengan demikian dapat dilihat bahwa *tagline* juga mempresentasikan atas apa dan akan bagaimana arah politik yang akan di bawa oleh masing-masing kandidat, yang akhirnya mengantarkan Jokowi-Ma'aruf memenangkan kontestasi pilpres tahun 2019.

Di Provinsi Jambi adu gengsi "lanjutkan" *versus* "perubahan". Dalam konteks Pilgub Jambi 2015, posisi Hasan Basri Agus (HBA) merupakan "petahana" yang berjuang untuk berkuasa kembali menjadi Gubernur Jambi. Layaknya *incumbent*, HBA kembali mengusung *tagline* "lanjutkan" sebagai tema utama kampanye. Modal utama HBA dalam hal ini ialah berusaha untuk mewujudkan Jambi EMAS (Ekonomi Maju Aman dan Sejahtera) Jilid II sebagaimana ia mengusung visi yang sama pada

¹³ Achmad Fuad Abdul Rozak, skripsi, *Iklan Politik Caleg dalam Persepsi Pemilih Pemula*, tahun 2009.

periode sebelumnya.

Di sisi lain, untuk konteks Pilgub Jambi 2015 lalu, Zumi Zola (ZZ) yang merupakan kontestan pendatang yang harus siap dengan *tagline* “perubahan”. Dengan mengusung *tagline* “perubahan”, yakni: “Jambi Bisa Lebih Baik” ZZ berada dalam posisi anti terhadap slogan “lanjutkan”, yang mengantarkan kemenangan Zumi Zola pada pilgub tahun 2015. Meskipun hal ini hanyalah dalam tataran konseptual-teoritik semata, namun harus diakui bahwa Pilgub Jambi 2015 juga dimeriahkan oleh adu gengsi slogan “lanjutkan” *versus* “perubahan”.

Persaingan antar kontestasi politik di Provinsi Jambi kembali beradu *tagline* pada Pilgub Jambi tahun 2020. *Tagline* yang digunakan oleh para pasangan calon Gubernur Provinsi Jambi dimaksudkan untuk melakukan politik *campaign* untuk dapat memengaruhi para pemilih untuk memberikan suaranya, sehingga penting bagi para kandidat untuk merumuskan dan membuat *tagline* yang menarik dalam sebuah pilkada. Sebagaimana menurut Hartono R dalam penyusunan *tagline* atau slogan, ada empat hal yang harus diperhatikan: *pertama*, slogan harus menjawab persoalan-persoalan mendesak rakyat saat itu; *kedua*, slogan harus disesuaikan dengan perkembangan situasi aktual; *ketiga*, slogan tidak boleh mengisolir diri atau aksi politik dari massa atau pendukung potensial; dan *keempat*, pengajuan slogan harus memperhatikan pandangan

dan kesadaran massa¹⁴.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa karakteristik masyarakat juga sangat berpengaruh, kesadaran massa dalam hal ini teori Perilaku memilih yang terkadang rasional dan non rasional menjadikan pemilih memilih karakter yang berbeda pada setiap pemilih, selain itu pandangan pemilih dalam menentukan pilihan terhadap partai politik dan calon kandidat. Menurut Zamroni tipologi politik yaitu karakter yang unik dan spesifik yang melekat orang-orang tertentu yang membedakan dengan orang lain¹⁵, yang menjadikan pemilih memilih karakter yang berbeda pada setiap pemilihan umum.

Sebagaimana dalam teori pilihan rasional mengatakan bahwa perilaku memilih seseorang individu seringkali ditentukan oleh keinginan individu tersebut untuk memperoleh keuntungan maksimal tanpa mengalami sedikitpun kerugian. Dengan pernyataan tersebut maka jelas hasil tersebut memberikan gambaran pada pemilu bahwa pemilih pada setiap pemilu akan selalu cenderung memilih calon yang memberikan keuntungan bagi mereka oleh karena itu calon pasangan yang terlihat menguntungkan maupun calon yang memiliki kualitas tinggi dan hal ini seringkali masuk kedalam pertimbangan untuk menentukan pilihan politik

¹⁴ Hartono R, dalam *Wandi, Jurnal Ilmu Komunikasi, Penggunaan Tagline Akar-Super dan LHD-Azas oleh Para Kandidat Pada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Soppeng Tahun 2015*, Vol. 8 No. 1 Januari-Juni 2019, hlm 93.

¹⁵ Zamroni dalam Deni Alfandi, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Bupati Tahun 2017 Di Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar*, Volume 3, Nomor 2: 40-76 Mei 2018.

masyarakat¹⁶.

Kemudian yang menjadi perhatian bagaimana daya pilih dalam pemilihan pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi apakah aspek-aspek diatas tersebut turut menjadi *concern* bagi pemilih pemula, pemilih muda, dan dalam penelitian ini peneliti mengambil mahasiswa prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan tahun 2017 sebagai sampel penelitian. Maka peneliti juga akan menjawab dengan melihat berbagai faktor dan pendekatan, yakni faktor: Sosiologis, Psikologis, dan Rasional.

Selain penjelasan tersebut, penelitian ini sangat menarik untuk diteliti karena sebagaimana diketahui bahwa *tagline* politik merupakan turunan visi, misi, dan program calon dalam pilkada, penentuan *tagline* tidak boleh hanya sekedar akronim nama dan lain sebagainya yang tidak memiliki hubungan dengan visi, misi, dan program kandidat. Sehingga sebagaimana mahasiswa direfleksikan sebagai *young citizen* yang telah diberikan predikat prestisius bagi mahasiswa itu sendiri antara lain sebagai *iron stock*, *guarden value*, *agen of change*, dan sebagainya. Gelar tersebut tentu memberikan tanggung jawab moral bagi setiap mahasiswa, tanggung jawab kepada masyarakat untuk mampu melihat masalah, memberikan solusi serta menjadi penyalur aspirasi bagi masyarakat awam kepada pemerintah.

¹⁶Yohanes Bima Octaviantoro, jurnal, *Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi Dan Persepsi Keberhasilan Implementasi Kebijakan Terhadap Pilihan Walikota Masyarakat Pilkada Kota Surabaya Tahun 201*, hlm 379.

Pentingnya peran dan fungsi mahasiswa dalam kehidupan berbangsa dan bernegara menjadikan mahasiswa kelompok yang penting untuk terus diikuti perkembangannya. Khususnya mahasiswa dalam bidang keilmuan pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan tahun 2017 Universitas Jambi yang telah menyelesaikan mata perkuliahan di semester terdahulu yakni terdapat di semester VI (enam). Sehingga telah dianggap sebagai mahasiswa yang telah mampu mengamati, menelaah, dan menjelaskan hingga memberi solusi tentang fenomena berebutnya manusia- manusia untuk kekuasaan ataupun kepentingan, dengan metode yang teruji dalam kaidah ilmiah, sebagaimana Winata putra menjelaskan bahwa:

“Secara holistic pendidikan kewarganegaraan bertujuan agar setiap warga Negara muda (*young citizens*) memiliki rasa kebangsaan dan cinta tanah air dalam konteks nilai dan moral Pancasila, nilai dan norma Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, nilai dan komitmen Bhinneka tunggal Ika, dan komitmen bernegara kesatuan Republik Indonesia. Oleh karena itu secara sadar dan terencana peserta didik sesuai dengan perkembangan psikologis dan konteks kehidupannya secara sistemik difasilitasi untuk belajar berkehidupan demokrasi secara utuh, yakni belajar tentang demokrasi (*learning about democracy*), belajar dalam iklim dan melalui proses demokrasi (*learning through democracy*), dan belajar untuk membangun demokrasi (*learning for democracy*)”¹⁷.

Sehingga mahasiswa Ilmu Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 diharapkan dapat menjadi sasaran yang tepat dan mempermudah peneliti dalam proses penelitian selanjutnya.

¹⁷Fitri Silvia Sofyan, Dadang SundawaJPIS, Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial, *Hubungan Mata Kuliah Pendidikan Kewarganegaraan Dengan Peningkatan Wawasan Kebangsaan Dan Semangat Nasionalisme Mahasiswa*, Edisi Desember 2015, Vol. 24, No. 2.

Adapun tulisan dalam peneliti ini hanya akan masuk pada persepsi mahasiswa Ilmu Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 di Universitas Jambi atas berbagai *tagline* politik yang hadir di tengah masyarakat dalam kontestasi pilgub di Provinsi Jambi tahun 2020 seperti : Jambi Cerah, Jambi Berkah, dan Jambi Mantap.

Tabel 1.1
Daftar Partai Pengusung Pilgub Jambi tahun 2020

NO	Pasangan Kandidat	Partai Pengusung	Tagline Politik
1	Drs. H. Cek Endra-HJ. Ratu Munawwaroh	PDIP Golkar	Jambi Cerah
2	Dr. Drs. Fachrori Umar, M.Hum - Irgen. Pol. Drs. H. Syafril Nursal, S.H., M.H	Gerindra Demokrat PPP Hanura	Jambi Berkah
3	Dr. Al-Haris, S.Sos., M.H – Drs. H. Abdullah Sani, M.Pd.I	PKS PKB PAN Berkarya	Jambi Mantap

Sumber: https://news.detik.com/berita/d-5162199/petahana-gubernur-jambi-daftar-ke-kpud-timses_bicara-tim-calon-pdip-membelot.

Melalui penjelasan di atas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian: **“Analisis Persepsi Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Terhadap *Tagline* Politik Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pilkada Serentak Provinsi Jambi”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas peneliti merumuskan dua pokok permasalahan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Jambi terhadap *Tagline* Politik Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi tahun 2020?
2. Bagaimana *Efektivitas tagline* politik terhadap Persepsi Keterpilihan Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 dalam Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi tahun 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dirumuskan, maka tentu terdapat tujuan yang ingin dicapai agar penelitian ini dapat bermanfaat. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan terhadap *tagline* Politik Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur tahun 2020.
2. Untuk mengetahui *Efektivitas tagline* politik terhadap Persepsi Keterpilihan Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 dalam Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi tahun 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, pada penelitian ini juga memberikan manfaat kepada sebuah bidang yang membutuhkan referensi dalam penulisan yang berkaitan selanjutnya. Untuk itu dalam penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang sangat berarti dalam pengembangan teori ilmu politik, khususnya dalam bidang kampanye kreatif dan diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan mampu menjelaskan tentang pengaruh *tagline* politik dan politik *Campaign* untuk kemajuan studi perpolitikan di Indonesia.

1.5 Landasan Konseptual

1.5.1 Persepsi

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsi lah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat persamaan persepsi antara individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau

kelompok identitas¹⁸.

1. Pengertian persepsi

Secara etimologis, persepsi (*perception*) berasal dari bahasa latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Dalam arti sempit, Leavitt mendefinisikan persepsi sebagai penglihatan atau bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas, Leavitt mendiskripsikan persepsi sebagai pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu¹⁹.

Menurut Pareek, Persepsi adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan panca indera atau data²⁰. Persepsi merupakan proses menilai sehingga memiliki sifat evaluatif dan cenderung subjektif. Persepsi bersifat evaluatif karena dengan persepsi seorang individu dapat menilai baik, buruk, positif atau negatif sebuah rangsangan indrawi yang diterimanya. Persepsi juga cenderung subjektif karena setiap individu memiliki perbedaan dalam kapasitas menangkap rangsangan indrawi.

Selain itu, setiap individu memiliki perbedaan filter konseptual dalam melakukan persepsi, sehingga pengolahan rangsangan

¹⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya. 2007, hlm. 13.

¹⁹ Levit dalam Nur Fitria Romadlonati, skripsi, *Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Humaniora terhadap Brand Ambassador pada Iklan Citra pada Versi Rmah Cantik Citra Di Televisi*, Yogyakarta 2010, hlm. 14.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 15.

(stimuli) pada tiap individu akan menghasilkan makna berbeda antara satu individu dengan individu lain.

2. Proses Terbentuknya Persepsi

Gambar 1.3
Proses Terbentuknya Persepsi



Sumber: Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, Profesional books, Jakarta, 1997, hlm. 75.

Alex Sobur memberikan 3 tahap proses persepsi, yaitu: seleksi, interpretasi dan reaksi²¹.

- a. Seleksi, adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Dalam fase ini rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Namun, persepsi juga bergantung pada kemampuan

²¹ Joseph A. Devito. *Komunikasi Antarmanusia*. Profesional books. Jakarta. 1997, hlm. 75.

seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

- c. Reaksi, yaitu tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi. Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai serta melakukan reaksi atas informasi tersebut. Menurut Desiderato persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan- hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan. Sedangkan menurut Leavitt persepsi (*Perception*) dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana seseorang melihat sesuatu: sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu²².

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang mempengaruhi suatu persepsi individu ataupun kelompok terhadap suatu objek lain :

- Faktor yang ada pada perilaku persepsi (*perceiver*) Yang meliputi sikap, kebutuhan atau motif, kepentingan atau minat, pengalaman dan pengharapan individu.
- Faktor yang pada objek atau target yang dipersepsikan meliputi hal-hal baru, gerakan bunyi, ukuran, latar belakang dan kedekatan

²² *Ibid.*, hlm. 13-14

- Faktor konteks situasi dimana persepsi dilakukan yang meliputi waktu, keadaan atau tempat dan keadaan sosial²³.

Adapun menurut Rhenald Kasali persepsi ditentukan oleh faktor- faktor sebagai berikut:

1. Latar belakang budaya

Persepsi itu terikat oleh budaya, bagaimana kita memaknai suatu pesan, objek atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang kita anut. Semakin besar perbedaan budaya antara dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap suatu realitas. Dalam konteks ini, sebenarnya budaya dianggap sebagai pola persepsi dan perilaku yang dianut oleh sekelompok orang.

Larry A Samovar dan Richard E Porter mengemukakan enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain, yakni *beliefs* (kepercayaan) dan *attitudes* (sikap), *worldview* (pandangan duniawi), *social organization* (organisasi sosial), *human nature* (tabiat manusia), *activity orientation* (orientasi kegiatan), *perception of self and others* (persepsi tentang diri dan orang lain)²⁴.

²³ Rivai dalam A. Fajar adly, skripsi, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Citra Diri Wali Kota, Kota Bandar Lampung Herman HN yang Tergambar Pada Akun Facebook dalam pencaloan Gubernur Provinsi Lampung*, hlm. 27.

²⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: Rosdakarya). 2007, hlm. 197.

2. Pengalaman masa lalu

Audience atau khalayak, umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu atas objek yang dibicarakan. Makin intensif hubungan antara objek tersebut dengan *audience*, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh *audience*. Selama *audience* menjalin hubungan dengan objek, ia akan melakukan penilaian. Pada produk- produk tertentu, biasanya pengalaman dan relasi itu tidak hanya dialami oleh satu orang saja, melainkan sekelompok orang sekaligus. Pengalaman masa lalu ini biasanya diperkuat oleh informasi lain, seperti berita dan kejadian yang melanda objek²⁵.

3. Nilai-nilai yang dianut

Nilai adalah komponen evaluatif dari kepercayaan yang dianut mencakup kegunaan, kebaikan, estetika dan kepuasan. Nilai bersifat normatif, memberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan dan lain sebagainya. Nilai bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya, oleh karena itu nilai bersifat stabil dan sulit berubah²⁶.

4. Berita-berita yang berkembang

Berita-berita yang berkembang adalah berita-berita seputar

²⁵Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti. 2007, hlm. 21.

²⁶Deddy Mulyana, *Loc.Cit.*, hlm. 198

produk baik melalui media massa maupun informasi dari orang lain yang dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Berita yang berkembang merupakan salah satu bentuk rangsangan yang menarik perhatian khalayak. Melalui berita yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi pada benak khalayak. Tidak jauh dengan pendapat Rhenald Kasali, Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw dalam buku mereka *Perilaku Konsumen*. Menyimpulkan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi orang. Faktor internal meliputi pengalaman, kebutuhan saat itu, nilai-nilai yang dianutnya, ekspektasi atau pengharapannya. Sedangkan faktor eksternal tampilan produk, sifat-sifat stimulus, situasi lingkungan²⁷.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Perilaku Memilih

Perilaku merupakan sifat alamiah manusia yang membedakannya atas manusia lain, dan menjadi ciri khas individu atas individu yang lain. Dalam konteks politik, perilaku dikategorikan sebagai interaksi antara pemerintah dan masyarakat, lembaga-lembaga pemerintah, dan diantara kelompok dan individu dalam masyarakat dalam rangka proses pembuatan, pelaksanaan, dan penegakkan keputusan politik pada dasarnya merupakan perilaku politik.

²⁷ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005, hlm. 68.

Sementara dalam konteks perpolitikan, perilaku yang dikategorikan sebagai interaksi yang terjadi antara individu yang satu dengan individu lainnya merupakan sebuah bentuk konsep yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara aktif maupun secara pasif. Konsep perilaku tersebut bisa berupa partisipasi politik. Lebih jauh lagi bahwasanya konsep perilaku turut serta berpartisipasi politik merupakan sebuah hubungan timbal balik yang dilakukan pemerintah dengan masyarakatnya. Perilaku tersebut bisa bersifat pribadi-pribadi atau kolektif, terorganisir atau spontan, mantap atau sporadis, secara damai atau dengan kekerasan, legal atau ilegal, efektif atau tidak efektif.

Memilih ialah suatu aktifitas yang merupakan proses menentukan sesuatu yang dianggap cocok dan sesuai dengan keinginan seseorang atau kelompok, baik yang bersifat eksklusif maupun yang inklusif. Memilih merupakan aktifitas menentukan keputusan secara langsung maupun tidak langsung. Perilaku memilih ialah keikutsertaan warga Negara dalam pemilihan umum merupakan serangkaian kegiatan membuat keputusan, yakni apakah memilih atau tidak memilih dalam pemilihan umum. Ramlan Surbakti menyatakan bahwa :

“Perilaku pemilih adalah aktivitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan kegiatan pengambilan keputusan untuk memilih atau tidak memilih (*to vote or not to vote*) didalam suatu pemilihan umum (pilkada secara langsung). Bila *woters*

memutuskan untuk memilih (*to Vote*) maka voters akan memilih atau mendukung calon atau kandidat tertentu²⁸”.

Perilaku pemilih dapat dianalisis dengan tiga pendekatan yaitu:²⁹

1. Pendekatan Sosiologis

Pendekatan ini cenderung menempatkan kegiatan memilih dalam kaitan dengan konteks sosial. Kongritnya, pilihan seseorang dalam pemilihan umum dipengaruhi latar belakang demografi dan sosial ekonomi seperti jenis kelamin, tempat tinggal (kota-desa), pekerjaan, pendidikan, kelas, pendapatan, dan agama. Pendekatan sosiologis secara logis terbagi atas model penjelasan mikrososiologis dan model penjelasan makrososiologis. Model penjelasan mikrososiologis, dikembangkan oleh ilmuwan politik dan dari Universitas Columbia, pendekatan ini juga dikenal dengan sebutan Mazhab Columbia. Sementara model penjelasan makrososial menelaah perilaku pemilu diseluruh tingkatan atau lapisan masyarakat secara keseluruhan, hal mana pada akhirnya melahirkan suatu penjelasan mengenai terbentuknya sistem partai di Eropa Barat.

Pendekatan sosiologis menjelaskan bahwa karakteristik sosial dan pengelompokan sosial mempunyai pengaruh yang berkaitan dalam menentukan perilaku pemilih. Seperti yang telah dijelaskan di atas yang dianggap mempunyai peranan dalam menentukan perilaku pemilih. Perilaku memilih seseorang. Misalnya, preferensi-preferensi politik keluarga, apakah preferensi politik ayah, atau preferensi politik ibu akan

²⁸ Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010). hlm, 170

²⁹ *Ibid.*, hlm.186

berpengaruh pada preferensi politik anak. Predisposisi sosial ekonomi bisa berupa agama yang dianut, tempat tinggal, kelas sosial, karakteristik demografis, dan sebagainya. Jadi, menurut pandangan-pandangan dalam pendekatan sosiologis ini, faktor eksternal sangat dominan dalam membentuk kondisi sosiologis yang membentuk perilaku politik dari luar melalui nilai-nilai yang ditanamkan dalam proses sosialisasi yang dialami individu seumur hidupnya.

2. Pendekatan Psikologis

Konsep psikologis sosial yang dipergunakan untuk menjelaskan perilaku untuk memilih pada pemilihan umum berupa identifikasi partai. Konsep ini merujuk kepada persepsi pemilih atau partai-partai politik yang ada atau adanya korelasi atau keterikatan emosional pemilih terhadap partai-partai politik tertentu.

Pendekatan psikologi dikembangkan oleh mazhab Michigan³⁰. The Survey Center di Ann Arbor yang memusatkan perhatiannya pada individu. Pendekatan psikologi pertama kali dikembangkan oleh Campbell, Gurin, dan Miller³¹. Pendekatan ini merupakan keritik terhadap pendekatan sosiologis. Pendekatan ini menekankan pada

Persepsi dan penilaian pribadi terhadap calon kandidat atau isu-isu yang dilontarkan oleh sang calon kepada individu yang mempunyai pengaruh jangka pendek. Keputusan pemilih atau perilaku pemilih pada pendekatan psikologi merupakan keputusan individu secara primer yang

³⁰ Efriza. *Political Explore*. (Bandung : CV. Alfabet. 2012). hlm.57

³¹ *Ibid*.

tidak terkait dengan keadaan sosial struktural melainkan lebih merupakan hasil pengaruh jangka pendek dan jangka panjang terhadap individu³².

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh ilmuan tersebut pada pemilih, baik sebelum maupun sesudah pemilu dilakukan. Gambaran bahwa keterkaitan perilaku pemilih dengan konteks kemasyarakatan dimana individu melihatnya dalam dua hal, yaitu pengaruh dan persepsi jangka pendek maksudnya yaitu penilaian pribadi seseorang terhadap calon/kandidat tergantung dari sejauh mana visi dan misi para calon. Apabila visi dan misi itu dalam penilaian dan persepsi pemilih dapat diterima, maka besar kemungkinan calon tersebut dipilih. Pengaruh dan persepsi jangka panjang, maksudnya yaitu melihat setatus keanggotaan seseorang dalam partai politik (identifikasi partai) dinilai turut mempengaruhi pilihan-pilihan dari pemilih. Menurut pendekatan Psikologi ada beberapa faktor yang mendorong pemilih menentukan pilihannya, yaitu: persepsi dan penilaian pribadi terhadap kandidat (orientasi kandidat), persepsi dan penilaian pribadi terhadap tema-tema yang diangkat (orientasi isu), dan identifikasi partai³³.

Pendekatan psikologi menjelaskan bahwa tingkah laku pemilih akan sangat dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal individu dalam bermasyarakat. Salah satu konsep psikologi yang digunakan untuk menjelaskan perilaku untuk memilih pada pemilihan umum adalah berupa identifikasi partai. Konsep ini merujuk pada

³² Dieter Roth, *Studi., Op., Cit.* Hlm 37

³³ Efriza, *Loc. Cit.*

persepsi pemilih atau partai-partai yang ada atau keterikatan emosional pemilih terhadap partai tertentu.

Berdasarkan pendekatan psikologis, seperti namanya, pendekatan ini menggunakan dan mengembangkan konsep psikologi terutama konsep sikap dan sosialisasi untuk menjelaskan pilihan karena pengaruh kekuatan psikologis yang berkembang dalam dirinya sebagai produk dari proses sosialisasi. Mereka menjelaskan bahwa sikap seseorang sebagai dalam mempengaruhi pemilih. Misalnya sistem kepercayaan, agama, dan pengalaman hidup seseorang. Pendekatan ini dipercaya bahwa tingkahlaku individu akan membentuk norma kepercayaan individu tersebut.

Pendekatan psikologis lebih menitikberatkan konsep sosialisasi dan sikap sebagai variabel utama dalam menjelaskan perilaku memilih, daripada pengelompokan sosial. Menurut pendekatan ini, para pemilih menentukan pilihannya terhadap seorang kandidat (Gubernur atau Parleman) karena pengaruh kekuatan psikologis yang berkembang dalam dirinya sebagai produk dari sosialisasi yang mereka terima. Pendekatan psikologis membedakan antara kekuatan, arah, dan intensitas orientasi, baik dalam orientasi isu maupun orientasi kandidat.

3. Pendekatan Rasional

Pendekatan rasional melihat kegiatan memilih sebagai produk kalkulasi untung-rugi, yang dipertimbangkan tidak hanya “ongkos” memilih dan kemungkinan suaranya dapat mempengaruhi hasil yang diharapkan, tetapi juga perbedaan dan alternatif berupa pilihan yang ada. Pertimbangan ini digunakan pemilih dan kandidat yang

hendak mencalonkan diri untuk terpilih sebagai wakil rakyat atau pejabat pemerintah. Bagi pemilih, pertimbangan untung dan rugi digunakan untuk membuat keputusan tentang partai atau kandidat yang dipilih, terutama untuk membuat keputusan apakah ikut memilih atau tidak ikut memilih³⁴.

Pemilih dalam menentukan pilihan politiknya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, kita harus memahami bagaimana konteks latar belakang historisnya. Sikap dan perilaku pemilih dalam menentukan pilihan politiknya banyak dipengaruhi oleh proses dan sejarah masa lalu. Ini dikarenakan budaya politik di Indonesia masih kental akan sejarah dan kebudayaan masa lampau. Kedua, kondisi geografis dan wilayah. Hal ini sangat berpengaruh kepada masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya dalam pemilu, secara tidak langsung perilaku pemilih banyak ditentukan oleh faktor wilayah.

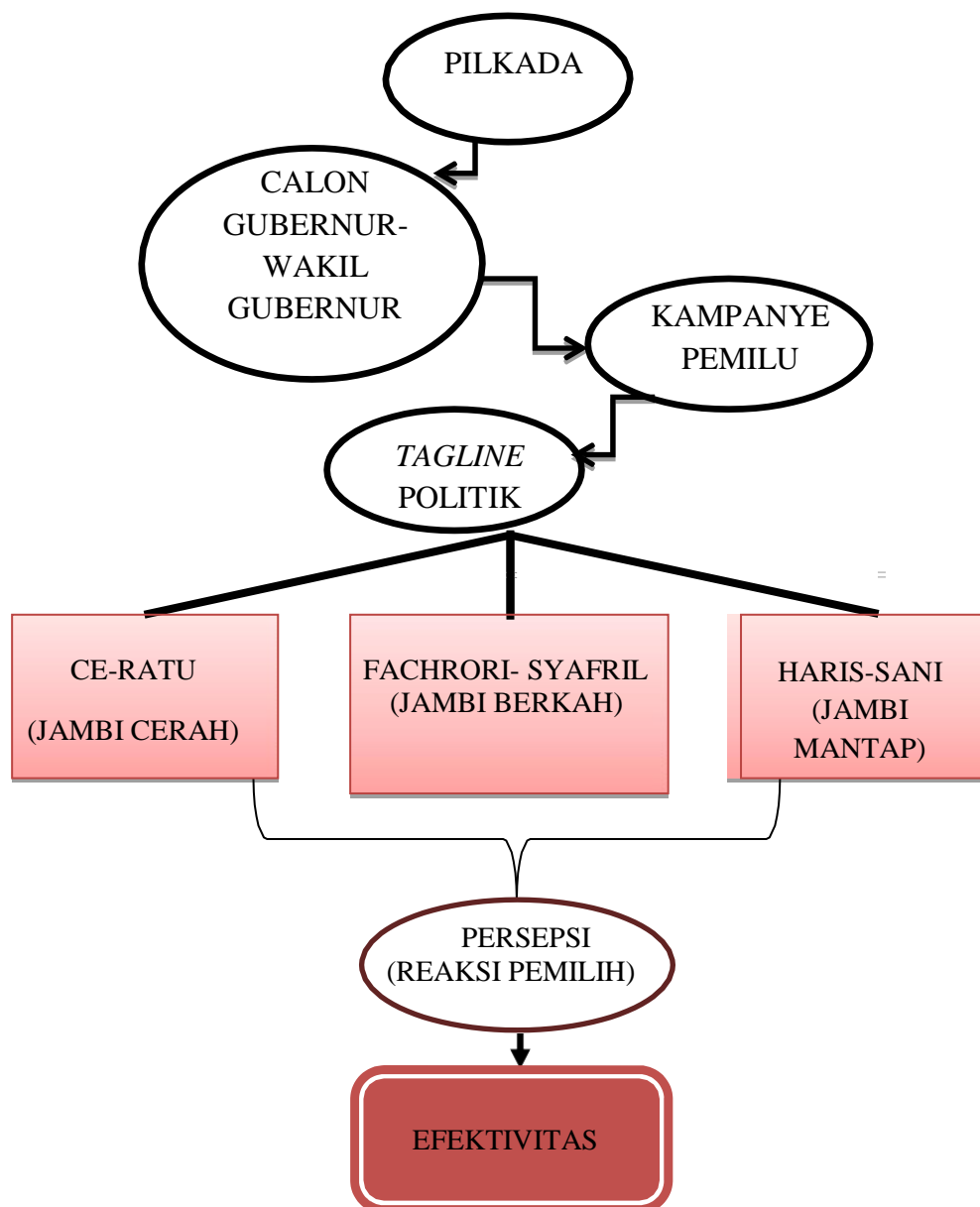
Oleh karena itu kondisi dan faktor geografis/wilayah menjadi pertimbangan penting dalam mempengaruhi perilaku politik seseorang. Misalnya saja dalam pengambilan keputusan, peraturan dan kebijakan sampai dalam pemilihan umum. Hal ini menuntut agar si calon pandai-pandai membuat strategi dalam kampanye agar pemilih cenderung memilih si kandidat tersebut. Ketiga adalah pilihan rasional dimana pemilih dalam menentukan pilihannya selalu berdasarkan pertimbangan untung ruginya.

³⁴ Ramlan Surbakti, *Loc. Cit.*

Bagi pemilih, pertimbangan untung dan rugi digunakan untuk membuat keputusan tentang partai atau kandidat yang dipilih, terutama untuk membuat keputusan apakah ikut memilih atau tidak memilih. Disini faktor kesadaran pemilih sangat berpengaruh. Pendekatan ini sering melihat berdasarkan asumsi sederhana, yaitu setiap orang selalu mengutamakan self-interest (kepentingan diri sendiri).

1.7 Kerangka Pikir

Kerangka pikir dibuat untuk mempermudah proses penelitian karena telah mencakup tujuan dan penelitian itu sendiri. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji fenomena dan efektivitas *tagline* politik Calon Gubernur dan Wakil Gubernur di Provinsi Jambi terhadap Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 Universitas Jambi.



Sesuai dengan kerangka pikir di atas bahwa skema penulisan ini berawal dari Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) yang kemudian banyak calon atau kandidat-kandidat khususnya calon kepala daerah tingkat I yang menyalonkan diri dan beradu pada kontestasi Pilgub dalam hal ini penulis meneliti Pilgub Jambi tahun 2020. Dengan semakin ketatnya kompetisi politik tersebut dapat dipastikan manajemen dalam kampanye juga akan menentukan keberhasilan dalam kontestasi politik, salah satunya dengan penggunaan *tagline* Politik sebagai kampanye kreatif yang saat ini sedang gemar digunakan oleh setiap calon ataupun kandidat.

Pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jambi juga tidak terlepas dengan penggunaan *tagline* politik. Seperti Ce-Ratu dengan *tagline* Jambi CERAH, Fachrori-Syafril dengan Jambi BERKAH, dan Haris-Sani dengan Jambi MANTAP. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana Persepsi masyarakat dalam hal ini penulis mengambil Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 Universitas Jambi. Hadirnya berbagai persepsi tersebut kemudian akan lebih dalam lagi penulis akan mengetahui seberapa jauh efektivitas penggunaan *tagline* politik dalam memengaruhi kemenangan calon.

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Metode Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut John W. Craswell metode kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji

hubungan antar variabel. Variabel ini, pada gilirannya, dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik³⁵. Pada penelitian ini peneliti melakukan analisis Persepsi Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan di Universitas Jambi Terhadap *tagline* politik pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur tahun 2020. Pendekatan kuantitatif ini berangkat dari data, dan memproses data mentah tersebut sehingga menjadi informasi yang bermanfaat.

Menggunakan pendekatan deskriptif, untuk mendeskripsikan dan memaparkan dengan jelas temuan fakta-fakta dan menganalisis persepsi mahasiswa tersebut terhadap *tagline* politik yang di tampilkan sehingga memengaruhi kemenangan bakal calon tersebut. Akan tetapi menurut Nawawi seringkali dalam penelitian sosial tidak cukup hanya mengumpulkan fakta-fakta sebagaimana adanya. Banyak fakta yang ternyata harus digabungkan satu dengan yang lain, dengan menghubungkan fakta-fakta tersebut secara objektif³⁶. Sehingga dalam pendekatan deskriptif ini menggunakan bentuk studi kasus (*case studies*). Sebab dalam penelitian ini hanya terpusat terhadap satu objek yaitu mahasiswa prodi Pendidikan Kewarganegaraan angkatan 2017 Universitas Jambi.

³⁵ John W. Craswell, *Reserch Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013, hlm, 33.

³⁶ Nawawi, Hadari. 2012 & 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Andi, hlm. 77.

1.8.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Jambi Jl. Lintas Sumatera-Muaro Bulian No. Km. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota, Kab. Muaro Jambi.

1.8.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi merupakan:

“Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”³⁷.

Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Pendidikan Kewarganegaraan Universitas Jambi. Populasi dalam penelitian ini memiliki batasan yaitu mahasiswa Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Jambi angkatan 2017 sebanyak 46 orang. Diharapkan dengan pemilihan populasi ini dapat diperoleh informasi dari khalayak yang tepat pilih.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan

³⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta 2015, hlm. 80.

oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono yang mengatakan bahwa: “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus³⁸.”

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil 46 orang mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Universitas Jambi angkatan 2017 dimana semua populasi akan menjadi sampel penelitian.

1.8.4 Sumber Data

Adapun yang dimaksud dengan sumber data adalah subjek dimana data diperoleh, apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan data maka sumber data disebut responden³⁹. Sumber data dalam penelitian ini meliputi :

1. Data Primer

Data ini merupakan data baru yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah secara khusus data primer dalam penelitian ini berupa data dalam bentuk jawabanya yang diperoleh

³⁸ *Ibid.*, hlm. 60-61.

³⁹ Singarimbun Masri & Effendi, Sofyan, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, 1995, hlm. 114.

dari kuesioner yang disebarakan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pengumpulan data primer atau pihak lain. Jadi data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung berhubungan dengan responden yang diselidiki dan merupakan pendukung bagi penelitian yang dilakukan. Yang berupa dokumen, buku-buku teori, jurnal ilmiah, surat kabar online, dan jurnal online.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah seperangkat pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden. Menurut Nasution angket adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos, melalui media internet untuk didistribusikan dan dikembalikan, atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti⁴⁰. Penyebaran kuesioner ini akan dilakukan melalui media internet bagi responden yang tidak memungkinkan untuk didatangi langsung. Dalam penulisan ini penulis menggunakan kuesioner tertutup yaitu berisi pertanyaan dengan sejumlah jawaban sebagai pilihan⁴¹. Sehingga responden dapat mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya.

⁴⁰ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012, hlm. 128.

⁴¹ *Ibid.*, hlm 129.

2. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data tambahan dari berbagai referensi berupa dokumen, buku-buku teori, jurnal ilmiah, surat kabar online, dan jurnal online.

1.8.6 Analisis Data

Pengelolaan data menggunakan alat analisis data dan akan mengikuti buku panduan yang ditulis oleh Priyatno 2014. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kesampel penelitian yang berjumlah 46 orang mahasiswa prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 Universitas Jambi. Adapun pengaruh independennya (X) adalah Persepsi Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan angkatan 2017 Universitas Jambi tersebut, sedangkan variabel dependennya adalah *Tagline* Politik (Y).

1. Teknik Pengelolaan Data

Teknik pengelolaan data menggunakan SPSS dalam penggunaan data penulis menggunakan kombinasi Ms. Exel sebagai tabulasi data secara keseluruhan dan SPSS untuk menegelola data dan mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Sehingga membawa kontribusi dalam melihat hasil akhir persepsi Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganeraan angkatan 2017 terhadap *tagline* politik dan rekomendasi terkait penelitian yang dilakukan.

2. Data Tunggal (Frekuensi)

Penyajian data yang berupa tabel atau distribusi frekuensi dengan analisis ini akan ditemukan kecenderungan hasil penelitian, apakah masuk dalam kategori rendah, sedang atau tinggi.

3. Data Persilangan (Cross Tabulasi)

Analisis tabulasi silang (Cross Tabs) adalah metode analisis yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan cukup kuat untuk menjelaskan hubungan antar variabel.