

Persepsi Mahasiswa Ilmu Politik Terhadap Tagline Politik Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pada Pilkada Provinsi Jambi

Desy Dwi Wulan A. Tampubolon¹, Febri Yanti Tri Nanda², Ninik Risdiani³, Nafa Pratiwi Purba⁴, Daud⁵

Universitas Jambi^{1,2,3,4}, *Institut Islam Al-Mujaddid Sabak*⁵

Email : ninikrisdiani1419@gmail.com^{1,2,3,4}, daudvanjava12@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi terhadap Tagline Politik Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi tahun 2020 dan Efektivitas tagline politik terhadap Persepsi Keterpilihan Mahasiswa Ilmu Politik 2021 dan 2022 dalam Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi tahun 2020. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner. populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu politik angkatan 2021 dan 2022 universitas jambi. Sampel dalam penelitian ini adalah 30 mahasiswa dengan menggunakan metode slova. Hasil dari penelitian ini mahasiswa ilmu politik unversitas jambi merespon baik dengan adanya tagline politik para calon, karena tagline politik menjadi salah satu alat kampanye yang dibutuhkan.

Kata Kunci: *Ilmu Politik, Persepsi Mahasiswa, Pilkada*

PENDAHULUAN

Pada era orde baru sebelum bergulirnya reformasi dalam UndangUndang Dasar 1945 pasal 1 ayat 2 sebelum diamandemen menyatakan bahwa “Kedaulatan adalah ditangan rakyat, dan dilakukan sepenuhnya oleh majelis Permusyawaratan Rakyat” (Nazriyah, 2017). 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 (Latif & Chariansyah, 2023)

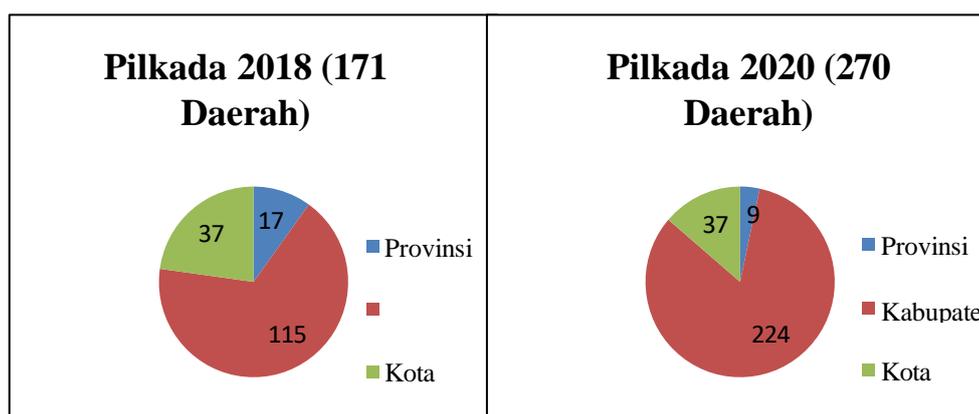
Ketika era Orde Baru demokrasi dibatasi baik dari segala bentuk dan diawasi oleh pemerintah (Eddyono, 2021). Selama lebih dari tiga puluh tahun, bangsa Indonesia dikenal sebagaisalah satu negara yang menganut sistem politik otoriter. Kekuasaan Orba menjadi kekuasaan otoriter yang hanya sekedar memakai nama demokrasi. Penafsiran pasal-pasal Undang-Undang Dasar 1945 tidak dilaksanakan sesuai dengan isi yang tertuang dalam Undang-Undang Dasar tersebut melainkan dimanupulasi demi kepentingan penguasa (Dapu, 2014). 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 UndangUndang Dasar. Pada saat itu era orde baru berubah menjadi era reformasi, dimana artinya kekuasaan atau kedaulatan berada ditangan rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat (Ayuningtyas & Wahyuningtyas, 2023).

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 demokrasi.

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 Daerah (Mulya, 2021). Dengan adanya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah, maka Pemerintah Pusat memberikan kewenangan di 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 Indonesia (Simandjuntak, 2015).

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 (Arifullah, 2015). 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.

Gambar 1
Perbandingan Jumlah Daerah pada Pilkada Serentak tahun 2018 dan 2020



Pemilihan kepala daerah (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 gaged masyarakatnya masing-masing. Seperti contohnya sebagai berikut:

Gambar 2
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 (Widia, 2023). 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 (Firmanzah, 2010).

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 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 (Wandi, 2019). Kampanye adalah kegiatan menawarkan visi, misi, dan program pasangan calon dan informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan pemilih untuk memilih calon pasangan tertentu (Wanto, 2019). 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 persepsi publik terhadap perilaku legislatif, tingkah laku dalam dunia politik, hingga budaya individualisme dalam masyarakat .

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 mengetahui sekilas informasi dan visi misi caleg.

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 JokowiMa'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 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. 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 massa (Dhaneswara, 2019).

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 Ilmu Politik Angkatan 2021 dan 2022 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.

Pentingnya peran dan fungsi mahasiswa dalam kehidupan berbangsa dan bernegara menjadikan mahasiswa kelompok yang penting untuk terus diikuti perkembangannya. Khususnya mahasiswa dalam bidang ilmu politik universitas jambi angkatan 2021 dan 2022. Sehingga mahasiswa Ilmu Politik angkatan 2021 dan angkatan 2022 diharapkan dapat menjadi sasaran yang tepat dan mempermudah peneliti dalam proses penelitian selanjutnya.

Adapun tulisan dalam peneliti ini hanya akan masuk pada persepsi mahasiswa Ilmu Politik angkatan 2021 dan 2022 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

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

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

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut John W. Craswell metode kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variable (Creswell, 2002). Variabel ini, pada gilirannya, dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik. Pada penelitian ini peneliti melakukan Persepsi Mahasiswa Ilmu Politik 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.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Univeristas Jambi Jl. Lintas Sumatera-Muaro Bulian No. Km. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota, Kab. Muaro Jambi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Politik Universitas Jambi. Populasi dalam penelitian ini memiliki batasan yaitu mahasiswa Prodi Ilmu Politik Universitas Jambi angkatan 2021 dan 2022 sebanyak 30 orang. Diharapkan dengan pemilihan populasi ini dapat diperoleh informasi dari khalayak yang tepat pilih

$$\frac{N}{n} = 1 + n$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak- telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapatditolerir atau diinginkan misalnya 10%.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik probabilitas dengan cara random sampling (sampel acak sederhana) yaitu metode pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

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 responden. 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 dari kuesioner yang disebarkan kepada responden.
2. 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.

Teknik Pengumpulan Data

1. 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 peneliti. 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.
2. Studi Kepustakaan Teknik pengumpulan data dengan studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data tambahan dari berbagai refrensi berupa dokumen, buku-buku teori, jurnal ilmiah, surat kabar online, dan jurnal online.

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).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jurusan Ilmu politik adalah bidang studi mempelajari fenomena sosial politik yang terjadi. Di jurusan ini mahasiswa mempelajari tentang berbagai teori terkait politik termasuk perkembangannya (Timbowo, 2016). Dalam penelitian ini mahasiswa ilmu politik menjadi

objek untuk memenuhi mini riset tentang persepsi mahasiswa ilmu politik dalam tagline politik terhadap pasangan calon gubernur dan wakil gubernur provinsi jambi tahun 2020.

Pada mahasiswa ilmu politik terdapat 30 narasumber untuk penelitian atau mini reset yang kami lakukan untuk mengambil persepsi mahasiswa ilmu politik terhadap tagline politik yang dilakukan oleh para calon pasangan gubernur provinsi jambi tahun 2020. Dimana khusus dalam pemilu atau berkampanye tagline politik ini sangat dibutuhkan oleh calon pasangan tersebut. Disini kami melakukan mini reset dengan menyebarkan kuisisioner dalam waktu 2 hari dari pukul 09.00 WIB untuk memenuhi data fakta dari mahasiswa ilmu politik.

Berkenaan dengan pemilu tahun 2020, dimana masyarakat provinsi jambi memiliki hak suaranya untuk memilih pemimpin yang pantas untuk provinsinya. Terdapat 3 calon pasangan gubernur dan wakil gubernur provinsi jambi yang dimana mereka sudah memiliki tagline politik atau yang kita ketahui adalah “ jargon “ disetiap calon diantaranya : (1) Jambi Cerah, (2) Jambi Berkah, (3) Jambi Mantap. Untuk kita akan melihat persepsi mahasiswa ilmu politik terhadap tiga tagline diatas yang berguna untuk menarik perhatian masyarakat.

Pada mahasiswa ilmu politik tentu saja tidak asing dengan bahasa “ tagline” atau “ jargon “ politik, yang dimana dari 13 narasumber yang mengetahui apa itu tagline ? hanya 89,7 % mengetahui bahasa tersebut. Maka dari itu dalam PILKADA serentak calonpasangan gubernur provinsi jambi sangat membutuhkan “Tagline “ untuk masyarakat mengetahui siapa mereka dan apa tujuan dari tagline tersebut. Bukan hanya untuk dikenal, ternyata Efektivitas Tagline politik terhadap persepsi keterpilihan mahasiswa ilmu politik penting dalam PILKADA serentak calon pasangan Gubernur dan wakil gubernur provinsi Jambi tahun 2020, dengan hasil survey dari 30 narasumber 51,8 % menanggapi bahwasannya efektivitas itu penting.

Selain efektivitas ternyata Tagline Politik berpengaruh dalam persaingan konstantan untuk setiap calon, karena ini adalah salah satu strategi yang dapat memberikan pandangan untuk masyarakat dalam pemilu secara singkat mengkampanyekan salah satu calon politik termasuk pada pencalonan gubernur dan wakil gubernur provinsi jambi. efektivitas juga merupakan suatu branding untuk para calon tersebut. Dengan ini, Tagline Politik para calon gubernur dan wakil gubernur provinsi jambi tahun 2020, mahasiswa ilmu politik ber persepsi bahwasannya jargon yang diambil oleh para calon tampak menarik dikalangan masyarakat jambi. Untuk itu dimana Tagline politik yang ditawarkan pasti telah memenuhi unsur persoalan yang terjadi pada kondisi pasar politik, sehingga dalam menciptakan slogan politik dapat membangkitkan emosi dan perasaan guna menarik perhatian khalayak untuk dipilih.

KESIMPULAN

Mengenai tagline politik di lingkungan mahasiswa dapat bervariasi tergantung pada konteks dan tujuan tagline tersebut. Tagline politik di kalangan mahasiswa seringkali mencerminkan aspirasi, nilai, atau tuntutan tertentu yang dianggap penting oleh kelompok mahasiswa tersebut. Dalam keseluruhan, tagline politik di lingkungan mahasiswa dapat menjadi sarana ekspresi dan mobilisasi untuk mendorong perubahan atau menyuarakan pandangan politik mereka. Terkait tagline politik di lingkungan mahasiswa pada Pilkada menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan tagline sebagai sarana untuk mengartikulasikan aspirasi politik mereka. Tagline tersebut dapat mencerminkan keinginan mahasiswa untuk partisipasi aktif dalam proses demokrasi, menekankan pada nilai-nilai seperti transparansi, keadilan, dan pelayanan publik yang baik. Keseluruhannya, tagline politik di kalangan mahasiswa pada Pilkada mencerminkan semangat kontribusi mahasiswa terhadap tata kelola pemerintahan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, F., & Wahyuningtyas, A. (2023). Implementasi Prinsip Demokrasi dalam Pelaksanaan Pemilihan Umum. *Ammesti: Jurnal Hukum*, 5(1), 138-150.
- Creswell, J. W. (2002). Desain penelitian. *Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*, Jakarta: KIK, 2, 121-80.
- Dapu, F. M. (2014). Sistem Ketatanegaraan Indonesia Sebelum Dan Sesudah Amandemen UUD 1945. *Lex Administratum*, 2(3).
- Dhaneswara, V. A. (2019). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung).
- Firmanzah, P. D. (2010). *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning, Ideologi Politik dan Era Demokrasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Latif, A., & Chariansyah, H. (2023). Pengaturan Pelaksanaan Wewenang Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) dalam Perspektif Pembentukan Undang-Undang. *UNES Law Review*, 6(1), 2444-2455.
- Mulya, M. (2021). *Analisis Persepsi Mahasiswa Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Terhadap Tagline Politik Pasangan Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Pilkada Serentak Provinsi Jambi* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI).
- Nazriyah, R. (2017). Penguatan Peran Majelis Permusyawaratan Rakyat Dalam Struktur Ketatanegaraan Indonesia. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 47(1), 39.
- Simandjuntak, R. (2015). Sistem Desentralisasi Dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia Perspektif Yuridis Konstitusional. *De Jure: Jurnal Hukum dan Syar'iah*, 7(1), 57-67.
- Timbowo, D. (2016). Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi). *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2).
- Wandi, W. (2019). Penggunaan Tagline Akar-Super Dan Lhd-Azas Oleh Para Kandidat Pada Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Soppeng Tahun 2015. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 89-95.
- Wanto, H. (2019). *Analisis Fiqh Siyasah Tentang Etika Kampanye Politik Pada Pilkada Serentak Tahun 2017 di Lampung Barat (Studi Pada KPUD Kabupaten Lampung Barat)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- WIDIA, N. L. (2023). *Strategi Pemenangan Lanosin-Yudha Dalam Politik Keluarga Pada Pilkada Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2020* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).