

Persepsi Mahasiswa FISIP USU Terhadap Gaya Kampanye Politik Prabowo – Gibran 2024

USU Political and Social Sciences Students' Perceptions of The 2024 Prabowo-Gibran Campaign Style

Rahel Farhanah Azzahra, Akhyar Anshori

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,
Indonesia

Email: rahelfarhanaazzahra@gmail.com

ABSTRACT

Political campaign style is one of the strategies and plans in building the image and branding of candidate pairs. Prabowo-Gibran's campaign style has received quite a bit of attention from students. Where, students are one group of people who have the potential to become voters and are quite active in following political developments. The aim of this research is to find out and explain USU Political and Social Sciences students' perceptions of the 2024 Prabowo-Gibran campaign style. This research uses quantitative research methods with descriptive analysis using validity, reliability, simple regression tests and hypothesis testing techniques. The results of the research show that there is no influence on students' perceptions of the Prabowo - Gibran 2024 political campaign style. Significance value from the table coefficients obtained a significance value of $0.504 > 0.05$ and $t_{count} 0,672 < t_{table} 1,98932$, so it can be concluded that variable X has no effect on variable Y, thus H_0 accepted and H_1 rejected. So student perceptions have no influence on the Prabowo – Gibran 2024 campaign style.

Keywords: Perception, Campaign Style, Political Campaigns, Prabowo-Gibran

ABSTRAK

Gaya kampanye politik merupakan salah satu strategi dan perencanaan dalam membangun citra dan branding pasangan calon. Gaya kampanye Prabowo-Gibran ini cukup mendapat perhatian dari kalangan mahasiswa. Dimana, mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang potensial sebagai seorang pemilih serta cukup aktif dalam mengikuti perkembangan politik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui serta menjelaskan persepsi mahasiswa FISIP USU terhadap gaya kampanye Prabowo-Gibran 2024. Dalam Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif menggunakan teknik uji validitas, rabilitas, uji regresi sederhana, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh persepsi mahasiswa terhadap gaya kampanye politik Prabowo – Gibran 2024. Nilai signifikansi dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,504 > 0,05$ dan thitung $0,672 < t_{tabel} 1,98932$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap Variabel Y, dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka Persepsi Mahasiswa tidak memiliki pengaruh terhadap gaya kampanye Prabowo – Gibran 2024.

Kata Kunci: Persepsi, Gaya Kampanye, Kampanye Politik, Prabowo-Gibran

Pendahuluan

Saat ini, Indonesia sedang berada ditahun politik. Awal tahun 2024 akan disambut dengan pesta demokrasi besar-besaran, untuk kedua kalinya pemilihan umum diadakan serentak. Kampanye politik merupakan suatu hal yang sedang marak dilakukan saat ini. Semua kandidat calon sedang gencar-gencarnya melakukan kampanye dengan gaya kampanye yang berbeda-beda untuk mempengaruhi persepsi masyarakat Indonesia. Kampanye politik merupakan suatu hal yang sangat penting, kampanye politik dapat mempengaruhi pengambilan keputusan individu maupun kelompok tertentu. Kampanye politik perlu dilakukan untuk memperkenalkan kandidat kepada masyarakat. Tujuan utama dilakukannya kampanye politik ialah untuk menarik minat Masyarakat kepada kandidat dengan tujuan untuk memenangkan pemilu.

Strategi dan perencanaan kampanye sangat penting diperhatikan karena akan menentukan kemenangan calon dalam proses pemilihan umum. Gaya kampanye yang ditampilkan oleh seorang kandidat akan menciptakan opini publik. Opini publik merupakan salah satu efek dari komunikasi politik, setiap kandidat berusaha melakukan penyampaian visi-misi sebagai pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik mengenai citra politik dari pasangan calon. Salah satu cara untuk membangun opini publik atau persepsi ialah dengan cara berkampanye (Lubis, 2018).

Opini publik atau pendapat umum adalah gabungan pendapat beberapa individu mengenai isu yang dapat mempengaruhi orang lain, serta memungkinkan seseorang dapat mempengaruhi pendapat-pendapat tersebut (Cangara, 2023). Ini berarti pendapat umum hanya bisa terbentuk kalau menjadi bahan pembicaraan umum, atau jika banyak orang penting (elite) mengemukakan pendapat mereka tentang suatu isi sehingga bisa menimbulkan pro atau kontra di kalangan anggota masyarakat. Strategi kampanye dilakukan dengan berbagai cara, melalui pengumpulan masa (*face to face*), dapat pula dilakukan melalui media seperti media massa, media cetak, dan media elektronik. Sebagaimana yang disampaikan Anshori bahwa, media memiliki hubungan yang kuat dalam menentukan sikap, opini, dan pengetahuan pemilih. Media massa dianggap mampu melakukan proses pencitraan kepada pasangan calon yang akan berkompetisi dalam pemilihan umum (Abrar Adhani et al., 2017).

Gaya kampanye dan strategi kampanye dilakukan menggunakan berbagai platform, seperti sosial media Instagram dan twitter serta gimick-gimick yang ditampilkan dan juga branding yang mengikuti sesuai dengan trend dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk memilih pasangan calon. Pasangan calon Prabowo-Gibran menggunakan gaya kampanye santai dan milenial. Prabowo, yang dikenal sebagai sosok yang tegas dan berwibawa, tampil dengan gaya yang lebih santai dan humoris. Sementara itu, Gibran, yang dikenal sebagai sosok yang muda dan energik, tampil dengan gaya yang lebih modern dan milenial.

Mahasiswa bisa dikatakan sebagai pemilih dengan antusiasme yang tinggi, mahasiswa yang mempunyai nilai kebudayaan yang santai, bebas, dan cenderung pada hal-hal yang informal dan mencari kesenangan, oleh karena itu semua hal yang kurang menyenangkan akan dihindari. Berdasarkan data KPU, pemilu 2024 ini didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z oleh karena itu, penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai objek penelitian (Muhamad, 2023). Selain itu, dalam hasil survei yang dilakuka LSI pada penghujung tahun 2023, menyebutkan bahwa Prabowo Subianto – Gibran 45.6% unggul atas Ganjar Pranowo – Mahfud 23.8% dan Anies-Muhaimin Iskandar 22.3%, sekitar 8.3% belum menunjukkan pilihannya (LSI, 2023).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif. metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Terdapatnya pengaruh persepsi mahasiswa FISIP USU terhadap gaya kampanye Prabowo-Gibran 2024

H0 : Tidak terdapatnya pengaruh persepsi mahasiswa FISIP USU terhadap gaya kampanye Prabowo-Gibran 2024.

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa FISIP USU department ilmu politik Angkatan 2021 yang berjumlah 107 orang. Melalui rumus Slovin dengan presisi 5% dan Tingkat kepercayaan sebesar 95% didapatkan jumlah sampel penelitian sebanyak 84 orang yang ditentukan dengan metode *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui survey dengan alat bantu kuisioner yang disebarakan kepada responden terpilih. Survei adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini (Sugiyono, 2016). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel X yaitu persepsi mahasiswa FISIP USU yang meliputi pengetahuan politik, kepercayaan, kesukaan terhadap pasangan calon, serta sikap maupun dukungan terhadap pasangan calon; Variabel Y yaitu gaya kampanye Prabowo-Gibran 2024 yang terdiri dari karakteristik kandidat yang memiliki item popularitas, kredibilitas, prefensi politik serta karakteristik kampanye yaitu isi kampanye, media kampanye, dan strategi kampanye.

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Variabel X Persepsi Mahasiswa FISIP USU	a. Pengetahuan b. Kepercayaan c. Kesukaan d. Sikap / Dukungan
Variable Y Gaya Kampanye Prabowo – Gibran 2024	a. Karakteristik Kandidat (Prabowo-Gibran) <ul style="list-style-type: none">• Popularitas• Kredibilitas• Prefensi Politik b. Karakteristik Kampanye <ul style="list-style-type: none">• Isi Kampanye• Media Kampanye• Strategi Kampanye

Sumber: Hasil Penelitian Tahun 2024

Penelitian ini menerapkan skala pengukuran terhadap setiap variabel yang akan diteliti dengan menggunakan skala Likert. Pemberian bobot skornya adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Skala Likert

No	Kategori
1.	Sangat Setuju
2.	Setuju
3.	Kurang Setuju
4.	Tidak Setuju
5.	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sugiyono (2016)

Analisis data dilakukan secara deskriptif. Uji korelasi dilakukan menggunakan uji Pearson Product Moment dan regresi linier sederhana dengan menggunakan *software* SPSS 25.0. Teknik validitas data dilakukan data dilakukan dengan uji validitas data dilakukan dengan uji validitas *construct* dengan melihat korelasi *product moment* melebihi 0,220 atau $> r_{\text{tabel}}$. Dalam hal ini, n =jumlah sampel, yaitu sebanyak 84 orang dan dinyatakan valid pada variabel X, dan 4 item tidak valid pada variabel Y (Siregar, 2017). Sementara itu uji reabilitas dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach*, yang menyatakan bahwa instrument penelitian dinyatakan reliabel apabila koefisien $> 0,6$.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Demografi Responden

Responden penelitian ini adalah adalah mahasiswa Ilmu Politik FISIP USU angkatan 2021, yang akan dianalisis demografinya adalah jenis kelamin dan usia. berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 57,14%, sedangkan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 42,86%. Berdasarkan pada usia yang merupakan usia generasi Z yang berusia 20-24 tahun dengan persentase usia 20 tahun sebanyak 40,48% dan usia 21 tahun sebanyak 48,81% sementara sisanya ialah usia 22 tahun 7,14%, 23 tahun 2,38%, dan 24 tahun 1,19%.

Analisis Variabel Persepsi Mahasiswa

Variabel persepsi mahasiswa menunjukkan bahwa sebanyak 84 responden sebesar 75,0% mengetahui tentang pemilihan umum 2024 dan sebesar 52,4% mengikuti perkembangan pemilihan umum 2024. Sementara sebanyak 57,1% mengetahui tentang Prabowo – Gibran 2024

dan percaya atas visi - misi yang disampaikan Prabowo–Gibran. Gagasan yang disampaikan Prabowo-Gibran merupakan Solusi atas permasalahan yang ada memiliki nilai yang positif sebesar 58,3%. Responden yang juga memilih setuju atas pernyataan suka terhadap model kampanye Pasangan Prabowo–Gibran yang dilakukan melalui Gerakan Joget Gemoy. Sedangkan pernyataan Gerakan Joget Gemoy membuat suka terhadap pasangan Prabowo-Gibran sebanyak 61,9% memilih sangat setuju terhadap pernyataan tersebut, dan sebesar 56,0% memilih setuju terhadap pernyataan bahwa responden memilih pasangan Prabowo–Gibran pada pemilihan umum 2024.

Analisis Variabel Gaya Kampanye Politik Prabowo – Gibran 2024

Variabel Gaya Kampanye Politik Prabowo–Gibran 2024 sebanyak 84 responden yang merupakan mahasiswa Ilmu Politik Angkatan 2021 FISIP USU. Sebesar 72,6% responden sangat setuju dengan pernyataan bahawa pasangan Prabowo-Gibran lebih dikenal ketimbang pasangan lainnya. 59,5% responden setuju dengan pernyataan bahwa Prabowo-Gibran lebih menarik bagi generasi Z ketimbang pasangan lainnya. Sebanyak 64,3% memilih sangat setuju pasangan Prabowo-Gibran mampu menyelesaikan persoalan yang terjadi saat ini dan masa yang akan datang. Sebanyak 57,1% responden setuju dengan pernyataan Prabowo-Gibran adalah pasangan yang dapat dipercaya. Pengalaman Prabowo-Gibran akan mampu membawa Indonesia menjadi negara maju dengan persentase 52,4% responden memilih sangat setuju. Isi kampanye Prabowo - Gibran banyak disukai kaum muda menunjukkan 54,8% responden memilih setuju. Isi kampanye Prabowo - Gibran Sangat membantu saya dalam menentukan pilihan sebanyak 52,4% responden setuju. Sebanyak 60,7% responden memilih setuju dengan isi Kampanye Prabowo-Gibran adalah solusi terhadap persoalan yang ada saat ini dan masa depan. Sebanyak 54,8% responden lebih melihat *gimmick* yang dibuat dari pada visi – misi kampanye. 42,9% responden tidak tertarik dengan visi – misi pasangan calon. 53,6% responden tertarik terhadap media kampanye yang dipergunakan pasangan Prabowo-Gibran. 54,8% responden penggunaan media kampanye yang dilakukan oleh pasangan Prabowo-Gibran sangat membantu dalam menentukan pilihan. 56,0% responden sangat tertarik dengan gaya kampanye yang milenial seperti “joget gemoy”, dan

63,1% responden joget gemoy menunjukkan identitas bahwa pasangan Prabowo-Gibran merupakan cerminan dari generasi Z.

Analisis Validitas dan reabilitas Variabel Persepsi Mahasiswa FISIP USU dan Gaya Kampanye Politik Prabowo – Gibran 2024

Berdasarkan uji validitas pada variabel X menunjukkan semua item pernyataan valid. Sedangkan uji validitas pada variabel Y menunjukkan 4 Item tidak valid yaitu item Y2, Y4, Y7, dan Y8. Dari uji reabilitas variabel X, menunjukkan bahwa nilai koefisien reabilitas (Cronbach's Alpha) sebesar $0,730 > 0,6$ maka kesimpulannya ialah instrument penelitian yang diuji pada variabel persepsi mahasiswa FISIP USU (X) adalah reliabel atau dapat dipercaya. Sedangkan uji reabilitas variabel Y menunjukkan bahwa nilai koefisien reabilitas (*Cronbach's Alpha*) sebesar $0,547 < 0,6$ maka dilakukan pengujian ulang dengan cara melakukan drop terhadap pernyataan yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* tertinggi yaitu pada item Y6 dengan *Cronbach's Alpha if Item Deleted* sebesar 0,604 maka didapatkan hasil sebagai berikut kesimpulannya ialah instrument penelitian yang diuji pada variabel gaya kampanye politik Prabowo – Gibran 2024 (Y) Setelah melakukan drop *Cronbach's Alpha if Item Deleted* hasilnya ialah $0,604 > 0,6$ maka data variabel Y reliabel atau dapat dipercaya.

Hubungan Persepsi Mahasiswa FISIP USU Terhadap Gaya Kampanye Politik Prabowo – Gibran 2024

Hasil pengujian terlihat bahwa variabel bebas memiliki data yang valid dan variabel terikat memiliki 4 data yang tidak valid maka dari itu, dilakukan pengujian reabilitas dengan melakukan drop data yang tidak valid dan melakukan drop data pada *cronbach's alpha if Item deleted* tertinggi yaitu item pernyataan (Y6) maka didapatlah hasil yang reliabel atau dapat dipercaya pada kedua Variabel tersebut. Oleh karena itu pada variabel X dan Variabel Y terdapat pengaruh. Hasil pengujian terlihat bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	41.460	4.395		9.433	<,001
Persepsi	.081	.121	.074	.672	.504

a. Dependent Variable: Gaya Kampanye

Sumber: Hasil Penelitian Tahun 2024

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,504 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi mahasiswa (X) tidak berpengaruh terhadap variabel Y dan nilai thitung $0,672 < t_{tabel} 1,98932$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y, dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka persepsi mahasiswa tidak memiliki pengaruh terhadap gaya kampanye Prabowo–Gibran 2024.

Penutup

Hasil penelitian dan pembahasan tentang persepsi mahasiswa FISIP USU terhadap gaya kampanye politik Prabowo-Gibran 2024, menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,504 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi mahasiswa (X) tidak berpengaruh terhadap variabel Y dan nilai $t_{hitung} 0,672 < t_{tabel} 1,98932$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap Variabel Y, dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka persepsi mahasiswa tidak memiliki pengaruh terhadap gaya kampanye Prabowo – Gibran 2024. Berdasarkan hasil penelitian data yang didapatkan memiliki tingkat validitas yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya penulis memberikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait. Adapun saran yang dapat disampaikan ialah; mahasiswa terutama generasi z agar lebih bijak dalam menentukan pilihan, untuk pembaca agar lebih bijak dalam melihat ataupun mencari tahu identitas calon pasangan dan gaya kampanye yang dilakukan pasangan calon, dan kepada

peneliti lain agar mengembangkan penelitian ini untuk memperkaya ilmu pengetahuan terutama tentang komunikasi politik dan kampanye politik.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada peneliti untuk dapat melakukan kajian terkait persepsi mahasiswa FISIP USU terhadap gaya kampanye Prabowo – Gibran 2024. Tak lupa, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung proses penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini serta pihak Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi dalam bidang komunikasi politik.

Daftar Pustaka

- Abrar Adhani, Achmad Nashrudin P, A. P. P. W. T., & Adhianty. (2017). *Komunikasi Berkemajuan dalam Dinamika Media dan Budaya*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Anshori, A. (2018). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018. *Interaksi*, 2(2), 132–144. <https://doi.org/10.30596/ji.v2i2.2091>
- Cangara, H. (2023). *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Indonesia, L. S. (2023). Debat capres, netralitas pemilu, dan elektabilitas. 3–5.
- Lubis, F. H. (2018). Opini Mahasiswa Kota Medan Terhadap Iklan Politik Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018. *Jurnal Interaksi*, 2(2), 145–156.
- Muhamad, N. (2023). KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial. *databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta, Prenada Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D (cetakan ke)*. Bandung, Alfabeta.