

**Persepsi Pemilih Pemula terhadap *Jingle* “PAN PAN PAN” dalam
Membangun Citra Politik Partai Amanat Nasional pada Pemilu 2024
(Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Unissula)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana
Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

Nadella Meilani

32802000082

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah :

Nama : Nadella Meilani

NIM : 32802000082

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

Persepsi Pemilih Pemula terhadap *Jingle* “PAN PAN PAN” dalam Membangun Citra Politik Partai Amanat Nasional pada Pemilu 2024

(Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Unissula)

Adalah benar benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari tugas akhir karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akedemis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan bila diperlukan.

Semarang, 25 Agustus 2024

Pembuat Pernyataan



Nadella Meilani

NIM. 32802000082

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Persepsi Pemilih Pemula terhadap Jingle “PAN PAN PAN” dalam
Membangun Citra Politik Partai Amanat Nasional pada Pemilu
2024 (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Unissula)

Nama Penyusun : Nadella Meilani

NIM : 32802000082

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi (FBIK)

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata 1.

Semarang, 25 Agustus 2024

Dekan Fakultas Bahasa dan Komunikasi



Trimannah , S.Sos., M.Si




NIK. 211109008

Dosen Pembimbing



Trimannah . S.Sos., M.Si

Dosen Penguji

1. () **Ibu Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom**
NIK. 211109006
2. () **Ibu Trimannah, S.Sos., M.Si**
NIK. 211109008
3. () **Ibu Hj. Iky Putri Aristhya, S.I.Kom., M.I.Kom**
NIK. 211121020

MOTTO

“For indeed, with hardship (will be) ease”

- Al-Insyirah 94:5-

“It is not allowable for the sun to reach the moon, nor does the night overtake the day,
but each, in an orbit, is swimming”

-Yasin 36:40-

“I don't blame it anyone or any environment. I think it was just in me, but now I'm
just accepting how imperfect life and how imperfect I am. Tryna just find things that
can help me become as close as to that perfection as I think of”

-Mark Lee-

“Tidak perlu takut untuk melepaskan sesuatu yang tidak membuatmu Bahagia”

-Malioboro Hartigan-

“There were pages turned with bridges burned everything you lose is a step you take”

-Yoyok : Taylor Swift-

“Hold on and hope that we'll find our way back in the end”

-About you : The 1945-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji Syukur kami haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis kelimpahan rahmat serta kasih sayang-Nya dalam proses penyusunan skripsi penulis. Tidak lupa shalawat serta salam kita panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada cinta kasih saya bapak dan ibu yang telah mengusahakan segalanya untuk kuliah saya. Doa dan nasehat yang diberikan untuk anak terakhirnya ini agar menjadi manusia yang baik dan dapat menghadapi dunia yang riuh. Saya selalu mendoakan bapak dan ibu selalu diberi kesehatan dan kebahagiaan serta umur yang panjang untuk melihat anak manjanya sukses seperti apa yang mereka harapkan.

Terimakasih saya sampaikan kepada ketiga kakak saya tercinta yang telah memberikan dukungan untuk adik kecilnya ini dari segi mental dan materi. Teruntuk para ponakan kesayangan saya yang lucu terimakasih saya ucapkan telah selalu menjadi obat lelah saya. Teruntuk para sahabat saya terimakasih atas kehadirannya yang selalu ada dimasa senang dan sulit saya dalam proses skripsi ini.

Tidak lupa untuk diri saya sendiri, terimakasih telah berada dititik ini. Atas semua hal berat dan sulit yang telah dialami dalam masa skripsi ini. Terimakasih telah mampu berusaha dan berjuang keras sejauh ini. Hal ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan Penelitian dengan Judul Persepsi Pemilih Pemula terhadap Jingle “PAN PAN PAN” dalam Membangun Citra Politik Partai Amanat Nasional pada Pemilu 2024 (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Unissula). Sholawat serta salam tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat, dan seluruh pengikutnya. Semoga kita senantiasa diberi kesehatan untuk mengikuti petunjuknya hingga akhir hayat. Proposal Penelitian ini disusun sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, serta nasihat dan arahan dari berbagai pihak tertentu selama penyusunan skripsi ini. Dan pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam dalamnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, nikmat dan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Kepada cinta pertama penulis dan orang yang selalu penulis kagumi sejak kecil Bapak Suwindi selaku ayah saya. Beliau yang telah berhasil membuat anak-anaknya duduk dan merasakan bangku perkuliahan. Beliau memang tidak pernah

mengutarakan secara langsung kasih sayang kepada anak-anaknya, tapi penulis tahu beliau sangat menyayangi anak-anaknya lebih dari apapun.

3. Kepada orang terkasih dan tersayang penulis, Ibu Kustiyah. Beliau sangat berperan penting bisa sampai dititik ini. Didikan keras dan nasehat beliau yang senantiasa membuat penulis bisa menjalani hidup dan menjadi perempuan yang kuat sekarang.
4. Kepada ketiga kakak penulis, Mbak Rina, Mbak Sari, dan Apit. Terimakasih atas dukungan serta senantiasa membantu penulis yang sering mengalami kesulitan dalam proses kuliah hingga berhasil menjadi sarjana.
5. Kepada para ponakan penulis yang teramat sayang, Mirza, Kenzie, Ayra, Azura, Haruki, Azellea, dan mungkin akan bertambah nanti. Terimakasih yang selalu menjadi penyemangat dan obat lelah penulis dengan berbagai tingkahnya yang menggemaskan.
6. Terimakasih kepada dosen pembimbing penulis, Ibu Trimamah S.Sos., M.Si. terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran. Terimakasih atas bimbingan dan arahnya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik
7. Seluruh Dosen, Staff, dan karyawan Fakultas Bahasa dan Ilmu komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
8. Kepada Diah Ayu Sri Winarni selaku sahabat baik penulis. Terimakasih selalu ada disaat susah dan senang. Sangat senang memiliki sahabat yang selalu memberi semangat dan menghibur penulis disaat penulis sedang mengalami kesulitan.
9. Untuk teman-teman dekat saya, Joanne dan Richard. Terimakasih telah mau mendengar keluh kesah dan tangis penulis dalam masa sulit penulis.

10. Seluruh teman-teman Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi yang sudah berkenan memberikan support kepada penulis.
11. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terimakasih kepada diri saya sendiri Nadella Meilani yang sudah kuat menghadapi dunia yang gemuruh riuh ini. Terimakasih sudah kuat dalam melewati segala tekanan saat masa kuliah ini. Saya bangga kepada diri saya sendiri, mari bekerja sama untuk lebih berkembang menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan sehingga mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Semarang, 12 Agustus 2024



Nadella Meilani

ABSTRAK

Persepsi Pemilih Pemula terhadap *Jingle* “PAN PAN PAN” dalam Membangun Citra Politik Partai Amanat Nasional pada Pemilu 2024

(Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Unissula)

Nadella Meilani

32802000082

Penelitian ini membahas tentang Persepsi Pemilih Pemula terhadap *Jingle* “PAN PAN PAN” dalam Membangun Citra Politik Partai Amanat Nasional pada Pemilu 2024 (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Unissula). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang persepsi audiens terhadap iklan partai politik “PAN PAN PAN” sebagai media promosi dalam membangun citra politik. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma interpretif, dengan menggunakan teori persepsi dari Herman Vol Helmholtz. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling dengan sampel 5 informan Mahasiswa pemilih pemula Unissula. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara terstruktur sebagai sumber data primer dan studi pustaka sebagai sumber data sekunder yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis dari Herman Vol Helmholtz melalui persepsi. Menurut Herman Vol Helmholtz terdapat 3 proses persepsi, yaitu terjadinya stimuli, stimuli diproses alat indra, lalu stimuli alat indra ditafsirkan. Dan didalam penelitian ini ditemukan kelima informan melakukan 3 proses persepsi dengan baik. Kelima informan memiliki pendapat atau persetujuan yang sama dalam memaknai dan persepsi.

Hasil penelitian ini peneliti menemukan bahwa kelima informan memiliki sudut pandang yang sama tentang bagaimana mereka merespon ketika mereka menonton video *Jingle* PAN PAN PAN. Hasil observasi mereka menunjukkan bahwa semua lima informan merespon video dengan sangat positif dan antusias. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan atau ajakan yang ada dalam *jingle* ini juga direspon dengan baik oleh para informan. Selain itu, nada *jingle* dan visual artis yang disajikan dalam video *jingle* PAN PAN PAN membuat informan lebih tertarik. *Jingle* menunjukkan bahwa kader partai semakin dekat dengan pemilih baru dan memberikan kesan partai politik yang dinamis, kontemporer, dan tidak ketinggalan zaman. Sangat jelas bahwa pemilih pemula Unissula sangat positif. Selain itu, berdasarkan persepsi informan tentang *Jingle* PAN PAN, itu dilihat dengan baik. Ini menunjukkan bahwa Partai PAN telah berhasil membangun citra politiknya melalui *jingle* tersebut.

Kata Kunci : Persepsi, *Jingle* PAN PAN PAN, Pemilih Pemula, Mahasiswa Unissula, Pemilu 2024

ABSTRACT

Beginner Voters' Perception of the Jingle “PAN PAN PAN” in Building the Political Image of the National Mandate Party in the 2024 Election (Qualitative Descriptive Study of Unissula Students)

Nadella Meilani

32802000082

This study discusses the Perception of New Voters towards the Jingle "PAN PAN PAN" in Building the Political Image of the National Mandate Party in the 2024 Election (Qualitative Descriptive Study of Unissula Students). The purpose of this study is to determine the audience's perception of the political party advertisement "PAN PAN PAN" as a promotional media in building a political image. This study is a qualitative study using an interpretive paradigm, using the perception theory of Herman Vol Helmholtz. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a sample of new voters from 5 informan Unissula students. The data collection techniques used in this study were observation and structured interviews as primary data sources and literature studies as secondary data sources which were then analyzed using the analysis technique from Herman Vol Helmholtz through perception. According to Herman Vol Helmholtz there are 3 perception processes, namely the occurrence of stimuli, stimuli are processed by the senses, then the stimuli are interpreted by the senses. And in this study it was found that the five informants carried out 3 perception processes well. The five informants have the same opinion or agreement in interpreting and perceiving.

The results of this study found that the five informants had the same point of view on how they responded when they watched the PAN PAN PAN Jingle video. The results of their observations showed that all five informants responded to the video very positively and enthusiastically. The results of this study indicate that the message or invitation in this jingle was also responded to well by the informants. In addition, the tone of the jingle and the visuals of the artists presented in the PAN PAN PAN jingle video made the informants more interested. The jingle shows that party cadres are getting closer to new voters and gives the impression of a dynamic, contemporary, and timeless political party. It is very clear that Unissula's novice voters are very positive. In addition, based on the informants' perceptions of the PAN PAN Jingle, it was viewed well. This shows that the PAN Party has succeeded in building its political image through the jingle.

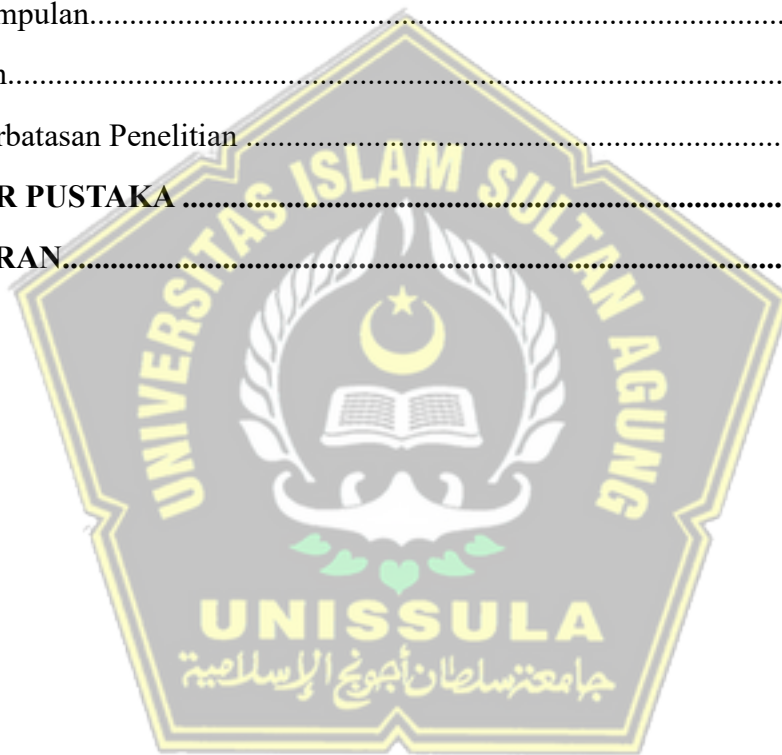
Key Words : Perception, Jingle PAN PAN PAN, First Time Voter, Unissula Students, 2024 General Election

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat Sosial.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	10
1.5.2 State of The Art	11
1.5.3 Teori Persepsi.....	15
1.5.4 Kerangka Penelitian	19
1.6 Operasionalisasi Konsep	20
1.6.1 Persepsi	20

1.6.2 Pemilih Pemula	22
1.6.3 Jingle	23
1.6.4 Citra Politik Partai.....	25
1.7 Metodologi Penelitian	27
1.7.1 Tipe Penelitian.....	27
1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian	28
1.7.3 Jenis Data	28
1.7.4 Sumber Data.....	29
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data	30
1.7.6 Analisis Data	30
1.7.7 Unit Penelitian.....	32
1.7.8 Kualitas Data.....	32
BAB II PROFIL PENELITIAN	34
2.1 Profil Partai Amanat Nasional.....	34
2.2 Lokasi Partai Amanat Nasional.....	35
2.3 Visi dan Misi Partai Amanat Nasional	36
2.4 Struktur Organisasi Partai Amanat Nasional.....	37
2.5 Logo Partai Amanat Nasional	39
2.6 Pemilu 2024.....	40
2.7 Lirik Lagu/Jingle PAN PAN PAN	42
BAB III HASIL PENELITIAN	44
3.1 Identitas Informan	45
3.2 Hasil Observasi Informan.....	45
3.3 Hasil Wawancara Narasumber.....	46
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	71
4.1 Persepsi Pemilih Pemula Mahasiswa Unissula	72

4.2 Jingle PAN PAN PAN.....	74
4.3 Visual Artis dalam Iklan	77
4.4 Pesan atau Makna Iklan.....	79
4.5 Analisis Teori Persepsi	82
4.6 Hasil Analisis Teori Persepsi	83
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
5.3 Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 State of The Art	11
----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tangkapan Layar Video Asli PAN PAN PAN	2
Gambar 1.2 Tangkapan Layar Pengguna Lagu PAN PAN PAN	3
Gambar 1.3 Tangkapan Layar Official Video Lagu PAN PAN PAN	3
Gambar 1.4 Jumlah Mahasiswa S1 Unissula	6
Gambar 1.5 Pembentukan Persepsi	17
Gambar 1.6 Kerangka Penelitian	19
Gambar 2.1 Logo Partai Amanat Nasional	39



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

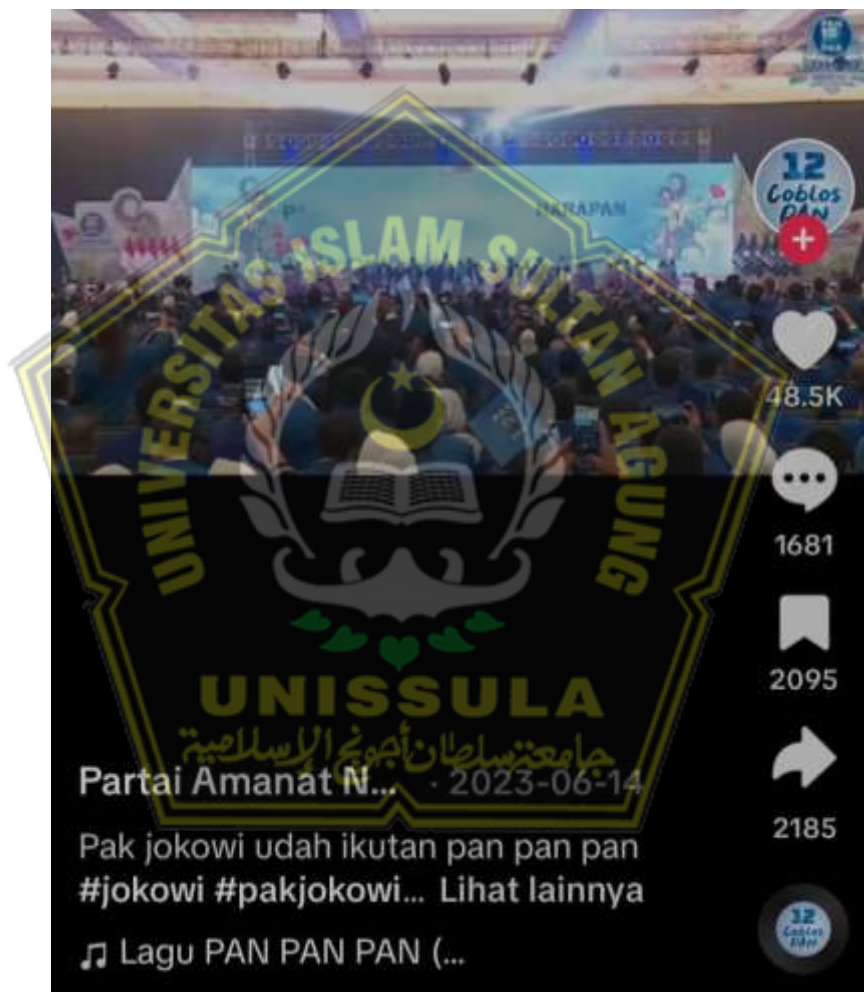
Lagu "PAN PAN PAN" dari Partai Amanat Nasional adalah sebuah karya yang mencerminkan semangat dan identitas dari Partai PAN. Melalui lirik-liriknya yang mungkin merujuk pada nilai-nilai partai tersebut, lagu ini mungkin telah menjadi simbol dari kesatuan dan semangat dalam mendukung tujuan-tujuan dari Partai Pan. Lagu ini menjadi bagian yang penting dalam membentuk identitas partai dan melibatkan anggota serta pendukungnya dalam semangat yang positif.

Dengan peluncuran jingle lagu "PAN PAN PAN", Partai Amanat Nasional (PAN) menjadi salah satu partai politik yang paling aktif dalam perlombaan Pemilu 2024. Lagu "PAN PAN PAN" menjadi viral di media sosial.

Selain itu, lagu "PAN PAN PAN" telah menjadi topik *trending* di beberapa media sosial dan memiliki kemampuan untuk memotivasi para konten kreator dan masyarakat umum untuk berpartisipasi dalam menyebarkan tujuan partai. Banyak orang menggunakan lagu ini sebagai latar belakang konten mereka karena potongan lirik "PAN PAN PAN, selalu terdepan. PAN PAN PAN, pasti ada harapan" menjadi candu (Ardiana, 2023; Maesaroh, 2023; Suryana, 2023). Karena *viralnya* lagu "PAN PAN PAN" menarik Zi Chew yaitu CEO TikTok, untuk bertemu dengan Zulkifli Hasan untuk membahas penggunaan TikTok di bidang perdagangan (Ruqoyah, 2023).

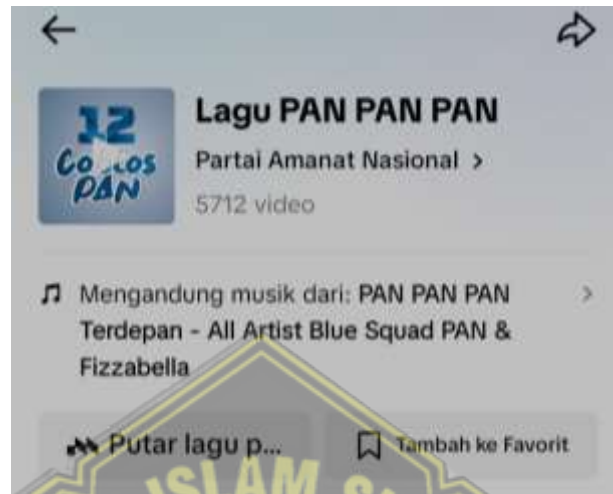
Berdasarkan data yang diperoleh dari Tiktok, sound original lagu “PAN PAN PAN” ini telah mendapatkan like kurang lebih sebanyak 48.500 like. Dan *sound* original lagu “PAN PAN PAN” ini telah digunakan sebanyak 5712 video.

gambar 1. 1 Tangkapan Layar Video Asli PAN PAN PAN



Sumber : Tiktok

gambar 1. 2 Tangkapan Layar Pengguna lagu PAN PAN PAN



Sumber : Tiktok

Tak hanya, viral di Tiktok, video yang diunggah oleh channel PAN TV pada Youtube juga menarik banyak penonton. Sehingga pada musik video lagu “PAN PAN PAN” mendapatkan 2,6 juta *viewers* di laman akun Youtube PAN TV.

gambar 1. 3Tangkapan Layar Official Video Lagu PAN PAN PAN



Sumber : Youtube

Pandangan publik tentang organisasi dan agenda politik yang para *elite* politik usung dipengaruhi oleh Partai Politik yaitu salah satu aktor dalam sistem politik. Membangun citra politik dan menggunakan iklan sebagai alat untuk menyampaikan pesan adalah salah satu cara untuk mencapai tujuan dari Partai Politik tersebut. Partai memiliki tanggung jawab besar untuk melakukan komunikasi politik yang baik dan efektif (Andriana, 2022). Partai politik biasanya menggunakan media iklan untuk memaparkan kampanye mereka untuk meningkatkan citra partai, mempertahankan kekuasaan, dan meningkatkan eksistensinya dalam persaingan politik lokal dan nasional. Dengan kata lain, iklan menjadi salah satu strategi penting dalam kampanye pemilihan umum, yang bertujuan untuk mempengaruhi persepsi dan sikap calon pemilih. Berkaca dari pesta rakyat sebelumnya, media sosial telah menjadi alat yang banyak digunakan untuk menyebarkan pesan politik dalam upaya mendapatkan suara terbanyak.

Dalam penelitian ini, persepsi pemilih pemula digunakan untuk mengetahui bagaimana citra politik yang digunakan partai politik PAN lewat lagu “PAN PAN PAN” dalam kacamata khalayak umum lewat media sosial. Khalayak umum yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Persepsi adalah suatu proses yang melibatkan komponen afektif dan kognitif seseorang untuk memahami, mengatur, memilih, dan menginterpretasikan rangsang indrawi menjadi gambaran yang lengkap tentang objek tertentu.

Persepsi merupakan sebuah pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh melalui penyimpulan-penyimpulan informasi yang menafsirkan peristiwa. Dua macam proses kerja yang saling terkait dengan pembentukannya termasuk kesan yang ditangkap melalui panca indera dan penafsiran arti. Persepsi dipengaruhi oleh faktor personal dan faktor situasional, dan juga perhatian. Menurut Kenneth E. Anderson dalam Psikologi Komunikasi, perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengenyampingkan masukan – masukan melalui alat indera yang lain.

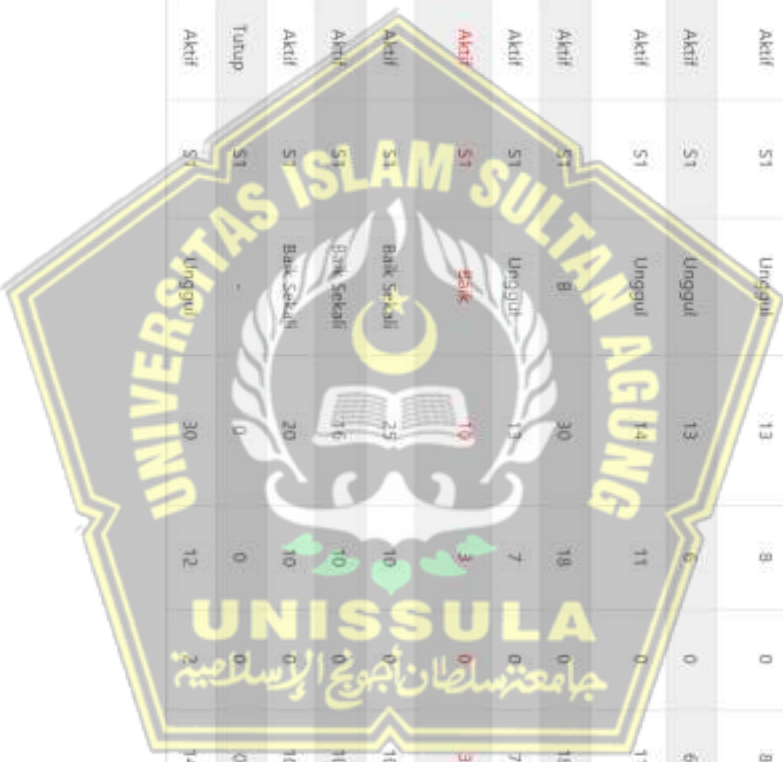
Alasan digunakannya Mahasiswa Unissula dalam audiens penelitian ini adalah, karena Mahasiswa Unissula merupakan para mahasiswanya Sebagian besar adalah para pemilih pemula yang pertama kali memiliki hak suara dalam Pemilu 2024. Mahasiswa Unissula saat ini juga didominasi oleh para Gen Z. Generasi ini paling banyak terpapar internet dan menguasai media digital, termasuk media sosial, yang membuat perbedaan budaya dan benua semakin tipis. Dengan demikian, Gen Z sangat mudah menyesuaikan diri dengan hal-hal baru, seperti aksi-aksi laki-laki melakukan joget yang muncul di media sosial, khususnya TikTok. Berikut merupakan data Jumlah Mahasiswa S1 menurut PDDikti dengan data pelaporan terbaru yaitu semester ganjil 2023.

Gambar 1.4 Jumlah Mahasiswa S1 Unissula

No.	Kode	Nama Program Studi	Status	Jenjang	Akrereditasi	Data Pelaporan Tahunan				Rasio Dosen / Mahasiswa	
						Jumlah Dosen Penghitung Rasio			Jumlah mahasiswa		
						Semester 1			Semester 2		
						NIDN	NIDK	Total			
1	62401	Akuntansi	Aktif	D3	Unggul	36	6	0	6	96	1:2,74
2	15401	Kebidanan	Tutup	D3	-	0	0	0	0	0	-
3	14401	Keperawatan	Aktif	D3	Unggul	36	8	0	8	170	1:4,72
4	61406	Manajemen Keuangan	Tutup	D1	-	0	0	0	0	0	-
5	56401	Teknik Komputer	Tutup	D3	-	0	0	0	0	0	-
6	12901	Dokter Gigi	Aktif	Profesi	Unggul	41	18	0	18	254	1:6,20
7	48901	Pendidikan Profesi Apoteker	Aktif	Profesi	Baik Sekali	26	10	4	14	443	1:17,04
8	15901	Pendidikan Profesi Bidan	Aktif	Profesi	Unggul	17	7	0	7	68	1:4,00
9	86906	Pendidikan Profesi Guru	Aktif	Profesi	Baik	18	7	0	7	210	1:11,67
10	11901	Profesi Dokter	Aktif	Profesi	Unggul	67	30	9	39	462	1:6,90
11	14901	Profesi Ners	Aktif	Profesi	Unggul	23	7	0	7	239	1:9,56



12	62201	Akuntansi	Aktif	S1	Unggul	66	22	0	22	1686	1 : 25,55
13	48201	Farmasi	Aktif	S1	Baik Sekali	38	8	0	8	301	1 : 7,92
14	74230	Hukum Keluarga (Ahtwal Syakhsiyah)	Aktif	S1	Unggul	22	5	2	7	263	1 : 11,95
15	74201	Ilmu Hukum	Aktif	S1	Unggul	37	18	5	24	1852	1 : 50,05
16	14201	Ilmu Koperasi	Aktif	S1	Unggul	45	18	0	18	662	1 : 14,71
17	70201	Ilmu Komunikasi	Aktif	S1	Baik Sekali	14	5	0	5	298	1 : 21,29
18	15201	Kebidanan	Aktif	S1	Unggul	47	7	0	7	121	1 : 2,57
19	61201	Manajemen	Aktif	S1	Unggul	49	23	1	24	2025	1 : 41,33
20	86208	Pendidikan Agama Islam	Aktif	S1	Unggul A	22	10	1	11	531	1 : 24,14
21	88201	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	Aktif	S1	Unggul	9	6	0	6	143	1 : 15,89
22	88203	Pendidikan Bahasa Inggris	Aktif	S1	Baik Sekali	11	7	0	7	217	1 : 19,73
23	11201	Pendidikan Dokter	Aktif	S1	Unggul	110	62	1	63	809	1 : 7,35
24	12201	Pendidikan Dokter Gigi	Aktif	S1	Unggul	63	22	2	24	425	1 : 6,75
25	86206	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	Aktif	S1	Unggul	13	8	0	8	438	1 : 33,69



25	86206	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	Aktif	S1	Unggul	13	8	0	8	438	1 : 33,69
26	84202	Pendidikan Matematika Sekolah Dasar	Aktif	S1	Unggul	13	6	0	6	124	1 : 9,54
27	35201	Perencanaan Wilayah Dan Kota	Aktif	S1	Unggul	14	11	0	11	519	1 : 37,07
28	73201	Psikologi	Aktif	S1	B	30	18	0	19	887	1 : 29,57
29	79202	Sastra Inggris	Aktif	S1	Unggul	13	7	0	7	209	1 : 16,08
30	90230	Sejarah dan Peradaban Islam	Aktif	S1	ESIK	10	3	0	3	68	1 : 6,80
31	20201	Teknik Elektro	Aktif	S1	Baik Sekali	29	10	0	10	569	1 : 22,76
32	26201	Teknik Industri	Aktif	S1	Baik Sekali	16	10	0	10	649	1 : 40,56
33	55201	Teknik Informatika	Aktif	S1	Baik Sekali	20	10	0	10	370	1 : 18,50
34	25201	Teknik Lingkungan	Tutup	S1	-	0	0	0	0	0	-
35	22201	Teknik Sipil	Aktif	S1	Unggul	30	12	0	14	935	1 : 31,17

Sumber : Website PDDikti Kemendikbud

Hasil sensus penduduk tahun 2020, yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada akhir Januari 2021, menunjukkan bahwa gambaran demografi Indonesia sangat berbeda dari hasil sensus sebelumnya pada tahun 2010. Hasil sensus tahun 2020 menunjukkan bahwa komposisi penduduk Indonesia sebagian besar berasal dari Generasi Z/Gen Z (27,94%), Generasi Y/Millennial (25,87%), dan Generasi X (21,88%).

Hal ini menyebabkan peneliti menjadi tertarik, terutama pada Mahasiswa Unissula. Para Mahasiswa Unissula yang didominasi Gen Z ini merupakan aset berharga bagi para elite partai yang ingin mendapatkan pendukung. Sehingga peneliti disini akan meneliti tentang persepsi pemilih pemula mahasiswa Unissula terhadap iklan partai politik “PAN PAN PAN” sebagai media promosi dalam membangun citra politik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana persepsi audiens terhadap iklan partai politik “PAN PAN PAN” sebagai media promosi dalam membangun citra politik Partai Amanat Nasional?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang persepsi pemilih pemula mahasiswa Unissula terhadap iklan partai politik “PAN PAN PAN” sebagai media promosi dalam membangun citra politik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, adalah :

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan menambah kajian ilmu komunikasi yang membahas mengenai persepsi pemilih pemula mahasiswa Unissula tentang partai politik dalam membangun citranya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman dalam memahami bagaimana wacana persepsi pemilih pemula mahasiswa Unissula tentang partai politik yang menggunakan media promosi dalam membangun citranya.

1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai persepsi sosial tentang partai politik dalam membangun citra.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Paradigma Penelitian

Dalam sebuah penelitian, Penulis mendapat manfaat dari paradigma penelitian dalam tiga hal, yaitu sebagai perangkat keyakinan dasar penelitian, merepresentasikan pandangan penulis, dan untuk menjabarkan posisi metodologi penulis. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif dengan menekankan pemahaman mendalam mengenai makna yang dibentuk oleh partisipan.

Penelitian kualitatif dengan paradigma interpretif akan fokus pada proses interpretasi dan pemaknaan data yang diperoleh dari interaksi dengan partisipan, sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami perspektif dan pengalaman subjektif dari partisipan. (Hendrarti, Dalam Jurnal Rahardjo M. : 2018)

1.5.2 *State of The Art*

Untuk menunjang data dan referensi, berikut beberapa penelitian terdahulu sejenis yang digunakan sebagai acuan penulis :

Table 1.1 State of The Art

No	Judul Penelitian	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Landasan Teori
1.	Persepsi Mahasiswa tentang Mars	Skripsi dari Rezki Aulia Program	Hasil Penelitian Rezki Aulia menunjukkan	Metode Penelitian ini adalah	Teori Persepsi Robbins

	Partai PERINDO di MNC Group (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Departemen Komunikasi FISIP USU)	Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Tahun 2018	bahwa Mahasiswa Departemen Komunikasi FISIP USU memiliki persepsi yang mengatakan bahwasanya citra tersebut cenderung positif sebagai sebuah pencitraan politik.	Kualitatif Deskriptif	
2.	Konstruksi Realitas Pencitraan Harry Tanoesoedibjo pada Iklan Partai Perindo	Skripsi dari Achamd Budiman Soedarsono Universitas Satya Negara	Hasil penelitian Achamd Budiman Soedarsono bahwa terlihat dengan jelas	Metode Penelitian ini adalah Kualitatif Deskriptif	Teori semiotika Jhon Fiske

		Indonesia Tahun 2018	betapa iklan televisi dapat menyuguhkan informasi secara audio visual, sehingga, jika diproyeksikan atau dikaitkan pada suatu citra dan keperibadian tertentu pencitraan ini dapat berorientasi pada keterkaitan secara psikologis dan emosional dari suatu yang diiklankan.		
3.	Peranan Media Sosial	Skripsi dari Anita	Hasil dari penelitian Anita	Metode Penelitian	Teori AIDA

Sebagai Media Promosi Partai Demokrat	Erayani dan Muhammad Arwani Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Palngkaraya Tahun 2020	Erayani dan Muhammad Arwani menunjukkan bahwa media sosial telah memainkan dan akan terus memainkan peran penting dalam kampanye politik partai Demokrat.	ini adalah Kualitatif Deskriptif
---------------------------------------	--	--	----------------------------------

Dari ketiga *state of the art* yang telah disebutkan, ketiganya sama-sama membahas mengenai metode penelitian kualitatif deskriptif.

Pada skripsi yang ditulis oleh Rezki Aulia yang berjudul “Persepsi Mahasiswa tentang Mars Partai PERINDO di MNC Group (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Departemen Komunikasi FISIP USU)” memiliki perbedaan objek dengan yang akan penulis lakukan. Objek yang digunakan oleh Rezki Aulia adalah tentang Mars Partai PERINDO sedangkan objek

pada penelitian kali ini adalah adalah Lagu “PAN PAN PAN”. Dimana partai PERINDO dengan lagu Marsnya, sedangkan Partai PAN hanya *Jingle* dan bukan lagu Mars.

Selanjutnya terdapat karya dari Achamad Budiman Soedarsono yang berjudul “Konstruksi Realitas Pencitraan Harry Tanoesoedibjo pada Iklan Partai Perindo” memiliki perbedaan pada subjek dengan yang akan penulis lakukan. subjek yang digunakan oleh Achamad Budiman Soedarsono adalah kontruksi realitas sedangkan subjek pada penelitian kali ini adalah persepsi audiens. Dimana pada penelitian Achamd Budiman Soedarsono tentang pencitraan Partai PERINDO, sedangkan penelitian ini tentang citra Partai PAN.

Ketiga, pada skripsi Anita Erayani dan Muhammad Arwani yang berjudul “Peranan Media Sosial Sebagai Media Promosi Partai Demokrat” memiliki perbedaan tentang subjek penelitian dengan yang akan penulis lakukan. Subjek penelitian Anita Erayani dan Muhammad Arwani tentang peranan penelitian, sedangkan subjek penelitian kali ini adalah persepsi pemilih pemula.

1.5.3 Teori Persepsi

Pada penelitian ini menggunakan teori persepsi yang dikemukakan oleh Hermann von Helmholtz, seorang ilmuwan Jerman yang dikenal karena kontribusinya dalam bidang fisika, fisiologi, dan psikologi. Ia dikenal atas

teori tentang pengolahan visual dan persepsi kedalaman, serta teori yang menjelaskan bagaimana kita memahami dunia melalui indra kita. Sehubungan dengan sensasi, persepsi mengacu pada pendekteksian awal energi dari dunia fisik, dan studi sensasi umumnya berkaitan dengan struktur dan mekanisme sensasi. Di sisi lain, persepsi membutuhkan kognisi tinggi untuk menginterpretasikan informasi sensasi (Solso. Et. al. : Dalam buku Nevid, J. S., & Chozim, M. : 2021).

Asumsi teori persepsi Hermann von Helmholtz mencakup beberapa konsep kunci. Salah satunya adalah asumsi bahwa persepsi adalah hasil dari proses aktif otak dalam memvalidasi dan memproses informasi sensorik. Helmholtz juga berpendapat bahwa persepsi dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, dan bahwa otak kita mengisi celah-celah informasi yang mungkin tidak diketahui dengan menggunakan konteks dan pengetahuan sebelumnya. Selain itu, Helmholtz juga mengemukakan konsep tentang bagaimana keterbatasan sensoris dapat memengaruhi persepsi, dengan mengajukan teori tentang inferensi yang diperlukan untuk mengisi celah informasi (Nevid, J. S., & Chozim, M. : 2021).

Philip Kotler, seorang pakar pemasaran terkemuka, dalam bukunya menjelaskan teori persepsi yang menarik. Menurutnya, persepsi konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

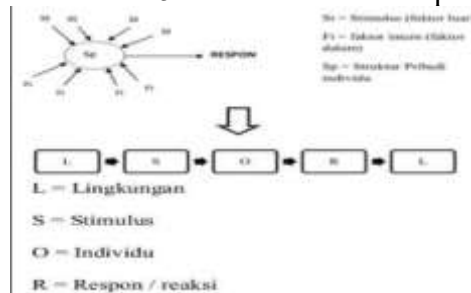
1. Persepsi selektif: Konsumen cenderung memilih informasi sesuai dengan kebutuhan, kepentingan, atau nilai-nilai mereka sendiri.

2. Distorsi persepsi: Konsumen dapat mengalami distorsi dalam memahami informasi yang diterima sesuai dengan keyakinan, pengalaman, atau harapan mereka.
3. Persepsi subyektif: Setiap individu memiliki persepsi yang unik dan dapat memberikan penilaian yang berbeda terhadap suatu produk atau layanan.

Kotler juga menekankan pentingnya memahami persepsi konsumen untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dalam konteks pemasaran, persepsi konsumen dapat memengaruhi bagaimana suatu produk diposisikan dan dipasarkan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi persepsi konsumen, perusahaan dapat menciptakan pesan-pesan pemasaran yang lebih efektif dan memahami apa yang membuat produk mereka menarik bagi pasar.

Menurut (Walgito : 2019), persepsi seseorang adalah proses aktif yang melibatkan tidak hanya stimulus yang terkait dengannya tetapi juga pengalaman individu, motivasi, dan sikap yang relevan dalam menanggapi stimulus. Berikut adalah proses pembentukan persepsi menurut Walgito :

Gambar 1.5 Pembentukan Persepsi



Dalam proses pembentukan persepsi, Walgito menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut:

1. Tahap pertama, yang disebut proses kealaman atau proses fisik, adalah proses pengambilan sinyal oleh alat indera manusia.
2. Pada tahap kedua, yang disebut sebagai proses fisiologis, stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) dilanjutkan melalui saraf sensoris.
3. Pada tahap ketiga, yang disebut sebagai proses psikologik, individu mulai menyadari stimulus yang diterimanya.
4. Pada tahap keempat, hasil dari proses persepsi, yaitu tanggapan dan perilaku.

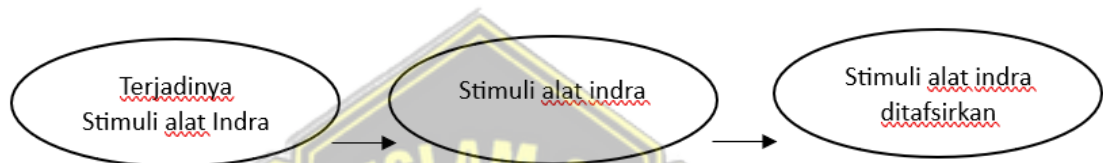
Dalam hubungannya, individu selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima, dan alat indera berfungsi sebagai penghubung antara individu dan dunia luar. Persepsi dapat diartikan sebagai cara mereka melihat dunia yang akan memengaruhi tindakan mereka.

Teori persepsi mencakup tentang persepsi masyarakat khususnya Mahasiswa Unissula terkait tentang iklan politik “PAN PAN PAN” sebagai media promosi Partai Amanat Nasional.

1.5.4 Kerangka Penelitian

Menurut Walgito teori persepsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Gambar 1.6 Kerangka Penelitian



1. Terjadinya stimuli alat indra (Sensory stimulation)

Pada tahap ini alat indra distimuli (dirangsang), misalnya kita melihat, meraba sesuatu.

2. Stimuli terhadap alat indra

Pada tahap kedua, rangsangan terhadap alat indra diatur, menurut berbagai prinsip, salah satunya prinsip poksimitas (*proximity*) atau kemiripan, orang atau pesan secara fisik, mirip satu sama lain, dipersepsikan secara bersama-sama atau sebagai satu kesatuan (*unity*). Persepsi lain adalah kelengkapan (*closure*), kita memandang atau mempersepsikan suatu gambar atau pesan yang dalam kenyataannya lengkap sebagai gambar atau pesan yang lengkap.

3. Stimuli alat indra ditafsirkan-dievaluasikan

penafsiran-evaluasi kita tidak semata-mata didasarkan pada rangsangan luar, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, stimulasi alat indra diatur terjadinya stimulasi alat indra dan ditafsirkan kebutuhan, keinginan, sistem nilai, keyakinan tentang yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan sebagainya yang ada pada kita.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Persepsi

Semua orang pasti memiliki perspektif atau pendapatnya sendiri tentang hal-hal yang sama. Perbedaan perspektif ini tentu saja akan menyebabkan reaksi dan tindakan yang berbeda. Pandangan ini dikenal sebagai persepsi. Persepsi seseorang akan membentuk pandangan mereka tentang dunia.

Persepsi seseorang tidak timbul begitu saja; ada sejumlah komponen yang mempengaruhinya. Hal ini disebut sebagai faktor fungsional, situasional, struktural, dan personal (David Krech & Richard S. Crutchfield : Dalam Jurnal Aulia R : 2023).

Setiap orang memiliki lima indera, yang memungkinkan mereka untuk mengalami dunia luar. Ini termasuk penciuman, perasa, pendengaran, penglihatan, dan pengecap. Persepsi adalah proses memilih, mengelola, menyimpan, dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan melalui kelima Indera (Wagner dan Hollenbeck : Dalam Jurnal Aulia R : 2023).

Persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir sesuatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain: kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan, dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan (Sarlito Wirawan Sarwono : Dalam Jurnal Aulia R : 2023).

Persepsi adalah proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Proses kognitif dimulai dari persepsi. External perception, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam individu. Dalam hal ini yang menjadi objek adalah dirinya sendiri. Persepsi mengacu pada kajian proses sentral yang memberikan koherensi dan kesatuan input sensori (Jon E. Roedelin : Dalam Jurnal Aulia R : 2023).

Persepsi ditentukan oleh faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor-faktor fungsional berasal dari kebutuhan pengalaman masa lalu, kesiapan mental, suasana emosi dan latar belakang budaya, atau sering disebut faktor-faktor personal. yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli,

tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut (Krech dan Crutchfield : Dalam buku Nevid, J. S., & Chozim, M. : 2021).

1.6.2 Pemilih Pemula

Pemilih pemula merujuk pada individu yang akan menggunakan hak pilihnya untuk pertama kali dalam suatu pemilihan, seperti pemilihan umum. Pemilih pemula seringkali diidentifikasi sebagai kelompok yang rentan dan penting dalam proses demokrasi. Mereka cenderung memiliki pengalaman politik yang lebih sedikit dibandingkan pemilih berpengalaman, sehingga rentan terhadap pengaruh eksternal, informasi yang tidak akurat, atau tekanan dari berbagai pihak (Mangngasing, N., Haryono, D., Nuraisyah, N., Nasrullah, N., & Indriani, N., 2023).

Partai politik dan calon pemilu mungkin akan memperhatikan pemilih pemula dengan lebih intens untuk membujuk mereka, memperkenalkan platform dan gagasan politik, serta membangun hubungan yang positif untuk memperoleh dukungan dalam pemilu 2024. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai motivasi dan preferensi pemilih pemula dapat berdampak besar pada strategi kampanye dan hasil pemilihan tersebut (Kafka, M. K. R., Prawira, F. R., Santoso, G., Nurhasanah, H., Pramono, J., Barkah, S., & Haryanto, H., 2022).

Pemilih pemula sebagai calon generasi penerus bangsa merupakan aset masa depan yang harus disiapkan dalam mewujudkan demokrasi bernegara

yang juga akan menjadi subyek pembangunan nasional di masa depan (Nasrullah : 2023).

Pemilih pemula sering kali mendapatkan pengaruh dari berbagai pihak untuk ikut serta dalam kampanye politik. Diperlukan upaya untuk menyediakan informasi yang objektif dan memfasilitasi dialog antara pemilih pemula dengan calon untuk menghindari manipulasi politik (Daswati : 2023).

Pemilih pemula seringkali mengalami fluktuasi antara antusiasme dan apatisme politik. Penting untuk melakukan kampanye anti-politik uang dan memastikan bahwa pemilih pemula memilih berdasarkan keyakinan dan kepentingan mereka, bukan imbalan finansial. Sosialisasi dan pendidikan politik yang baik sangat penting dalam membentuk pemilih pemula yang sadar politik, kritis, dan bertanggung jawab (Rachmad : 2023).

1.6.3 Jingle

Jingle banyak dipergunakan oleh pemiliknya untuk memasarkan dan mengiklankan barang dan/atau jasa yang dikemas sedemikian rupa dan menggunakan komposisi musik dan lirik, serta seringkali menyebutkan merek yang diiklankan. Dalam jingle terkadang terkandung lirik mengenai produk tersebut ataupun hal yang berkaitan dengan produk yang diiklankan. Pada umumnya, jingle merupakan pengulangan nama suatu brand dan

slogan dengan ritme tertentu dengan durasi yang cukup singkat (Sukardi, 2021).

Jingle dipergunakan dalam iklan sebagai alat promosi produk barang maupun jasa, yang terhadapnya disematkan suatu merek, dengan tujuan agar produk dan merek tersebut dapat diketahui oleh konsumen. Melalui jingle yang dikemas secara singkat dan menarik, maka pengiklan berharap dapat memberikan kesan terhadap konsumen, sehingga kemudian konsumen tertarik dan membeli produk maupun jasa yang diiklankan dalam jingle tersebut. Dari segi durasi jingle, walaupun tidak ada aturan yang baku, namun jingle iklan lazimnya berdurasi sekitar beberapa puluh detik sampai sekitar tiga menit (Gultom, 2021).

Jingle iklan yang lebih umum digunakan oleh produk komersial, saat ini sudah mulai digunakan oleh partai politik untuk menyampaikan pesan komunikasinya melalui media televisi secara menarik, kepada khalayak masyarakat (Aydil : 2023).

Penggunaan jingle untuk mendukung program kampanye iklan merupakan topik menarik, khususnya membahas tentang penggunaan jingle iklan dalam membentuk identitas partai politik. Secara tidak sadar, jingle iklan sudah membaaur dalam kehidupan masyarakat (Zuhri : 2023).

1.6.4 Citra Politik Partai

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran, atau persepsi publik atau konsumen terhadap organisasi yang berkaitan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi produk, tradisi, ideologi, dan kualitas. Citra diciptakan untuk mencerminkan identitas perusahaan atau organisasi. Menurut Kotler dan Keller (Dalam Jurnal Ernawati, N., & Noersanti, L. : 2020), citra adalah persepsi masyarakat terhadap suatu hal yang berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas yang di komunikasikan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi.

Pencitraan politik melalui media, merupakan strategi yang juga sangat ampuh dalam menanamkan opini pada masyarakat tentang suatu partai. Oleh sebab itu, melalui pencitraan diharapkan terjadi pergeseran opini ke arah yang lebih baik. Dengan adanya opini publik yang positif, keputusan memilih menjadi keniscayaan terhadap partai yang sedang bertarung di arena politik. Opini publik sendiri merupakan metode persuasi dengan sistem komunikasi yang lebih luas (Ramadani, R., & Hilmiyah, M. : 2019).

Citra partai politik pada dasarnya dapat dibentuk dari sejumlah kesan atau persepsi masyarakat terhadap Partai politik tersebut. Citra Partai politik juga berkaitan dengan sosialisasi politik, karena citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik baik secara langsung maupun melalui pengalaman. Citra politik akan selalu berubah sesuai dengan berubahnya pengetahuan dan pengalaman politik seseorang. Citra politik dapat berupa

citra baik ataupun buruk tergantung dari partai tersebut (Muchtar : Dalam Jurnal Aryadillah, A., & Fitriansyah, F. ; 2022).

Citra politik dapat dipahami sebagai gambaran seseorang tentang politik yang mencakup pengaruh (*influenze*), wewenang (*authority*), kekuasaan (*power*) atau kekuatan (*force*), kerjasama (*cooperations*) konflik (*conflict*), dan konsensus (*consensus*). Citra politik dapat mencerminkan tingkat kepercayaan dan kompetensi tertentu partai politik (Sander : 2019).

1.6.5 Pemilu 2024

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024, beberapa partai politik melakukan langkah persiapan dan menyusun strategi sebagai bentuk persiapan ikut serta dalam Pemilu tersebut, sejumlah enam partai politik baru yang telah mendapatkan SK Pengesahan Badan Hukum dari Kemenkumham dan siap bertarung dalam pemilu (Tempo, 2022).

Demokrasi intrapartai membutuhkan alat yang dapat meningkatkan partisipasi yang terbuka dan setara dari kader parpol dengan sedemikian rupa, sehingga banyak kepentingan yang kurang lebih dapat sama-sama terwakili “*instruments that promote equal and open participation of political party members in such a way that interests are more or less equally represented*“, inilah yang menjadi dasar berfungsinya demokrasi secara universal dalam negara, dapat dilihat dari keseluruhan kapasitas masyarakat dan partai-partai dalam praktik pemilihan pemimpin partai (Arrasuli, 2019).

Pemilu merupakan motor penggerak mekanisme sistem politik Indonesia. Sampai sekarang pemilu masih dianggap sebagai suatu peristiwa kenegaraan yang penting. Hal ini karena pemilu melibatkan seluruh rakyat secara langsung. Melalui pemilu, rakyat juga bisa menyampaikan keinginan dalam politik atau sistem kenegaraan (Wambrau : 2023).

Fungsi Pemilu adalah sarana legitimasi politik sebagai mekanisme terjadinya sirkulasi kekuasaan; pemilu sebagai pencipta representasi politik untuk mengaktualisasikan aspirasi dan kepentingan rakyat yang diwujudkan oleh adanya Lembaga permanen; pemilu sebagai implementasi dari kedaulatan rakyat dan pemilu berfungsi sebagai sarana sosialisasi dan Pendidikan politik rakyat (Pugu : 2023).

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan sebuah fenomena secara detail, mendalam, dan kontekstual tanpa menggunakan angka atau statistik. (NS Lestari : 2021).

Pada penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu dengan menjelaskan secara keseluruhan mengenai situasi suatu fenomena masyarakat yang terjadi. Penelitian ini meneliti tentang persepsi pemilih pemula (Mahasiswa Unissula) mengenai iklan partai

politik “PAN PAN PAN” sebagai media promosi dalam membangun citra politik.

1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merujuk kepada individu atau kelompok yang menjadi fokus dalam penelitian, sedangkan objek penelitian adalah hal atau fenomena yang diteliti oleh peneliti (M Ramdhan : 2021).

Subjek penelitian ini adalah pemilih pemula (Mahasiswa Unissula). Objek penelitian ini adalah jingle “PAN PAN PAN” dari Partai Politik PAN.

1.7.3 Jenis Data

Jenis data dalam konteks kualitatif dapat berupa visual, citra, suara, atau video, yang mencerminkan karakteristik kualitatif dari fenomena yang diteliti. Menurut Muri, jenis data penelitian secara sederhana dapat dibedakan atas empat jenis klasifikasi yaitu data nominal, data ordinal, data interval, dan data rasio. Keempat klasifikasi jenis data itu, pada prinsipnya bersumber dari perbedaan tipe/bentuk instrumen yang digunakan (M Makbul : 2021).

Jenis data penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari informan secara langsung melalui Teknik observasi dan wawancara.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data adalah informasi atau fakta yang digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Sumber data dalam penelitian adalah sumber darimana data dapat diperoleh (Suharsimi Arikunto Dalam Jurnal Elihami, E., Syahid, A. : 2018).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan dari sumber asli. Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jajak pendarat dan lain-lain (Suharsimi Arikunto : Dalam Jurnal Elihami, E., Syahid, A. : 2018).

Data primer pada penelitian ini adalah data yang didapat secara langsung dari informan yaitu pemilih pemula (Mahasiswa Unissula) yang menanggapi tentang jingle partai politik “PAN PAN PAN” di media online. Dengan Teknik wawancara terstruktur.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui pihak kedua , biasanya diperoleh melalui instansi yang bergerak dibidang pengumpulan data seperti Badan Pusat Statistik dan lain-lain (Suharsimi Arikunto : Dalam Jurnal Elihami, E., Syahid, A. : 2018).

Data sekunder dalam penelitian ini adalah diambil dari jurnal atau buku yang berkaitan dengan judul penelitian.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif salah satu salah satu metodenya adalah wawancara, yaitu dengan peneliti melakukan percakapan langsung dengan responden untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan detail. (Alhamid, T., & Anufia, B. : 2019)

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah dengan cara wawancara terstruktur dalam penilaian tentang persepsi pemilih pemula (Mahasiswa Unissula) mengenai *jingle* partai politik “PAN PAN PAN”.

1.7.6 Analisis Data

Menurut Patton, analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. (Bungin, Dalam Buku Makbul, M. : 2021)..

Analisis data merupakan bagian penting dalam metode ilmiah. Karena dengan analisis, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Oleh karena itu, Teknik analisis data yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah metode analisis data menurut Miles & Huberman dalam buku Analisis Data Kualitatif :

1. Penyajian data

Peneliti akan mengumpulkan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan yang diperlukan.

2. Reduksi Data

Peneliti akan memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting tentang hasil temuan dan maknanya.

3. Interpretasi Data

Peneliti akan melakukan catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif adalah catatan alami, (catatan tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami. Catatan reflektif adalah catatan yang berisi kesan, komentar, pendapat, dan tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai, dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.

4. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan dari selama proses penelitian berlangsung dan hasil analisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

1.7.7 Unit Penelitian

Unit penelitian kualitatif adalah bagian dari data yang akan dianalisis atau diinterpretasikan. Unit penelitian adalah orang atau benda yang akan diukur kualitasnya. Unit penelitian merupakan bagian penting dari proyek penelitian. Ini adalah hal utama yang dilihat oleh seorang peneliti dalam penelitiannya (Walzt : 2022).

Dalam unit penelitian ini adalah Pemilih Pemula (Mahasiswa Unissula), dimana para audiens menanggapi tayangan di media *online* yang menggambarkan tentang *jingle* “PAN PAN PAN”. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan pendekatan persepsi.

1.7.8 Kualitas Data

Norman K. Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda (Darmuki, A., & Hariyadi, A. : 2019). Denzin dalam (Moleong : 2004) (Dalam Buku M Makbul : 2021), membagi triangulasi menjadi empat macam, yaitu triangulasi sumber data, metode, peneliti, dan teori.

Pada penelitian ini, kualitas dan keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber data.



BAB II

(PROFIL PENELITIAN)

2.1 Profil Partai Amanat Nasional

Partai Amanat Nasional didirikan pada 23 Agustus 1998 oleh Amien Rais dan beberapa tokoh lainnya seperti Faisal Basri, Hatta Rajasa, Goenawan Mohammad, Rizal Ramli, Abdillah Toha, Albert Hasibuan, Toety Heraty, Emil Salim, AM Fatwa, Zoemrotin, Alvin Lie Ling Piao, dan lainnya yang bertempat di Istora Senayan Jakarta. Dikutip dari laman resmi PAN, pasca-berhasil menumbangkan Orde Baru, Amien Rais dan 49 rekannya yang tergabung dalam Majelis Amanat Rakyat (Mara) merasa perlu meneruskan cita-cita reformasi dengan mendirikan partai politik.

PAN memiliki akar sejarah yang bermula dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang kemudian terpecah menjadi dua, yakni PPP yang masih ada hingga sekarang dan PAN. Pada awal berdirinya, PAN memiliki visi untuk mewujudkan negara yang adil, makmur, dan berkepribadian. Partai ini juga mengusung nilai-nilai Islam yang moderat dan menjunjung tinggi demokrasi. PAN mempunyai basis pendukung yang cukup kuat di kalangan umat Islam di Indonesia.

Partai politik ini sempat akan diberi nama Partai Amanat Bangsa (PAB). Namun, para tokoh pendiri lantas sepakat menamai partai bentukan mereka Partai Amanat Nasional yang disingkat PAN. Keputusan itu ditetapkan dalam pertemuan para tokoh pendiri di Bogor, 5-6 Agustus 1998. Sebagai partai yang lahir di

penghujung era Orde Baru, cita-cita PAN kala itu ialah mengusung semangat Indonesia baru untuk menggantikan nuansa pemerintahan otoriter yang kental pada zaman orba. Partai ini memiliki azas “ahlak politik berlandaskan agama yang membawa rahmat bagi sekalian alam”. Pada awal berdirinya, PAN lekat sebagai partai warga Muhammadiyah karena didirikan oleh Amien Rais yang pada 1995-1998 menjabat sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah. Namun, PAN sendiri mengklaim bahwa partainya pada dasarnya terbuka pada kelompok manapun.

Seiring berjalannya waktu, PAN mengalami berbagai perubahan dan tantangan dalam perjalanan politiknya. Partai ini terlibat dalam berbagai pemilu dan telah menghasilkan kader-kader yang aktif di dunia politik Indonesia. PAN juga pernah menjadi bagian dari pemerintahan di tingkat nasional maupun daerah.

Meskipun mengalami perubahan dan dinamika, PAN tetap *eksis* sebagai salah satu kekuatan politik di Indonesia. Partai ini terus berupaya untuk memperjuangkan aspirasi rakyat dan membangun negara yang lebih baik.

2.2 Lokasi Kantor Partai Amanat Nasional

Kantor Dewan Pimpinan Pusat (DPP) PAN terletak di Jalan Amil Buncit Raya Nomor 7 Pejanten Barat, Rt 12 Rw 05, Kalibata, Pancoran, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Kantor ini diresmikan oleh Ketua Umum Partai PAN yaitu Zulkifli Hasan pada tanggal 2 Oktober 2022 malam.

2.3 Visi dan Misi Partai Amanat Nasional

1. Visi :

Terwujudnya PAN sebagai partai politik terdepan dalam mewujudkan masyarakat madani yang adil dan makmur, pemerintah yang bersih didalam negara Indonesia yang demoratis dan berdaulat, serta diridhoi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.

2. Misi :

- Mewujudkan kader yang berkualitas; Mewujudkan partai yang dekat dan membela rakyat.
- Mewujudkan PAN sebagai partai yang modern berdasarkan sistem dan manajemen yang unggul serta budaya bangsa yang luhur.
- Mewujudkan Indonesia baru yang demokratis, makmur, maju, mandiri, dan bermartabat.
- Mewujudkan tata pemerintahan Indonesia yang baik dan bersih, yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan memajukan kesejahteraan umu serta mencerdaskan kehidupan bangsa.
- Mewujudkan negara Indonesia yang bersatu, berdaulat, bermartabat, ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, serta dihormati dalam pergaulan internasional.

2.4 Struktur Organisasi Partai Amanat Nasional

Berikut ini adalah struktur organisasi PAN masa jabatan 2020-2025 :

1. Dewan Kehormatan

- Ketua Dewan Kehormatan : Soetristo Bachir
- Sekretaris Dewan Kehormatan : Sunartoyo

2. Dewan Pakar

- Ketua Dewan Pakar : Drajad H Wibowo
- Sekretaris Dewan Pakar : M Najib

3. Mahkamah Partai

- Ketua Mahkamah Partai : Ali Taher Parasong

4. Majelis Penasihat Partai

- Ketua Majelis Penasihat Partai : Hatta Rajasa
- Sekretaris Majelis Penasihat Partai : Tjatur Sapto Edy Badan

5. Pengurus Harian

- Ketua Umum PAN : Zulkifli Hasan
- Wakil Ketua Umum : Asman Abnur
- Wakil Ketua Umum : Yandri Susanto
- Wakil Ketua Umum : Viva Yoga Mauladi
- Wakil Ketua Umum : Hafiz Tohir
- Wakil Ketua Umum : Nasrullah Larada
- Ketua DPP : Epyardi Asda

- Ketua DPP : Bima Arya Sugiarto
- Ketua DPP : Pangeran Khirul Saleh
- Ketua DPP : Ambia B Boestam
- Ketua DPP : Widdi Aswindi
- Ketua DPP : Najib Quadratullah
- Ketua DPP : Zita Anjani
- Ketua DPP : Andi Yuliani Paris
- Ketua DPP : Saleh Partaonan Daulay
- Ketua DPP : Yahdil Abdi Harahab
- Ketua DPP : Haerudin
- Ketua DPP : Darlis Ratnasari
- Ketua DPP : Dessy Ratnasari
- Ketua DPP : Mumtaz Rais
- Ketua DPP : Noviantika Nasution
- Ketua DPP : Barnabas Yusuf Hura
- Sekretaris Jenderal : Eddy Soeparno

2.5 Logo Partai Amanat Nasional

Gambar 2.1 Logo Partai Amanat Nasional



Sumber : www.bagilogo.com

Filosofi lambang matahari putih bersinar cerah yang dilatarbelakangi bujur sangkar berwarna biru dengan tulisan PAN dibawahnya, adalah simbolisasi bahwa Partai Amanat Nasional membawa suatu pencerahan baru menuju masa depan Indonesia yang lebih baik. Gambar matahari yang bersinar terang, merefleksikan matahari sebagai sumber cahaya, sumber kehidupan. Warna putih merupakan ekspresi dari kebenaran, keadilan, dan semangat baru. Sinar terang yang memancar adalah refleksi dari kemajemukan.

Sementara bujur sangkar berwarna biru tua merupakan cerminan warna laut dan langit yang merefleksikan kemerdekaan atau demokrasi. Gambar berbentuk matahari warna putih dengan pancaran sinar berjumlah 32 buah. Adapun ukuran panjang setiap sinar, sama dengan garis tengah lingkaran matahari.

Tulisan PAN dengan jenis huruf *Futurist Extra Heavy* memiliki ukuran lebar yang sama dengan lebar bujur sangkar. Adapun warna tulisan PAN adalah biru tua. Tulisan PARTAI AMANAT NASIONAL menggunakan jenis huruf *Times New Roman* dengan tulisan berwarna hitam.

2.3 Pemilu 2024

Pemilu 2024 di Indonesia adalah pemilihan umum yang dijadwalkan untuk dilaksanakan pada tahun 2024. Dalam pemilu ini, warga negara Indonesia akan memilih presiden dan wakil presiden, anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) mulai dari tingkat provinsi hingga kabupaten/kota.

Partai Amanat Nasional (PAN) akan turut serta dalam Pemilu 2024 sebagai salah satu partai peserta. PAN merupakan bagian dari koalisi Gerindra-MKP yang tergabung dalam Koalisi Indonesia Adil Makmur. Nomor urut PAN dalam pemilu akan ditentukan lebih lanjut oleh KPU. Ketua Umum PAN saat ini adalah Zulkifli Hasan. PAN dikenal sebagai partai konservatif dan memiliki basis dukungan dari kalangan Islam moderat. Dengan bergabung dalam koalisi Gerindra-MKP, PAN

bertujuan untuk mencapai kemenangan dalam Pemilu 2024 dan mengukung agenda-agenda politik yang sesuai dengan visi dan misi partai. Keikutsertaan PAN dalam Pemilu 2024 diharapkan dapat memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menentukan arah kepemimpinan negara ke depan.

PAN juga gencar melakukan pendekatan kepada konstituen melalui berbagai program sosialisasi dan kampanye yang melibatkan masyarakat secara langsung. Dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi, PAN berusaha menjangkau berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang menjadi pemilih potensial. Interaksi yang intensif ini diharapkan dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pemilu 2024 ini.

PAN menunjukkan komitmennya dalam menjaring calon legislatif yang berkualitas dan memiliki integritas. Partai ini melakukan seleksi ketat terhadap para caleg agar mereka memiliki kompetensi dan visi yang sejalan dengan aspirasi masyarakat. Dengan mengukung calon yang dikenal luas dan memiliki rekam jejak yang baik, PAN berharap dapat merebut hati pemilih dan meraih kursi sebanyak mungkin di parlemen.

PAN menyadari pentingnya kolaborasi dan aliansi strategis. Oleh karena itu, partai ini aktif menjalin komunikasi dengan partai-partai lain untuk membentuk koalisi yang solid dalam menghadapi Pemilu 2024. Melalui kerja sama ini, PAN

optimis dapat memberikan dampak yang lebih besar bagi masyarakat dan memaksimalkan peluang untuk memenangkan pemilu.

Sebagai partai yang berbasis pada nilai-nilai amanat dan keadilan, PAN berkomitmen untuk menghadirkan perubahan yang positif bagi Indonesia. Dalam menghadapi Pemilu 2024, harapan PAN adalah untuk dapat menjalankan fungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, serta berkontribusi dalam pembangunan demokrasi yang lebih baik.

2.4 Lirik Lagu/Jingle PAN PAN PAN

Nyok, nyok, nyok, putar haluan

Hey, hey, hey, dijamin aman

Nyok, nyok, nyok, ayo ikut PAN

Sudah pasti ada harapan

Dari anak muda sampai ibu-ibu

Harus ikutan perangai kemiskinan

Bareng Zulkifli Hasan

PAN PAN PAN selalu terdepan

PAN PAN PAN pasti ada harapan

PAN PAN PAN hidup semakin mapan

PAN PAN PAN bareng Zulkifli Hasan

PAN PAN PAN selalu terdepan

PAN PAN PAN pasti ada harapan

PAN PAN PAN hidup semakin mapan

PAN PAN PAN bareng Zulkifli Hasan

Nyok, nyok, nyok, putar haluan

Hey, hey, hey, dijamin aman

Nyok, nyok, nyok, ayo ikut PAN

Sudah pasti ada harapan

Dari anak muda sampai ibu-ibu

Harus ikutan perangi kemiskinan

Bareng Zulkifli Hasan

PAN PAN PAN selalu terdepan

PAN PAN PAN pasti ada harapan

PAN PAN PAN hidup semakin mapan

PAN PAN PAN bareng Zulkifli Hasan

PAN PAN PAN selalu terdepan

PAN PAN PAN pasti ada harapan

PAN PAN PAN hidup semakin mapan

PAN PAN PAN bareng Zulkifli Hasan

BAB III

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini merupakan deskripsi dari data yang telah didapatkan dari pengumpulan data lapangan melalui observasi dan wawancara terhadap narasumber mengenai persepsi pemilih pemula (mahasiswa Unissula) terhadap jingle PAN PAN PAN dalam membangun citra politik Partai Amanat Nasional pada pemilu 2024. Pada bagian ini, peneliti akan melampirkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada narasumber.

Data yang disajikan pada bagian ini merupakan data primer hasil penelitian yang peneliti dapatkan melalui proses observasi dan wawancara dengan para narasumber. Data primer adalah data yang telah dihimpun oleh peneliti lapangan dengan bantuan *interview guide* kepada narasumber.

Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan dalam proses wawancara ialah mengenai bagaimana persepsi mahasiswa Unissula terutama pemilih pemula terhadap jingle PAN PAN PAN dalam membangun citra politik Partai Amanat Nasional pada pemilu 2024. Agar penelitian ini lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan observasi bagaimana reaksi narasumber pada saat mendengar jingle lagu PAN PAN PAN.

Hasil penelitian tersebut diuraikan dalam bentuk jawaban yang merupakan hasil dari observasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini merupakan narasumber yang terfokus pada pemilih pemula mahasiswa Unissula itu sendiri yang dikaitkan

sesuai dengan beberapa unsur identifikasi masalah. Informasi yang disajikan berupa data primer yang kemudian disajikan dalam bentuk penjelasan.

Observasi dan wawancara dilakukan pada tanggal 10 Juli 2024 hingga 13 Juli 2024. Wawancara dilakukan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Pada tahap analisis, peneliti akan melakukan dengan menyajikan video jingle lagu PAN PAN PAN dan membuat daftar pertanyaan untuk wawancara. Lalu menyajikan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan.

3.1 Identitas Informan

Informan terdiri dari mahasiswa angkatan 2021 hingga 2023 antara lain sebagai berikut :

1. Siti Nurida Lestari, 21 tahun, Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021
2. Moh Ferdi Hasan, 20 tahun, Mahasiswa Teknik Industri 2022
3. Dhini, 20 tahun, Mahasiswa Ilmu Hukum 2022
4. Lia Elviana, 19 Tahun, Mahasiswa Farmasi 2023
5. Putra, 19 Tahun, Mahasiswa Teknik Sipil 2023

3.2 Hasil Observasi Informan

Sebelum dilakukannya wawancara, peneliti melakukan observasi tentang bagaimana stimulus yang didapatkan oleh informan pada saat menonton *jingle* PAN PAN PAN. Hal ini dilakukan untuk mengetahui respon para informan tentang jingle

PAN PAN PAN ini. Observasi dilakukan dengan cara menyajikan musik video Jingle PAN PAN PAN dan informan diharap mendengar dan memperhatikan.

Dari hasil observasi yang dilakukan terhadap sekelompok pendengar setelah mendengarkan jingle PAN PAN PAN ini diperoleh beberapa respon yang menarik. Mayoritas pendengar terlihat lebih fokus dan memperhatikan setiap lirik yang ada diawal. Kemudian dilanjutkan beberapa informan ikut menyanyikan jingle tersebut. Selain itu, terdapat pula yang terlihat senyum-senyum sendiri setelah mendengarkan jingle, menunjukkan respon positif terhadap musik yang didengar.

Beberapa pendengar juga terlihat lebih mudah mengingat tentang Partai PAN setelah mendengar Jingle PAN PAN PAN ini. Secara keseluruhan, hasil observasi menunjukkan bahwa jingle PAN PAN PAN ini mampu menciptakan respon positif dan membangun hubungan emosional dengan para pendengar,

3.3 Hasil Wawancara Narasumber

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang dilakukan secara langsung dilapangan dan merumuskan beberapa masalah, serta mendapatkan data nyata-nyatanya yang dikategorikan sebagai berikut :

3.3.1 Pengetahuan tentang Partai Amanat Nasional

Adanya pemilu di tahun 2024 ini memunculkan banyak kampanye para partai politik. Para partai politik berlomba untuk mengenalkan

partainya di khalayak umum agar masyarakat menjadi tahu tentang partai politik mereka.

Salah satu dari berbagai partai politik adalah Partai Amanat Nasional. Dan ini merupakan *point* menarik untuk ditanyakan kepada narasumber tentang partai ini. Sehingga tertuang pertanyaan sebagai berikut :

“Apakah anda mengetahui tentang partai PAN?”

Menurut informan pertama yaitu Siti Nurida Lestari yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 :

“Tau, saya sering melihat iklannya di TV dan banyak terpampang baliho Partai PAN di jalan waktu mau ada pemilu”

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa iklan PAN sukses membuat masyarakat terutama pemilih pemula mengetahui tentang partai tersebut lewat iklannya. Selain itu, partai PAN juga sukses dalam memnmpatkan baliho partai sehingga masyarakat bisa mengenali Partai PAN.

Pada informan kedua menyatakan hal yang sama, yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri 2022 :

“Tau, tapi cuma tau aja kalo itu partai. Tapi ga begitu tau tentang sejarah dan siapa saja yang berkuasa dipartai itu sih”

Menurut pernyataan Ferdi ini dapat diketahui jika khalayak umum terutama pemilih pemula tahu tentang Partai PAN, hanya saja kurang mengetahui lebih dalam, sebagaimana yang dikatakan pemilih pemula kurang mengetahui tentang prosil atau Sejarah berdirinya partai PAN ini.

Lalu, informan ketiga yaitu Dhini dari Mahasiswa Ilmu Hukum 2022 juga mengetahui tentang Partai PAN ini, ia menyatakan

“Iya, saya tahu Partai PAN”

Dalam pernyataan tersebut, hanya menjelaskan tentang ketahuannya bahwa Partai Amanat Nasional itu ada.

Pernnyataan dari informan sebelumnya juga di dukung dengan pernyataan Lia Elvia yaitu seorang Mahasiswa Farmasi 2023 yang menyatakan

“Iya tahu kak, partai PAN itu yang banyak artisnya kan”

Dari pernyataan Lia ini, menjelaskan bahwa pengetahuan masyarakat tentang Partai PAN ini hanya sebatas partai yang banyak memiliki anggota para artis tanah air.

Pada informan kelima pun menyetujui pernyataan keempat informan sebelumnya, yaitu Putra dari Mahasiswa Teknik Sipil 2023 memberi pernyataan

“Saya tahu partai itu. Biasanya saya lihat iklannya kalau ga di TV ya di sosial media”

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa khalayak mengetahui tentang Partai PAN lewat iklan yang beredar di TV dan sosial media.

Dari beberapa jawaban yang telah peneliti dapatkan dari informan, dapat disimpulkan bahwa khalayak umum terutama pemilih pemula telah mengetahui tentang keberadaan partai PAN di kancah politik Indonesia. Dijelaskan dari mereka, mereka mengetahui partai tersebut dari iklan yang telah ditayangkan, selain itu mereka mengetahuinya tentang partai tersebut karena didominasi oleh para artis.

3.3.2 Pengetahuan tentang *Jingle* PAN PAN PAN

Persaingan para partai dalam pemilu 2024 ini menjadikan para partai berlomba lomba dalam mengiklankan partainya. Mereka bersaing dengan membuat iklan yang menarik yang bertujuan untuk menarik simpatisme masyarakat terhadap partainya masing-masing.

Tidak terkecuali bagi partai PAN, dengan merilis *jingle* lagu PAN PAN PAN partai PAN menjadi salah satu pusat perhatian masyarakat karena jinglenya ini. *Jingle* yang sangat nyentrik inilah yang membuat masyarakat memberikan perhatian lebih terhadap *jingle* PAN 2024 ini. Beberapa narasumber peneliti kali ini memberikan respon terkait *jingle* PAN ini. Sehingga tertuang pertanyaan berikut :

“Apakah anda mengetahui jingle lagu PAN PAN PAN?”

Pada informan pertama yaitu Siti Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 dan informan kedua Moh Ferdi Hasan menyatakan ketahuannya terhadap *jingle* PAN PAN PAN ini.

Tidak berbeda dengan informan pertama dan kedua, menyatakan bahwa pemilih pemula mengetahui tentang *jingle* tersebut yaitu Dhini selaku Mahasiswa Ilmu Hukum 2022 menyatakan

“Iya saya tahu banget”

Lalu, pada informan keempat yaitu Lia Elvia Mahasiswa Farmasi 2023 juga mendukung pernyataan informan sebelumnya dengan memberi pernyataan

“Iya tahu, saya sering denger di tiktok”

Dapat diketahui bahwa pemilih pemula mengetahui jingle lagu PAN PAN PAN ini dari sosial media Tiktok yang dimana Tiktok ini merupakan aplikasi yang Tengah ramai digunakan oleh masyarakat apalagi kalangan anak muda.

Pada informan kelima yaitu Putra Mahasiswa Teknik Sipil 2023 menyampaikan bahwa dia juga mengetahui tentang jingle ini, dengan menyatakan

“Saya tahu jingle itu. Bahkan saya juga hafal jingle tersebut. Karena selalu terlintas di kepala saya, Seakan akan saya merasa ikut dalam irama music tersebut”

Diketahui bahwa para masyarakat tidak hanya mengetahui tentang jingle PAN PANA PAN. Melainkan sudah pada tahap hafal tentang lagu tersebut. Hal ini terjadi karena viralnya lagu tersebut yang mudah diingat.

Dari pernyataan kelima informan, dapat disimpulkan bahwa jingle dari PAN PAN PAN telah diketahui oleh masyarakat luas. Tidak hanya mengetahui, bahkan *jingle* PAN PAN PAN ini banyak dihafal oleh masyarakat karena nada dan liriknya yang ringan dan mudah untuk diingat.

3.3.3 Respon Pendengar terhadap *Jingle* PAN PAN PAN

Jingle PAN PAN PAN ini cukup viral menjadi perbincangan masyarakat. Hal ini dikarenakan lirik lagu yang ringan dan nyentrik serta nada yang mudah diingat.

Di sosial media banyak orang yang bereaksi terhadap lagu ini. Banyak dari mereka yang ikut membuat konten lipsing lagu ini atau bahkan menciptakan gerakan tari dari *jingle* PAN PAN PAN ini. Sehingga para informan memberikan respon terhadap *jingle* PAN PAN PAN. Dan tertuang pertanyaan berikut :

*“Apa yang anda pikirkan saat mendengar *Jingle* PAN PAN PAN?”*

Pada informan pertama yaitu Siti Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 menyatakan

*“Waktu denger *jingle* PAN PAN PAN ini, saya otomatis jadi ikut bernyanyi karena lagu ini enak didengar”*

Dapat diketahui bahwa, jingle lagu PAN PAN PAN ini mudah untuk dinyanyikan oleh masyarakat. Dan juga jingle ini memiliki irama yang sangat digemari oleh masyarakat, khususnya pemilih pemula.

Namun dari pada informan kedua yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri 2022 menyatakan hal yang sama dengan alasan yang berbeda yaitu

“Saat mendengar jingle PAN PAN PAN ini saya langsung teringat dengan Eko Patrio”

Dari pernyataan tersebut, masyarakat menjadi sangat hafal dengan isi dari video iklan PAN PAN PAN. Hal ini dapat dilihat informan menyebut Eko Patrio yang dimana Eko patrio ini adalah salah satu bacaleg dari PAN yang ada pada video iklan tersebut.

Dari pernyataan sebelumnya, Dhini Mahasiswa Ilmu Hukum 2022 justru menyatakan

“Yang saya pikirkan waktu denger jingle PAN PAN PAN ini partai PAN seperti mengajak masyarakat untuk berkontribusi dalam pemilu 2024 untuk menjadikan PAN sebagai partai yang semakin terdepan”

Berdasarkan pernyataan diatas pesan yang terkandung dalam jingle PAN PAN PAN ini merupakan sebuah ajakan kepada masyarakat untuk turut serta berkontribusi dalam pemilu 2024 ini. Selain itu, dalam jingle ini juga berisi tentang Partai PAN sebagai partai yang semakin didepan.

Pada informan keempat yaitu Lia Elvia Mahasiswa Farmasi 2023 mendukung pernyataan dari informan pertama yaitu menyukai musiknya, dengan menyatakan

“Waktu denger lagu ini, saya suka dengan musiknya ya kak enak didengar”

Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa pada jingle PAN PAN PAN ini memiliki musik yang enak didengar bagi para pendengar.

Informan kelima juga menyatakan sangat suka dengan lirik yang ada pada jingle tersebut, yaitu Putra dari Mahasiswa Teknik Sipil 2023 memberi pernyataan

“Yang saya pikirkan ketika mendengar jingle tersebut. Waktu musik itu berada di lirik ‘PAN PAN PAN Pasti ada harapan’ Seakan akan semua yang ada dipikiran saya pasti akan selalu ada harapan yang lebih baik”

Dari pernyataan diatas, terdapat lirik “PAN PAN PAN pasti ada harapan” yang cukup menjadi point menarik dimana ada makna yang diterima adalah dengan partai PAN masyarakat berharap ada harapan yang lebih baik bagi Indonesia melalui Partai PAN.

Dari berbagai pernyataan yang telah didapatkan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa jingle PAN PAN PAN ini merupakan sebuah jingle partai yang cukup menarik dan menyita perhatian. Hal ini dibuktikan dengan mudahnya nada dan lirik untuk diingat serta makna dari lagu inipun memberikan harapan bagi khalayak umum. Selain itu, visual artis yang

terdapat pada lagu inipun memberikan perhatian tersendiri bagi para penontonnya.

3.3.4 Atensi (Perhatian) Mahasiswa Unissula terhadap *Jingle PAN PAN PAN*

Atensi atau perhatian adalah dimana proses secara sadar tentang sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Atensi mengacu pada sebuah proses kognitif yang menyeleksi informasi penting dari dunia di sekeliling kita dengan melalui pancaindera, sehingga otak secara berlebihan dipenuhi oleh informasi yang tidak terbatas jumlahnya.

Atensi ini masuk kepada banyaknya iklan partai yang ada pada saat menjelang pemilu. Namun, atensi masyarakat jatuh kepada *jingle PAN PAN PAN* ini. Hal ini lah yang membuat saya melakukan wawancara dengan barasumber dengan pertanyaan :

“Apa yang menarik perhatian Anda pertama kali ketika Anda mendengar jingle lagu PAN PAN PAN?”

Pernyataan dari informan pertama yaitu Siti Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 merasa pertama kali mendengarkan langsung tertarik dengan musiknya

“Waktu pertama denger lagu ini, saya tiba-tiba langsung memperhatikan dan merasa wah asik juga lagunya”

Didukung dengan pernyataan informan kedua yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri 2022 yang menyatakan

“Waktu denger lagunya, lagunya simpel dengan lirik-lirik yang sangat menarik perhatian dan menjanjikan kehidupan masyarakat yang mapan dan terdepan”

Menurut pernyataan tersebut, selain musiknya makna yang ada pada lirik ini juga menarik perhatian dimana dalam lirik tersebut mengandung pesan bahwa akan menjanjikan masyarakat menjadi mapan dan terdepan.

Lalu, informan ketiga yaitu Dhini Mahasiswa Ilmu Hukum 2022 juga menyatakan ketertarikannya dengan jingle PAN PAN PAN ini

“Saat mendengar jingle PAN yang menarik pertama kali adalah jingle tersebut dinyanyikan oleh beberapa artis dalam negeri”

Dari pernyataan informan diatas dapat diketahui bahwa hal yang diingat oleh para penonton selain musiknya yang menarik, saat mendengarkan jingle PAN PAN PAN ini juga banyaknya artis yang berkontribusi dalam iklan PAN PAN PAN ini.

Mendukung pernyataan dari informan pertama, kedua, dan ketiga yaitu Lia Elvia Mahasiswa Farmasi 2023 selaku informan menyatakan

“Menurut aku yang menarik dalam jingle PAN PAN PAN ini musiknya saja sih kak yang menarik”

Namun menurut informan kelima justru waktu pertama mendengarkan kurang tertarik, yaitu Putra Mahasiswa Teknik Sipil 2023 menyatakan

“Awalnya saya ga terlalu suka jingle lagu PAN tersebut. Karena pada saat itu bagi saya masih sangat asing. Tapi lama-lama di kepala saya melintas kalimat seperti ‘lama lama ini lagu asik juga’. Sehingga saya jadi tertarik sama lagu tersebut”

Dapat dijelaskan bahwa awal mendengar lagu ini kurang menarik perhatian yang mungkin masih asing ditelinga para pendengar. Namun seiring berjalannya waktu, dan dimana sangat sering diputar *jingle* ini menjadikan masyarakat tertarik terhadap *jingle* PAN PAN PAN ini.

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa atensi atau perhatian para pemilih pemula Mahasiswa Unissula ini adalah musik atau nada dari *jingle* yang menarik perhatian para pendengar. Selain itu visual para artis yang ditampilkan dalam iklan Partai PAN menjadikan salah satu focus perhatian mereka dibandingkan dengan iklan Partai lain. Didengarkannya lagu secara berulang juga menjadikan mereka cepat dalam mengingat *jingle* tersebut.

3.3.5 Penilaian Pemilih Pemula terhadap *Jingle* PAN PAN PAN

Dalam penilaian suatu hal terutama sebuah *jingle* hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana analisis para pendengar terhadap *jingle* atau lagu. Penilaian bertujuan untuk mempengaruhi persepsi dan emosi pemirsa.

Penilaian ini dapat membantu pendengar atau penonton untuk lebih kritis dalam menyerap informasi dan membuat sebuah Keputusan. Sehingga peneliti melakukan wawancara dengan narasumber melalui pertanyaan sebagai berikut :

“Bagaimana penilaian anda setelah mendengar jingle lagu PAN PAN PAN?”

Pada informan pertama Situ Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 menyatakan

“Menurut penilaian saya jingle PAN PAN PAN ini bagus dan lagunya kekinian banget ya, beda sama lagu partai lain yang kadang membosankan”

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa *jingle* PAN PAN PAN ini adalah jingle pemilu yang memiliki daya tarik yang lebih dibandingkan dengan Partai lain. Hal ini terjadi dikarenakan lagu dari partai lain yang terdengar membosankan, berbeda dengan *jingle* PAN PAN PAN yang mengusung music yang lebih *fresh*.

Pada informan kedua juga memeberikan respon positif yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri 2022 dengan menyatakan

“Penilaian saya sih baik baik saja, itu salah satu marketing bagi PAN juga menciptakan jingle yang begitu menarik perhatian masyarakat apalagi banyak sekali publik figure dan artis artis yang ikut serta dipartai PAN”

Dari pemaparan diatas dapat diketahui bahwa pendengar merasa baik-baik saja dengan lagu tersebut yang dimana tidak mengandung unsur kebencian dalam jingle tersebut. Selain itu disajikannya para artis dalam iklan PAN PAN PAN ini menjadikan perhatian yang lebih terhadap Partai PAN itu sendiri.

Kemudian pada informan ketigapun juga setuju dengan pernyataan informan pertama yaitu Dhini Mahasiswa Ilmu Hukum 2022 menyatakan

“jingle PAN bagus”

Pernyataan positif ini juga dinyatakan oleh informan keempat yaitu Lia Elvia Mahasiswa Farmasi 2023 yang menyatakan

“Menurut saya sih jingle dari partai PAN ini mudah diingat ya kak. Selain itu juga dapat menginformasi banyak orang”

Dari pernyataan tersebut dijelaskan bahwa *jingle* PAN PAN PAN ini mudah diingat oleh banyak orang. Selain mudah diingat, lirik dari *jingle* PAN PAN PAN ini mengandung pesan yang dapat menginformasi khalayak umum.

Kemudian pernyataan dari informan kelima yaitu Putra Mahasiswa dari Teknik Sipil 2023 menyatakan bahwa

“Penilaian saya terhadap jingle lagu ini itu dalam pembuatan musiknya sih kak. Karena menurut saya durasi jingle yang hanya 30 detik dapat mencakup banyak hal hal positif, yang dimana dapat mempengaruhi

masyarakat untuk mengenal Partai PAN secara rinci dan mudah dimengerti masyarakat”

Dari pernyataan diatas menjelaskan bahwa dalam *jingle* yang cukup singkat yaitu hanya berdurasi 30 detik ini tapi dapat mencakup atau berisi tentang pesan-pesan positif. Pesan-pesan positif inilah yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk mengenal lebih dalam tentang Partai PAN itu sendiri. Sehingga masyarakat dapat mengetahui lebih dalam dan memahami tentang Partai PAN.

Dari berbagai penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *jingle* PAN PAN PAN ini membuktikan bahwa ini adalah *jingle* yang bagus. Hal itu dikarenakan isi atau lirik dari *jingle* PAN PAN PAN ini mengandung pesan atau makna yang positif bagi masyarakat. Hal ini lah yang membedakan lagu ini dengan partai lain pembawaanya yang ringan dan segar sehingga memiliki cara marketing tersendiri dan berbeda dari yang lain.

3.3.6 Pengetahuan tentang Partai PAN setelah Mendengar *Jingle* PAN PAN PAN

Pengetahuan individu dalam menilai sesuatu pasti akan berbeda dnegan seiring berjalannya waktu. Apalagi pengetahuan yang dimiliki sebelum dan setelah memahami suatu hal pasti akan cenderung memiliki perbedaan.

Sama halnya dengan sebuah partai, sebelum pemilu sebagian besar masyarakat terutama pada para pemilih pemula mungkin asing atau hanya

mengetahui sebagian kecil mengenai beberapa partai di Indonesia. Maka dari itu dengan adanya pemilu inilah yang menjadikan ajang untuk memberitahu masyarakat tentang masing-masing partai. Sehingga peneliti melakukan wawancara dengan pertanyaan sebagai berikut :

“Apa yang anda ketahui tentang Partai PAN setelah mendengar jingle PAN PAN PAN?”

Pada informan pertama Siti Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 menyatakan

“Kalo aku sih mungkin ada perbedaan ya kak, yang awalnya aku gatau siapa ketua umum Partai PAN, sekarang aku jadi tau kalo ketua umumnya itu Zulkifli Hasan karena namanya ada dilagu tersebut”

Dijelaskan dari informan bahwa setelah mendengar *jingle* PAN PAN PAN ini, ada sedikit perbedaan pemahaman tentang Partai PAN, dapat diketahui bahwa ketua umum dari Partai PAN itu sendiri ada Zulkifli Hasan. Hal ini yang mungkin banyak dari masyarakat sebelumnya belum mengenal ketua umum dari Partai PAN itu sendiri.

Namun, menurut pernyataan informan kedua yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri menyatakan

“Kalo aku masih tetep sama sih hal yang aku tahu dari sebelum dengerin lagu ini sama sesudahnya, cuma tau kalo itu partai di Indonesia dan anggota nya kebanyakan artis atau public figure yang bisa dibilang kondang”

Dari pernyataan yang dijelaskan oleh informan dapat diketahui bahwa setelah mendengar lagu itupun tidak sama sekali menambah pengetahuan tentang Partai PAN. Yang dimana diketahui Partai PAN ini banyak beranggotakan para artis Indonesia seperti Eko Patrio, Verrel Bramasta, Uya Kuya, dan masih banyak lagi.

Selanjutnya, informan ketiga mendukung pernyataan dari informan pertama yaitu Dhini Mahasiswa dari Ilmu Hukum 2022 yang menyatakan

“Setelah dengerin jingle ini, aku jadi tahu kalau Partai PAN adalah partai yang beringinkan untuk membangun masa depan rakyat dan menjadikan masyarakat menjadi sejahtera, terus partai ini juga diketuai oleh Zulkifli Hasan”

Dari pernyataan informan diatas dapat diketahui bahwa setelah mendengar *jingle* PAN PAN PAN ini informan jadi mengetahui bahwa Partai PAN ini adalah partai yang bertujuan untuk membangun masa depan rakyat untuk lebih baik dan sejahtera. Dan juga, sama seperti penjelasan sebelumnya dapat diketahui dari lirik tersebut bahwa ketua umum dari Partai PAN ini adalah Zulkifli Hasan.

Kemudian dari informan keempat yaitu Lia Elvia Mahasiswa Farmasi 2023 mendukung pernyataan dari informan pertama dan ketiga dengan menyatakan

“Waktu dengerin lagunya sama nonton iklannya aku jadi tahu sih kalo ternyata Partai PAN ini itu banyak artisnya ya”

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwasannya setelah mendengar dan menonton iklan PAN PAN PAN ini memiliki pengetahuan tambahan yaitu banyaknya artis yang menjadi anggota dari Partai PAN itu sendiri.

Lalu dari informan kelima yaitu Putra seorang Mahasiswa Teknik Sipil 2023 juga menyetujui pendapat informan sebelumnya dengan menyatakan

“Yang saya ketahui mengenai partai PAN setelah mendengarkan jingle PAN PAN PAN ini adalah Partai PAN memiliki ketua umum Zulkifli Hasan. Karena didalam jingle tersebut sudah dicantumkan nama Zulkifli Hasan. Yang dimana dia akan dapat membantu rakyat dengan caranya”

Pada pernyataan ini diketahui bahwa sama seperti informan lain yaitu Partai PAN diketuai oleh Zulkifli Hasan. Selain itu informan juga menjelaskan bahwa dalam lirik lagu ini Zulkfli Hasan ditujukan akan membantu rakyat.

Dari berbagai penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa setelah mendengar *jingle* PAN PAN PAN ini beberapa pendengar menjadi tahu tentang pesan yang disampaikan dalam lagu tersebut kepada masyarakat. Penonton juga menjadi tahu bahwa didalam Partai PAN itu sendiri didominasi oleh para artis tanah air. Selain itu, para pendengar menjadi tahu bahwa ketua umum dari Partai PAN adalah Zulkifli Hasan.

3.3.7 Lirik yang Mendeskripsikan Partai PAN dalam *Jingle* PAN PAN PAN

Lirik pada *jingle* merupakan teks atau kata-kata yang biasanya dinyanyikan dalam sebuah iklan pendek atau lagu promosi. Lirik tersebut

dirancang untuk dengan cepat menarik perhatian pendengar, mudah diingat, dan mengkomunikasikan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan atau produk tersebut.

Lirik pada jingle biasanya singkat, sederhana, dan mudah diingat agar dapat meninggalkan kesan yang kuat pada pendengar. Maka dari itu peneliti melakukan wawancara dengan informan melalui pertanyaan berikut :

“Menurut anda, bagian lirik yang mana yang dapat mendiskripsikan dengan jelas bahwa itu jingle lagu PAN PAN PAN?”

Pada informan pertama Siti Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 menyatakan

“Menurut saya pada lirik PAN PAN PAN hidup semakin mapan”

Dari pernyataan diatas dapat diketahui secara pasti dan jelas jika lirik ‘PAN PAN PAN hidup semakin mapan’ menunjukkan bahwa jingle tersebut merupakan dari Partai PAN. Karena tertera dengan jelas penggunaan kata PAN yang merujuk pada Partai PAN.

Lalu informan kedua yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri 2022 menyatakan juga menyatakan hal yang sama

“Pada lirik PAN PAN PAN hidup semakin mapan”

Selanjutnya, pada informan ketiga yaitu Dhini Mahasiswa dari Ilmu Hukum 2022 menyatakan lirik setelahnya yang telah dinyatakan oleh informan sebelumnya namun merujuk ke kata yang sama yaitu PAN

“Di lirik PAN PAN PAN pasti ada harapan”

Pada informan keempat yaitu Lia Elvia seorang Mahasiswa Farmasi 2023 menyatakan lirik yang berbeda dengan merujuk ke kata yang sama seperti sebelumnya

“Yang paling kelihatan kalo aku itu dilirik PAN PAN PAN semakin terdepan”

Merangkum dari pendapat sebelumnya, informan kelima yaitu Putra Mahasiswa Teknik Industri menyatakan

“Bisa dikatakan hampir disemua lirik sudah dapat mendeskripsikan partai PAN. Didalam musik tersebut pasti ada kalimat ‘PAN PAN PAN’ yang dimana setelah kalimat itu pasti mendeskripsikan partai PAN yang pasti ada harapan, pasti selalu terdepan. Dan masih banyak lagi. Itu sih yang bikin jingle partai PAN itu dapat mendeskripsikan dengan jelas”

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pada hampir seluruh lirik dari *jingle* PAN PAN PAN ini dapat mendeskripsikan atau memberitahukan kepada khalayak bahwa *jingle* tersebut merupakan *jingle* PAN PAN PAN.

Dari semua pernyataan para informan diatas, dapat disimpulkan bahwa banyak dari lirik *jingle* PAN PAN PAN yang dapat mendeskripsikan bahwa *jingle* tersebut merupakan *jingle* dari Partai PAN. Hal tersebut sudah terlihat jelas dengan pengulangan kata PAN dalam liriknya.

3.3.8 Pemahaman tentang Partai PAN melalui *Jingle* PAN PAN PAN

Pemahaman terhadap sebuah partai politik dapat didukung melalui *jingle* yang digunakan oleh partai tersebut. *Jingle* yang baik dapat memberikan gambaran yang jelas tentang nilai-nilai, tujuan, dan komitmen partai politik itu sendiri. Melalui lirik yang dibawakan dalam *jingle*, masyarakat dapat memahami secara lebih mendalam tentang platform politik suatu partai dan dapat membantu memperkuat kesan serta citra partai tersebut di mata masyarakat.

Partai politik sering menggunakan *jingle* sebagai sarana untuk menyebarkan pesan dan mempromosikan nilai-nilai serta program mereka kepada masyarakat. Melalui *jingle*, partai politik dapat menyampaikan visi, misi, dan platform politik mereka secara singkat namun mudah diingat. *Jingle* juga membantu menciptakan identitas yang kuat bagi partai politik tersebut dan membangun hubungan emosional dengan para pendukung. Sehingga peneliti melakukan wawancara dengan pertanyaan sebagai berikut :

“Apakah lirik yang ada pada jingle PAN PAN PAN dapat meningkatkan pemahaman anda tentang partai PAN?”

Pada informan pertama dan kedua memberi pernyataan setuju, Siti Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikaso 2021 menyatakan

“Menurut aku iya sih, aku jadi lebih paham ternyata Partai PAN punya ketua umum yang Namanya Zulkifli Hasan”

Sama halnya dari informan pertama, keterangan informan kedua yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri 2022 menyatakan

“Kalo aku iya, Partai PAN menjanjikan masyarakat akan dibantu sama mereka, apabila memilih Zulkfli Hasan pasti masyarakat dibantu dan hidup masyarakat akan semakin mapan dan terdepan. Tapi ya itu semua belum tentu terealisasikan bisa jadi hidup anggotanya yang mapan tapi masyarakatnya tidak”

Pernyataan dari informan diatas dapat diketahui bahwa dalam lirik tersebut memberikan pemahaman tentang janji Partai PAN terhadap masyarakat untuk menjadi mapan dan terdepan. Namun, masih timbul kekhawatiran apakah program itu dapat terealisasikan atau tidak.

Selanjutnya, pada informan ketiga Dhini Mahasiswa dari Ilmu Hukum juga mendukung pernyataan sebelumnya menyatakan

“Iya, sangat dapat meningkatkan pemahaman terhadap partai PAN itu sendiri karena dalam lirik jingle menyebutkan bagaimana PAN bergerak dalam masa mendatang”

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pada lirik PAN didapatkan pemahaman tentang pergerakan Partai PAN di masa yang akan datang.

Pernyataan informan ketiga didukung oleh informan keempat yaitu Lia Elvia Mahasiswa Farmasi 2023 menyatakan

“Menurut saya setelah dengerin jingle ini jadi meningkatkan pemahaman saya sih kak, saya jadi tahu tentang visi misi Partai PAN untuk kedepannya”

Lalu, informan kelima yaitu Putra Mahasiswa Teknik Sipil 2023 juga mendukung pernyataan dari semua informan sebelumnya dengan menyatakan

“Lirik tersebut sangat meningkatkan pemahaman saya tentang partai PAN. Walaupun ada beberapa hal kecil yang masih belum saya ketahui dan belum saya pahami”

Namun dari Putra dapat diketahui masih tidak banyak dan mungkin masih ada beberapa hal yang masih sedikit diketahui oleh masyarakat.

Dari berbagai pernyataan yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa lirik dari *Jingle* PAN PAN PAN dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terutama pemilih pemula terhadap Partai PAN. Meskipun tidak banyak hal yang dapat diketahui hanya dengan lirik lagu, namun para pemirsa dapat mengetahui tentang visi misi dari partai PAN untuk masyarakat Indonesia dimasa yang akan mendatang dan berharap untuk dibuktikan setelah adanya proses pemilu 2024 ini.

3.3.9 *Jingle* sebagai Pengaruh Pilihan Politik

Dalam konteks pilihan politik, *jingle* dapat memiliki pengaruh yang signifikan karena dapat menciptakan kesan emosional atau mempengaruhi persepsi terhadap seorang kandidat atau partai politik. *Jingle* yang *catch*

yang mudah diingat juga dapat membantu memperkuat pesan politik yang ingin disampaikan kepada pemilih.

Jingle dapat mempengaruhi pilihan politik karena memiliki efek psikologis yang kuat terhadap pemirsa. Musik dan lirik yang mudah diingat dalam *jingle* dapat menciptakan ikatan emosional dengan pendengarnya, sehingga menciptakan kesan positif terhadap kandidat atau partai politik yang diwakili oleh *jingle* tersebut. Maka dari itu peneliti melakukan wawancara dengan pertanyaan sebagai berikut :

“Apakah anda merasa dengan adanya jingle PAN PAN PAN ini dapat mempengaruhi pilihan politik anda pada pemilu 2024?”

Pada informan pertama Siti Nurida Lestari Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 menyatakan

“Iya, karena awalnya saya tidak memiliki pilihan yang kuat namun dengan adanya jingle ini saya bisa menjadikan Partai PAN sebagai salah satu opsi pilhan saya di pemilu kali ini”

Diketahui bahwa informan yang awalnya tidak menjadikan Partai PAN dalam salah satu pilihannya. Setelah mendengar *Jingle* PAN PAN PAN ini menjadikan Partai PAN kategori dalam pilihan pada pemilu 2024.

Sama halnya dengan informan pertama, informan kedua yaitu Moh Ferdi Hasan Mahasiswa Teknik Industri 2022 menyatakan

“Iya, karena setelah menonton jingle ini saya merasa partai PAN ini mampu juga dalam mensejahterakan masyarakat Indonesia”

Didukung pernyataan dari informan ketiga yaitu Dhini Mahasiswa Ilmu Hukum 2022 menyatakan

“Kalo menurut saya, dengan adanya jingle PAN PAN PAN tentunya membuat saya jadi tau bagaimana visi misi partai PAN tapi sebagai masyarakat yg sudah berhak memilih atas pemilu 2024 pendapat saya jingle PAN mempengaruhi pilihan politik pada saya karena sebelumnya saya belum menyiapkan pilihan politik”

Pada informan keempat yaitu Lia Elvia Mahasiswa Farmasi 2023 juga tidak setuju dalam merubah pilihan, dengan menyatakan

“Menurut saya sama saja sih kak, tapi di jingle PAN PAN PAN ini jadi perhatian khusus saya terhadap iklan itu sih”

Dijelaskan terhadap pernyataan diatas bahwa adanya jingle PAN PAN PAN ini sangat memberikan pengaruh dalam hak pilih pada pemilu 2024 ini. Kemudian, dari jingle ini pemirsa menjadi tahu tentang visi misi partai dan menjadikan perhatian khusus bagi masyarakat.

Informan kelima yaitu Putra Mahasiswa dari Teknik Sipil justru memberi pernyataan setuju kepada informan pertaman dengan menyatakan

“Dengan adanya jingle pan tentunya membuat saya menjadi tau bagaimana visi misi partai PAN, hal inilah yang dapat mempengaruhi saya setelah mendengar jingle PAN PAN PAN ini”

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa *jingle* dari partai PAN itu sendiri dapat mempengaruhi para pemilih pemula dalam melakukan hak pilih di pemilu 2024 ini.

Kesimpulan yang didapatkan dari semua pernyataan diatas adalah beberapa dari pemilih pemula ini dapat terpengaruh dalam pilihan politik setelah mendengar *Jingle* PAN PAN PAN, namun sebagian dari mereka juga masih belum terpengaruh hanya dengan mendengarkan *jingle* tersebut.



BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan hasil penelitian berupa observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap para narasumber yaitu pemilih pemula Mahasiswa Unissula. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pemilih pemula Mahasiswa Unissula terhadap *Jingle* PAN PAN PAN dalam membangun citra politik Partai Amanat Nasional.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi dan wawancara yang ditulis dan dijelaskan oleh penulis. Observasi dilakukan dengan cara mengamati *gestur* dan respon mereka saat mendengar *Jingle* PAN PAN PAN. Dan wawancara tersstruktur dilakukan melalui pertanyaan secara lisan tatap muka dengan informan yang diidentifikasi berdasarkan permasalahan yang diteliti untuk memastikan data yang diperoleh telah lengkap dan rinci.

Hasil dari observasi dan wawancara tersebut digunakan sebagai data utama penelitian yang telah peneliti kumpulkan. Pada informan yang dipilih berdasarkan penelitian ini adalah key informan yang berkualifikasi tinggi yaitu para pemilih pemula (Mahasiswa Unissula) atau orang yang pertama kali mengikuti pemilu 2024. Pemilihan informan dipilih berdasarkan pada kemampuan informan dalam memberikan data dan informasi secara detail.

4.1 Persepsi Pemilih Pemula Mahasiswa Unissula

Persepsi seorang manusia akan selalu mengacu pada pendekteksian awal energi dari dunia fisik, dan studi sensasi umumnya berkaitan dengan struktur dan mekanisme sensasi. Di sisi lain, persepsi membutuhkan kognisi tinggi untuk menginterpretasikan informasi sensasi

Menurut asumsi dari Herman Vol Helmholtz teori persepsi menggambarkan bahwa pemahaman manusia tentang dunia adalah hasil dari kolaborasi aktif antara berbagai sumber informasi, baik internal (pengetahuan sebelumnya) maupun eksternal (informasi sensorik). Teori ini menyatakan bahwa persepsi adalah proses di mana otak manusia membuat estimasi terbaik tentang dunia berdasarkan informasi sensorik yang diterima. Dengan kata lain, otak mencoba untuk memahami dunia dengan cara yang paling logis dan masuk akal berdasarkan data sensorik yang ada.

Hasil analisis ini menggunakan analisis teori persepsi dari Herman Vol Helmholtz tentang pendekatan memahami proses persepsi manusia. Teori ini menekankan bahwa otak manusia adalah alat pemrosesan yang aktif dalam menciptakan pemahaman tentang dunia sekitarnya. Dimana teori persepsi mengasusikan upaya otak manusia untuk menggabungkan informasi baru yang diterima melalui indra dengan pengetahuan yang telah ada. Ini berarti bahwa persepsi tidak hanya didasarkan pada apa yang dilihat atau didengar saat ini, tetapi juga melibatkan penggunaan pengetahuan sebelumnya.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana kita merasakan rangsangan, termasuk konteks, pengalaman sebelumnya, perhatian, dan harapan. Hal ini dilakukan oleh informan pada penelitian ini, yaitu dengan informan mengamati/menonton video *Jingle* PAN PAN PAN lalu peneliti melihat reaksi dari para informan. Para informan dapat melihat objek yang sama tetapi memiliki persepsi yang berbeda tergantung pada konteks di mana objek tersebut ditemukan.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap para informan di bab sebelumnya peneliti menemukan fakta bahwa kelima informan merespon video tersebut dengan positif dan antusiasme yang cukup tinggi. Mereka ikut bensenandung mengikuti irama lagu yang disajikan. *Jingle* “PAN PAN PAN” dikemas dengan aransemen musik yang menarik perhatian pengguna media sosial. Di bagian awal, terdapat instrumen terumpet yang terdengar tidak asing dengan milenial. Dengan adanya *jingle* ini bertujuan untuk mendapatkan respon positif merupakan bukti kesuksesan dari iklan tersebut. *Jingle* PAN PAN PAN ini memperoleh respon positif membuktikan bahwa *jingle* PAN PAN PAN ini merupakan iklan yang sukses dalam perilisannya di mata masyarakat terutama para pemilih pemula.

Masyarakat umumnya percaya bahwa partai politik adalah cara untuk mendapatkan kekuasaan, dan setelah mereka melakukannya, mereka lupa tentang masyarakat. *Jingle* PAN PAN PAN dirilis oleh PAN, yang menggambarkan tujuan partai tersebut untuk menjadi partai terdepan dan maju bersama Zulkifli Hasan.

Beberapa dari mereka senang dan menyukai lagu-lagu yang dirilis oleh PAN tersebut. Iklan politik ini pasti menggunakan strategi kampanye yang matang. Iklan konsep adalah jenis iklan politik yang digunakan dalam video ini (Sofiyyah : 2020). Iklan konsep adalah iklan yang menyebarkan ide-ide seperti slogan partai. Iklan konsep inidimodifikasi menjadi sebuah lagu, di mana liriknya berisi slogan, visi misi, dan slogan PAN untuk pemilu 2024.

Dalam persepsi terdapat stimulus yang mempengaruhi perhatian/atensi, interpretasi, dan kecepatan respons. Seperti halnya dengan penelitian ini, pada proses persepsi Pemilih Pemula Mahasiswa Unissula dapat dilihat dari data wawancara yang telah didapatkan bahwa para informan menjadi tahu bahwa didalam Partai PAN itu sendiri didominasi oleh para artis tanah air, dan mereka mengaku bahwa jingle PAN PAN PAN ini musiknya sangat enak untuk didengar. Pada hasil proses persepsi yang telah didapatkan dari pemilih pemula merupakan suatu proses sensasi. Hal ini didasarkan karena proses sensasi dalam persepsi sangat penting.

4.2 Jingle PAN PAN PAN

Jingle PAN PAN PAN dapat menciptakan narasi dramatis yang menggugah perasaan, menarik perhatian, dan membangun koneksi emosional dengan audiens. Strategi dramaturgi dalam iklan PAN membantu dalam mempresentasikan partai secara persuasif, memperkuat pesan-pesan komunikasi, dan mempengaruhi persepsi serta respons audiens terhadap partai dan program partainya. Selain itu

lirik dari *jingle* ini juga mengandung pesan dan ajakan yang positif bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menandakan bahwa *jingle* ini sukses untuk mendapatkan respon positif bagi masyarakat khususnya para pemilih pemula mahasiswa Unissula.

Jingle PAN menggunakan elemen-elemen menarik untuk memberikan pesan dan memunculkan kesan secara dramatis. Mereka menggunakan *jingle* yang unik, scene video yang menarik, musik yang menyenangkan, dan aktor-aktor yang berpengalaman di industri hiburan. Hal ini membuat iklan PAN menarik bagi penonton dan mencegah mereka merasa bosan saat menontonnya. Pengemasan lagu dan lirik yang sederhana memberikan gambaran bahwa partai mempunyai kedekatan dengan masyarakat

Atensi seseorang terhadap *jingle* PAN PAN PAN sering kali sangat tinggi, terutama karena melodi yang catchy dan lirik yang mudah diingat. *Jingle* ini dirancang dengan elemen musik yang menarik, sehingga mampu menarik perhatian pendengar sejak detik pertama. Ketika diputar, banyak orang merasa terikat dengan ritme dan nada yang ceria, sehingga memicu respons positif. Selain itu, *jingle* ini sering kali diasosiasikan dengan konteks tertentu, seperti iklan atau promosi, yang membuatnya lebih melekat di ingatan. Dengan demikian, atensi terhadap *jingle* ini tidak hanya muncul karena keunikan musiknya, tetapi juga karena kemampuan *jingle* tersebut untuk berhubungan dengan pengalaman dan persepsi pendengar.

Dari hasil wawancara dengan informan, didapatkan sebuah fakta bahwa semakin seringnya iklan ini beredar di media sosial membuat pendengar menjadi hafal dan berpendapat lagu ini sangat asik didengar. video *jingle* PAN PAN PAN

menggunakan setting yang mencerminkan suasana yang dramatis dan menarik perhatian. Penggunaan lokasi yang strategis, *visual* yang menarik, atau simbol-simbol yang relevan dapat menciptakan panggung yang menarik bagi iklan tersebut. Hal ini membantu menciptakan atmosfer yang tepat dan meningkatkan daya tarik *visual* iklan PAN.

Iklan PAN ini menghadirkan konsep atau pendekatan yang bisa dikatakan jarang dilakukan partai politik lainnya, di mana iklan tersebut menggunakan lagu atau jingle dalam menyampaikan pesan politiknya. Hampir sama dengan iklan politik Partai Persatuan Indonesia (Perindo), namun iklan politik PAN ini memiliki lirik serta nada musik yang lebih terkesan ringan serta santai jika dibandingkan dengan iklan politik Perindo yang memiliki lirik serta nada musik yang terkesan berat, serius dan cenderung seperti lagu kebangsaan.

Jingle PAN menggunakan elemen-elemen menarik untuk memberikan pesan dan memunculkan kesan secara dramatis. Mereka menggunakan *jingle* yang unik, scene video yang menarik, musik yang menyenangkan, dan aktor-aktor yang berpengalaman di industri hiburan. Hal ini membuat iklan PAN menarik bagi penonton dan mencegah mereka merasa bosan saat menontonnya. Pengemasan lagu dan lirik yang sederhana memberikan gambaran bahwa partai mempunyai kedekatan dengan masyarakat. *Jingle* PAN ini dapat dikatakan sebagai kesuksesan komunikasi politik karena konten itu berhasil menjangkau publik yang luas dengan cara organik

4.3 Visual Artis dalam Iklan

Visual para artis yang ditampilkan dalam iklan Partai PAN menjadikan salah satu fokus perhatian mereka dibandingkan dengan iklan Partai lain. Kemudian, penggunaan lirik dengan menyebut “PAN” dalam beberapa liriknya secara langsung juga menjadikan daya tarik atau atensi bahwa *jingle* tersebut merupakan *jingle* dari Partai PAN. PAN memanfaatkan karakter yang kuat mulai dari menghadirkan figur publik, anak muda, hingga sepak terjang kader untuk menggambarkan citra partai. Melalui hal tersebut, PAN mempresentasikan diri sebagai partai dengan entitas yang kredibel dan memiliki kesan menarik di kalangan masyarakat.

Visual yang ditampilkan ini sejalan dengan pengertian tentang iklan politik yang merupakan bentuk komunikasi persuasif yang berisi visual gambaran sebuah industri dengan tujuan eksistensi dan akulturasi dalam kepelikan citra. Dalam politik, iklan politik berguna untuk memasarkan citra dari partai dan kandidat partai untuk mencari suara dalam pemilihan kandidat maupun partai.

Berdasarkan hasil wawancara informan menyatakan selain lagu yang menarik, atensi para penonton juga terfokus pada visual para kader artis PAN yang ditampilkan dalam iklan. Perhatian inilah yang tidak hanya menjadikan atensi mereka terpaku pada aransemen lagu saja. Melainkan juga pada konsep iklan dengan visual yang disajikan.

Hal ini menandakan bahwa informan cenderung perhatian dengan nada dari jingle dan visual para artis yang disajikan dalam video *jingle* PAN PAN PAN ini. Iklan politik ini tentunya menggunakan strategi kampanye yang telah dirumuskan secara matang.

Upaya ini dilakukan untuk memunculkan kesan dekat dengan pemilih pemula yaitu dengan mengenalkan kader muda kepada khalayak luas. Ini dilakukan dengan melibatkan pada kader muda partai, yang juga berlatar belakang sebagai figur publik, dalam video klip. Secara tidak langsung, hal tersebut merepresentasikan kedekatan partai dengan dengan anak muda.

Video *jingle* memperlihatkan beberapa tokoh publik figur yang digandrungi milenial seperti aktor muda Varrel Bramasta, Uya Kuya, Lula Kamal; musisi seperti Selvi Isti Apriani (Selvi Kitty), Bebyzie, Sigit Purnomo (Pasha Ungu), hingga Tom Liwafa yang dikenal sebagai crazy rich Surabaya. Secara kompak, seluruh kader muda ini menampilkan diri dengan gaya yang ditujukan untuk merepresentasikan generasi milenial atau pemuda saat ini.

Visual artis yang terlibat dalam iklan PAN PAN PAN memainkan peran penting dalam menciptakan daya tarik dan keefektifan kampanye pemasaran. Setiap artis yang terlibat dalam iklan PAN PAN PAN membawa karakter dan persona yang unik. Artis yang memiliki reputasi baik atau banyak penggemar dapat meningkatkan kredibilitas partai dan menarik perhatian orang-orang yang mungkin sebelumnya tidak mengenal Partai tersebut.

Visual artis dalam video *jingle* PAN PAN PAN memainkan peran yang sangat strategis dalam menarik perhatian dan menciptakan ikatan dengan konsumen. Dengan karakter yang bervariasi, kemampuan untuk membangun keterlibatan emosional, dan dampak positif terhadap citra politik partai. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran artis yang tepat dapat menjadi faktor kunci dalam kesuksesan sebuah kampanye politik.

4.4 Pesan atau Makna Iklan

PAN memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi sebagai saluran komunikasi untuk menyebarkan pesan-pesan politik. Platform digital digunakan untuk memperluas jangkauan komunikasi, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, dan membangun awareness di masyarakat. Tujuannya tidak lain adalah mendapatkan dukungan sebanyak-banyaknya dari masyarakat pada kontestasi Pemilu 2024.

Dalam iklan politik, level informasi dimana iklan politik sebagai media penginformasian bagi warga negara masyarakat terkait tokoh atau calon kandidat yang diusung dan memberikan informasi terkait visi misi. Iklan politik sebagai media persuasi ialah untuk mengubah sikap serta perilaku orang dengan menggunakan kata - kata lisan dan tulisan, menanamkan opini baru serta usaha yang disadari. Iklan politik sejatinya untuk mengubah sikap, kepercayaan atau perilaku khalayak dengan menguraikan informasi - informasi penting dari calon kandidat. Sama halnya dengan *jingle* PAN PAN PAN ini yang dapat mempengaruhi

pilihan politik bagi para pendengarnya. Persuasi ini meliputi cara pendekatan - pendekatan yang dilakukan kandidat melalui iklan di televises atau media lainnya untuk menghasilkan tingkatan perubahan dalam persepsi, kepercayaan, nilai dan pengharapan pribadi terhadap suatu partai.

Dari hasil wawancara dengan informan, mendapatkan hasil analisis bahwa isi atau lirik dari *jingle* PAN PAN PAN ini mengandung pesan atau makna yang positif bagi masyarakat. Lirik dari *Jingle* PAN PAN PAN dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terutama pemilih pemula terhadap Partai PAN. Makna yang disampaikan dari *jingle* ini juga dapat mempengaruhi beberapa informan dalam pilihan politiknya. Iklan PAN ini mudah diterima dan dicerna oleh masyarakat yang mendengar dan melihatnya melalui media massa maupun media social.

Hal ini pula menentukan bahwa strategi iklan dan kampanye yang dilakukan PAN sejatinya tepat pada era saat ini. Sosial media kini menjadi sarana baru yang praktis dan efektif dalam mengiklankan visi misi maupun slogan partai ataupun calon kandidat. Menghadapi Pemilu 2024, salah satu media yang efektif dalam mempromosikan atau mengiklankan kandidat.

Melalui *jingle*, partai PAN juga mengupayakan pesan bahwa PAN mempunyai perhatian terhadap masyarakat luas. Hal tersebut dimunculkan dengan scene video yang memperlihatkan cuplikan kegiatan partai dengan berbagai lapisan masyarakat, jargon, dan lirik yang terarah pada demografi masyarakat secara umum.

Pesan dalam *jingle* PAN PAN PAN ini seringkali mengedepankan semangat untuk memberikan amanat kepada rakyat serta berjuang demi kepentingan masyarakat luas. Makna ini menyoroti pentingnya kepercayaan antara partai dan pemilih, di mana PAN berkomitmen untuk menjadi penghubung aspirasi rakyat dalam proses pengambilan keputusan. Melalui lirik-lirik yang mudah diingat dan menyentuh, *jingle* ini mengajak masyarakat untuk bersatu dalam mencapai tujuan bersama, yaitu kemajuan dan kesejahteraan bangsa. Makna ini penting untuk menciptakan ikatan yang kuat antara partai dan masyarakat, serta mendorong partisipasi aktif dalam proses politik.

Jingle PAN PAN PAN juga menekankan pentingnya perubahan dan inovasi. Dalam konteks perubahan sosial dan politik yang cepat, *jingle* ini mengajak masyarakat untuk tidak hanya berdiam diri, tetapi juga berperan aktif dalam mewujudkan visi dan misi partai. Pesan ini mencerminkan harapan PAN untuk menjadi agen perubahan yang dapat menghadirkan solusi bagi berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat, termasuk isu ekonomi, pendidikan, dan kesehatan.

Jingle ini memperlihatkan komitmen PAN terhadap nilai-nilai demokrasi dan keberlanjutan. Dalam setiap liriknya, tersirat pesan untuk menjunjung tinggi prinsip-prinsip demokrasi, transparansi, dan akuntabilitas. Dengan mengedepankan nilai-nilai ini, PAN berupaya untuk membangun kepercayaan dan dukungan dari masyarakat, serta menunjukkan integritas dalam melaksanakan amanah yang diberikan oleh rakyat.

Jingle PAN tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan visi dan misi partai secara efektif. Melalui makna pesan yang terkandung dalam *jingle* ini, PAN berharap dapat membangun koneksi yang lebih kuat dengan publik, serta menginspirasi masyarakat untuk bersama-sama mewujudkan Indonesia yang lebih baik. Dengan pendekatan yang tepat, *jingle* ini diharapkan mampu menjadi suara yang menggugah semangat kolektif untuk perubahan positif di dalam masyarakat.

4.5 Analisis Teori Persepsi

Dalam kaitannya, teori persepsi ini berkaitan dengan pemahaman seseorang tentang dunia disekitarnya. Yaitu tentang hasil kolaborasi aktif antara banyaknya sumber informasi yang bisa didapatkan dimana saja. Teori persepsi ini menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu pemrosesan dimana otak manusia membuat estimasi terbaik tentang dunia berdasarkan informasi sensorik yang diterima.

Terkait dengan teori persepsi tersebut, keterkaitannya dengan para pemilih pemula mahasiswa Unissula terhadap *jingle* PAN PAN PAN mendapatkan respon yang positif. Terlebih dengan berbagai alasan mereka untuk tertarik pada *jingle* ini juga menciptakan persepsi positif bagi mereka. Persepsi para pemilih pemula yang menunjukkan dari hasil proses aktif otak mereka dalam memvalidasi sebuah tontonan iklan dan memproses informasi sensorik dari tontonan tersebut.

Dalam penelitian ini, pengetahuan sebelum dan sesudah menonton video *Jingle* PAN PAN PAN ini mengubah atau meningkatkan pengetahuan para pemilih

pemula tentang jingle tersebut. Hal tersebut terjadi karena adanya persepsi dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, dan bahwa otak kita mengisi celah-celah informasi yang mungkin tidak diketahui dengan menggunakan konteks dan pengetahuan sebelumnya.

4.6 Hasil Analisis Teori Persepsi

Hasil persepsi menunjukkan bahwa *jingle* PAN PAN PAN mampu menarik perhatian para pemilih pemula. Dari tontonan yang ditampilkan memberikan efek bagi penontonnya. Terlebih lagi *Jingle* PAN PAN PAN ini mempunyai keunggulan dalam mempengaruhi penontonnya. Sehingga lebih mudah dalam membentuk persepsi para penontonnya. Dan mengenai persepsi yang disampaikan informan mengenai *Jingle* PAN PAN PAN ini dipandang positif, sehingga Partai PAN telah sukses dalam membangun citra politiknya melalui jingle tersebut.

Jingle PAN PAN PAN telah terbukti menjadi alat yang efektif dalam mempengaruhi citra politik partai melalui kemampuannya menciptakan asosiasi positif di benak pemilih. Melodi yang mudah diingat dan lirik yang sederhana membuatnya mudah diingat oleh masyarakat, sehingga ketika *jingle* tersebut diputar, orang-orang langsung teringat dengan partai yang mengusungnya. Keberhasilan *jingle* ini terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan pesan politik dengan cara yang ringan dan menghibur, menciptakan kesan bahwa partai tersebut dekat dengan rakyat dan memahami kebutuhan mereka.

Selain itu, dengan seringnya diputar di berbagai platform, *jingle* ini membantu membangun identitas visual dan auditori yang konsisten untuk partai, memperkuat citra mereka di mata publik. Efek jangka panjang dari eksposur yang terus-menerus ini berpotensi meningkatkan loyalitas pemilih dan memperkuat dukungan terhadap partai pada saat pemilihan. Dengan demikian, *jingle* PAN PAN PAN tidak hanya berfungsi sebagai seni kreatif, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam kampanye politik yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat secara signifikan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan yang telah peneliti lakukan, peneliti dapat menyimpulkan hasil temuan penelitian terhadap rumusan masalah yang ada. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui persepsi pemilih pemula (Mahasiswa Unissula) terhadap *Jingle* PAN PAN PAN dalam membangun citra politik Partai Amanat Nasional.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa kelima informan memiliki pendapat atau persetujuan yang sama dalam memaknai dan persepsi tentang jingle PAN PAN PAN ini. Kelima informan memiliki sudut pandang yang sama mengenai bagaimana respon mereka pada saat menonton video *Jingle* PAN PAN PAN. Berikut ini merupakan hasil dari observasi kelima informan. Kelima informan merespon video tersebut dengan positif dan antusiasme yang cukup tinggi.

Peneliti juga menemukan bahwa pesan atau ajakan yang ada dalam *jingle* ini pun mendapatkan respon positif dari para informan. Selain itu, informan cenderung perhatian dengan nada dari *jingle* dan visual para artis yang disajikan dalam video *jingle* PAN PAN PAN ini. *Jingle* memunculkan kesan bahwa kader partai dekat dengan pemilih baru dan menampilkan kesan sebagai partai politik yang energik,

modern, serta tidak ketinggalan zaman. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan perhatian dari pemilih pemula.

Dalam analisis persepsi ini, dapat dilihat bahwa persepsi pemilih pemula mahasiswa Unissula sangatlah baik. Dan mengenai persepsi informan mengenai *Jingle* PAN PAN PAN ini dipandang positif, sehingga Partai PAN telah sukses dalam membangun citra politiknya melalui *jingle* tersebut.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan terhadap penelitian yang telah dilakukan antara lain :

1. Membangun konsistensi *jingle* dalam berbagai kampanye agar meningkatkan ingatan dan loyalitas khalayak ramai terhadap Partai PAN.
2. PAN dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan *jingle-jingle* lain yang lebih terfokus pada isu-isu mendasar yang menjadi perhatian masyarakat.
3. Diharapkan partai juga memperkuat program-program yang sejalan dengan citra yang ingin dibangun melalui *jingle* tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih banyak memiliki kekurangan dan kekurangan yang disebabkan oleh beberapa faktor :

1. Keterbatasan penulis dalam menganalisis data dari sample yang telah diperoleh, maka ada kemungkinan dalam pengolahan data.

2. Akibat dari keterbatasan yang disebabkan dari berbagai faktor , penulis siap menerima kritikan dan masukan terhadap penulisan penelitian ini
3. Penelitian ini hanya berlaku untuk populasi penelitian Pemilih Pemula Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang



DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Aulia, R., & Ardiana., & Maesaroh., & Suryana. (2023). *Persepsi Mahasiswa Tentang Mars Partai Perindo di MNC Group (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Departemen Komunikasi FISIP USU)*, 3(1), 25-35.
- Barokah, F., & Hertanto, H. (2022). *Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024*. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(01), 1-13.
- Elihami, E., & Syahid, A. & Andriana. (2022). *Penerapan pembelajaran pendidikan agama islam dalam membentuk karakter pribadi yang islami*. *EdumaspuL: Jurnal Pendidikan*, 2(1), 79-96.
- Erayani, A., & Arwani, M. & Ruqoyah (2023). *Peranan Media Sosial Sebagai Media Promosi Partai Demokrat*. *Wacana: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Interdisiplin*, 7(2), 173-178.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO*. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37.
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek komunikasi massa pada khalayak (studi deskriptif pengguna media sosial dalam membentuk perilaku remaja)*. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 171-178.
- Gultom, H. D. A., Sukardi, E., & Waileruny, S. (2021). *Kajian Terhadap Hak Eksklusif Atas Jingle Dari Perspektif Hak Cipta Dan Merek*. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 135-150.
- Hapsari, I., & Giersang, I., (2019). *Tinjauan Dramaturgi, Pengelolaan Kesan dalam Iklan Partai Politik " PAN PAN PAN"*. *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah*, 1(2), 110-125.
- Jatmika, S. E. D., & Maulana, M. KM. S., & Maulana M. (2019). *Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan*, 3(1), 124-127.
- Kafka, M. K. R., Prawira, F. R., Santoso, G., Nurhasanah, H., Pramono, J., Barkah, S., & Haryanto, H. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024*. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2), 132-141.

- Lubis, I. A. R., & Rabbani, R. F. (2023). *Pencitraan dan Identitas Politik bagi Masyarakat. Journal of Digital Communication Science, 1(1)*, 42-55.
- Mangngasing, N., Haryono, D., Nuraisyah, N., Nasrullah, N., & Indriani, N. (2023). *Sosialisasi Peningkatan Keterlibatan Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024 Di Kecamatan Sarjo. Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS), 2(2)*, 49-62.
- Raharjo, M., (2018). *Resume: Instrumen pengumpulan data. Sorong: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), 2(4)*, 56-60.
- Rokhman, N., & Ahmadi, F. (2020). *Pengembangan Game Edukasi si Gelis Berbasis Android Untuk Meningkatkan Kosakata Bahasa Inggris Siswa. Edukasi, 14(2)*, 166-175.
- Safitri, A. D., Andhifani, W. R., Thamimi, M., & Hariyadi, H. (2024). *Persepsi dan Interpretasi Kebahasaan dalam Kajian Filologi Pada Naskah Abdurahman Husen Al Fakugha (AHF) di Kalimantan Barat. JP-BSI (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia), 9(1)*, 17-27.
- Shambodo, Y. (2020). *Faktor yang mempengaruhi persepsi khalayak mahasiswa, 2(2)*, 132-144.
- Soendari, T., Widya, M., & Sudrajat, E. (2021). *Pengaruh Permainan Lotto Terhadap peningkatan Kemampuan Persepsi, Atensi, dan Konsentrasi Anak Autistik, 7(1)*, 137-143.
- Valentina, E., & Sari, W. P. (2018). *Studi Komunikasi Verbal dan Non Verbal Game Mobile Legends: Bang Bang. Koneksi, 2(2)*, 300-306.

Buku :

- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., ... & Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Azura, S., Kamsani, S. R., Shaari, A., Orcullo, D. J. C., Saad, Z. M., Ishak, N. A., ... & Ibrahim, N. (2018). *Pengantar Psikologi (UUM Press)*. UUM Press.
- Del Medico, B. (2022). *Keterikatan kuantum dan sinkronisitas peristiwa: Medan gaya, tingkat non-lokalitas, persepsi ekstrasensor. Sifat mengejutkan dari fisika kuantum*. Bruno Del Medico Editore.

- Nevid, J. S., & Chozim, M. (2021). *Sensasi dan Persepsi: Konsep dan Aplikasi Psikologi*. Nusamedia.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Pratisti, W. D., & Yuwono, S. (2018). *Psikologi eksperimen: Konsep, teori, dan aplikasi*. Muhammadiyah University Press.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H.D., ... & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Rukhmana, T., Darwis, D., IP, S., Alatas, A. R., SE, M., Tarigan, W. J., ... & S ST, M. M. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Rey Media Grafika.
- Schultz, D. P., Schultz, S. E., Hardian, L., & Rizal, M. (2021). *Pengaruh-Pengaruh Filosofis terhadap Psikologi: Seri Sejarah Psikologi Modern*. Nusamedia,.
- Schultz, D. P., & Schultz, S. E. (2019). *Sejarah psikologi modern*. Nusamedia.
- Sundaro, H. (2022). *Positivisme Dan Post Positivisme: Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu Dan Metodologi Penelitian*. MODUL.

Internet :

<https://text-id.123dok.com/document/7q064lnlq-sumber-data-pengertian-sumber-data-menurut-suharsimi-arikunto-2013-172-adalah.html>

<https://www.jurnalponsel.com/pengertian-data/>

<https://lp2m.uma.ac.id/2022/11/30/mengenal-unit-analisis-pengertian-jenis-serta-contoh/>

https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/NTFDMEQ5MzgtNTBFQI00Q0M4LUI5RUItMjUzNjU4QTU2RTI5