



## *Tadulako University Students' Perceptions In Ahmad Ali's Campaign Speech At The 2024 Sulteng Election*

### **Persepsi Mahasiswa Universitas Tadulako Dalam Pidato Kampanye Ahmad Ali Pada Pilkada Sulteng 2024**

**Junaedi**

Universitas Tadulako, Palu, Indonesia

#### **Keywords**

*Student perceptions;  
Speech;  
Campaign*

#### **ABSTRACT**

*This research aims to understand the perceptions of FISIP students at Tadulako University regarding Ahmad Ali's campaign speech in the 2024 Sulteng regional elections. The method used in this study is qualitative descriptive research. The data collection techniques employed are observation, interviews, and documentation. The subjects of the research are FISIP students at Tadulako University majoring in communication studies, government science, and sociology who witnessed Ahmad Ali's campaign speech either directly or through social media platforms such as Instagram and TikTok. The results provide valuable insights into how FISIP students at Tadulako University perceive the campaign speech. This research indicates the need for a deeper understanding of the audience, as well as the application of effective communication techniques to achieve success in political campaigns.*

#### **Kata Kunci**

Persepsi mahasiswa;  
Pidato;  
Kampanye

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa FISIP Universitas Tadulako terhadap pidato kampanye Ahmad Ali pada Pilkada Sulteng 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah mahasiswa FISIP Universitas Tadulako jurusan ilmu komunikasi, ilmu pemerintahan, dan sosiologi yang menyaksikan pidato kampanye Ahmad Ali baik secara langsung maupun melalui sosial media seperti Instagram dan TikTok. Hasil penelitian memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana mahasiswa FISIP Universitas Tadulako mempersepsikan pidato kampanye. Penelitian ini mengindikasikan perlunya pemahaman yang mendalam mengenai audiens, serta penerapan teknik komunikasi yang efektif untuk mencapai kesuksesan dalam kampanye politik.

## **1. Pendahuluan**

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan suatu proses di mana warga negara diwajibkan untuk memilih calon perwakilan yang akan mewakili pemerintahan seperti presiden, anggota legislatif, dan juga pejabat lokal yang bertujuan untuk mengambil

\*Corresponding author

Junaedi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia.  
Email: [junaedhymangata46@gmail.com](mailto:junaedhymangata46@gmail.com)

<https://doi.org/10.22487/j.sochum.v9i1.2663>

Received 1 November 2024; Received in revised form 1 March 2025; Accepted 7 March 2025

Published 1 April 2025; Available online 4 April 2025

e-ISSN 2620-5491 © 2025 The Authors.

Managed by the Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University. Published by Tadulako University.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

keputusan dalam politik dan menjadi wakil bagi masyarakat dalam urusan kepentingan politik. Pemilu juga merupakan kegiatan konstitusional yang tidak dapat dipisahkan dengan demokrasi dimana masyarakat dapat menyuarakan isi pikiran atau keresahan mereka demi kepentingan bangsa dan negara.

Konsep kampanye politik merupakan inti dari demokrasi representatif untuk menang pemilihan umum/pemilihan kepala daerah (Pilkada) seorang kandidat harus mendapatkan dukungan dari masyarakat, khususnya dari masyarakat yang terdaftar sebagai pemilih tetap di Daftar Pemilih Tetap (DPT). Menurut Kotler dan Roberto, kampanye politik adalah upaya terorganisir yang dilakukan oleh satu kelompok (agen perubahan) yang bermaksud membujuk orang lain (pengadopsi target), untuk menerima, memodifikasi, atau meninggalkan ide, sikap, praktik tertentu, dan perilaku. (Kotler dan Roberto dalam Indiana Ngenget & Nazimin Saily, 2023).

Pidato kampanye memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat dan dukungan terhadap kandidat politik salah satunya adalah calon kepala daerah Sulawesi Tengah yaitu Ahmad Ali. Sebagai mahasiswa, memahami dan memberikan persepsi terhadap pidato kampanye politik Ahmad Ali dapat memberikan wawasan berharga mengenai dinamika komunikasi politik. Dalam konteks tersebut, Mahasiswa FISIP Universitas Tadulako sebagai intelektual muda mempunyai peran strategis dalam partisipasi politik. Mereka diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap proses demokrasi dengan memberikan suara dan mengawasi jalannya pemerintahan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang harapan dan aspirasi Mahasiswa FISIP Universitas Tadulako terhadap kepemimpinan nasional serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas demokrasi dan partisipasi politik di kalangan mahasiswa agar persepsi mahasiswa dalam pidato kampanye Ahmad Ali dapat memberikan wawasan mengenai efektivitas strategi komunikasi politik yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas komunikasi politik di Indonesia terutama di Sulawesi Tengah. Pidato kampanye Ahmad Ali yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pada saat acara yang bertema “Deklarasi Beramal Ahmad M Ali & Abdul Karim Aljufri”.

Tujuan dari penelitian ini, penulis ingin meneliti terkait persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Tadulako dalam pidato kampanye Ahmad Ali pada pilkada Sulteng 2024. Penulis akan menganalisis bagaimana mahasiswa mempersepsikan, memahami dan mengevaluasi isi, gaya dan efektivitas pidato kampanye yang disampaikan oleh Ahmad Ali baik internal (sikap, pengetahuan, preferensi politik) maupun eksternal (masalah yang berkembang, pengaruh media, dan lain-lain.) yang berkontribusi dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap pidato kampanye tersebut untuk menguji sejauh mana persepsi mahasiswa terhadap pidato kampanye yang mempengaruhi preferensi dan perilaku memilih pada pilkada Sulteng 2024.

Menurut Carl I. Hovland (dalam Effendy, 2003) komunikasi adalah upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi Hovland tersebut menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap (public attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting.

Komunikasi adalah proses penyampaian oleh komunikator kepada komunikan melalui media dan menimbulkan efek tertentu Harold Laswell (Effendy, 2003) mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk melakukan kegiatan komunikasi adalah dengan menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam komunikasi yaitu “siapa yang mengatakan, melalui apa, dengan efek apa” (*Who says what*

*to whom in which channel with what effect*). Unsur sumber (*who*) yaitu untuk mengundang pertanyaan tentang pengendalian pesan, unsur pesan (*says what*) adalah bahan untuk analisis isi, saluran komunikasi (*in which channel*) menarik untuk mengkaji tentang analisis media, unsur pertama (*to whom*) seringkali digunakan untuk studi analisis khalayak, unsur pengaruh (*with what effect*) yang sangat berkaitan dengan penelitian tentang efek pesan pada khalayak.

Fenomena komunikasi politik tidak berbeda dengan fenomena komunikasi dan fenomena politik orang melukiskan baik komunikasi maupun politik sebagai serbahadir (*ubiquitous*). Artinya, komunikasi dan politik itu berada di manapun dan kapanpun juga. Memang komunikasi dan politik itu merupakan sesuatu yang serba hadir setiap orang berkomunikasi dan berpolitik. Fenomena komunikasi dan politik terdapat dimana saja bahkan saling bertindih. Hal itu menimbulkan konsekuensi yang wajar bahwa setiap orang dapat menganggap dirinya sebagai ahli komunikasi atau alat komunikasi politik baik yang menyangkut permasalahannya maupun yang menyangkut pemecahan dan penerapannya.

Sebagai sesuatu yang serbahadir, komunikasi politik mendapat jumlah keuntungan dan sekaligus mengalami banyak kesulitan karena fenomena komunikasi politik itu menjadi luas, ganda, dan multimakna sehingga memiliki multiparadigma. Hal itu menimbulkan kesulitan komunikasi politik sebagai bidang kajian yang relatif belum lama dan masih berkembang terus serta revolusi yang digerakkannya belum selesai. Hal itu memberi tantangan dan peluang bagi generasi muda untuk ikut serta menggerakkan revolusi yang sedang berlangsung dalam komunikasi politik sebagai sebuah kajian ilmiah (Arifin 2011). Meskipun fenomena komunikasi politik luas dan multimakna dan memiliki paradigma ganda, namun sangat berguna. Jika empat paradigma atau perspektif komunikasi dari Fisher (Arifin 2011) diterapkan dalam komunikasi politik empat paradigma itu adalah mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis.

Setiap manusia mempunyai cara pandang yang berbeda-beda antara individu yang satu dengan individu lainnya, hal inilah yang menyebabkan manusia menyukai suatu benda bahkan orang lain tidak menyukai benda tersebut tergantung bagaimana manusia menyikapi hal tersebut dengan persepsinya. Persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dirasakan atau dialami secara langsung oleh setiap khalayak dalam memahami informasi tentang lingkungannya baik dari melihat, mendengar, mengalami, merasakan dan mencium. Hal terpenting dalam memahami persepsi yakni persepsi terletak pada pengakuan bahwa persepsi merupakan penafsiran unik atas suatu situasi dan bukan gambaran yang benar atas situasi tersebut.

Menurut Kenneth K. Sereno et al., (Mulyana 2014), mengatakan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktifitas, yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi yang dijelaskan sebagai berikut: pertama, sensasi adalah tahap awal dalam penerimaan rangsangan melalui alat indera. sensasi merujuk pada proses pengiriman pesan ke otak melalui panca indera yaitu mata, hidung, telinga, lidah, kulit, panca indera adalah reseptor yang menghubungkan otak kita dengan lingkungan sekitar. Melalui alat indera, manusia dapat memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya.

Kedua, Atensi. Atensi adalah suatu tahap dimana kita memperhatikan informasi yang telah ada sebelum kita menginterpretasikannya. Sebenarnya banyak hal yang tertangkap oleh panca indera namun tidak semua kita perhatikan. Proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lain melemah. Misal kita mengobrol lewat telepon, informasi yang kita perhatikan hanyalah suara lawan bicara meskipun saat itu kita juga sedang membaca koran atau

makan bakwan, ketika melihat sekumpulan orang berpakaian hitam dan ada satu orang berpakaian putih tentunya kita lebih memperhatikan yang berbaju putih, hal ini terjadi karena kita hanya akan memperhatikan apa yang kita anggap paling berbeda dan menarik perhatian.

Ketiga, Interpretasi. Interpretasi merupakan tahap akhir, jika persepsi disebut sebagai bagian inti komunikasi maka interpretasi adalah inti dari persepsi. Interpretasi merupakan proses penafsiran informasi atau pemberian makna dari informasi yang sudah ditangkap dan diperhatikan. Ketika mata melihat matahari yang terbenam di pantai kemudian diperhatikan, maka secara tidak langsung kita akan menginterpretasikan pantai tersebut, apakah menurut kita sangat indah, biasa saja atau bahkan jelek. Pendapat atau persepsi yang dihasilkan tentunya menjadi beragam tergantung dari latar belakang masing-masing orang.

Pesan dalam buku pengantar ilmu komunikasi yang ditulis oleh Cangara (2004), adalah pesan merupakan rangkaian kondisi/symbol yang diciptakan oleh seseorang untuk tujuan tertentu dengan harapan agar penyampaian isyarat/symbol tersebut berhasil dalam menyebabkan sesuatu. Padahal komunikasi dalam kehidupan manusia sangatlah penting. Sebab komunikasi dapat menjembatani segala bentuk gagasan yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap komunikasi unsur yang penting adalah pesan karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang mudah dipahami, kata-kata yang sederhana yang dimaksudkan, dan tujuan pesan akan tersampaikan serta mudah diterima oleh komunikan. Pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi yang berupa gabungan pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/symbol lain yang disampaikan kepada orang lain.

Menurut Mc Quail (2011), respon adalah suatu proses dimana individu mengubah atau menolak perubahan sebagai respon terhadap pesan yang dirancang untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku. Respon adalah hasil yang diinginkan dari suatu proses komunikasi. Dalam proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan akan terjadi umpan balik berupa respon sebagai akibat dari stimulus yang disampaikan. Hal ini akan memudahkan proses pemahaman apabila respon-respon yang muncul mempunyai kerangka berpikir yang sama yaitu pengalaman dan pengetahuan yang sama yaitu pengetahuan antara komunikator dan komunikan, jika verbal feedback adalah respon komunikan yang diungkapkan dengan kata-kata baik secara singkat maupun panjang. Sedangkan umpan balik nonverbal merupakan tanggapan komunikan yang diungkapkan bukan dengan kata-kata melainkan dengan bahasa tubuh atau tindakan.

Demokrasi ditandai oleh adanya tiga persyaratan yaitu kompetisi dalam memperebutkan dan mempertahankan kekuasaan, partisipasi masyarakat, dan adanya jaminan-jaminan dan hak-hak sipil politik (Marijan 2010). Dalam hal ini Marijan mengatakan bahwa sistem pemilu (*electoral system*) merupakan salah satu instrumen kelembagaan penting di dalam negara demokrasi untuk mewujudkan tiga prasyarat demikian. Melalui sistem ini kompetisi, partisipasi, dan jaminan hak-hak politik bisa dilihat.

Secara sederhana sistem pemilu berarti instrumen untuk menerjemahkan perolehan suara di dalam pemilu ke dalam kursi-kursi yang dimenangkan oleh partai atau calon. Adapun variable-variabel dasar yang sering dipakai mencakup formula pemilihan (*electoral formula*), struktur penyuaaraan (*ballot structure*), dan besaran district (*district magnitude*).

Adapun formula pemilihan adalah aturan-aturan perhitungan sistem di dalam pemilu. Aturan-aturan perhitungan ini pula biasanya yang dipakai sebagai landasan untuk

membedakan sistem pemilu yang satu dengan yang lain seperti single member plurality, majoritarian system, single transferable vote dan the list system. Struktur penyuaaraan adalah pilihan-pilihan tersedia kepada pemilih. Pilihan demikian biasanya berbentuk penyuaaraan kategoris (*categoric ballot*) dimana pemilih dihadapkan pada hanya satu pilihan yaitu calon atau partai, dan berbentuk penyuaaraan ordinal (Secara sederhana sistem pemilu berarti instrumen untuk menerjemahkan perolehan suara di dalam pemilu ke dalam kursi-kursi yang dimenangkan oleh partai atau calon. Adapapun variable-variabel dasar yang sering dipakai mencakup formula pemilihan (*electoral formula*), struktur penyuaaraan (*ballot structure*), dan besaran *district* (*district magnitude*) dimana pemilih diberi kesempatan untuk melakukan rangking terhadap pilihan-pilihan yang ada. Sedangkan yang dimaksud dengan besaran distrik adalah besaran daerah pemilihan didalam menentukan jumlah para wakil seperti single member district hanya memilih satu wakil di setiap daerah pemilihan dan multimember district yang memungkinkan suatu daerah memiliki dua atau lebih wakil.

Secara umum kampanye bukan satu-satunya kekuatan yang menggerakkan pemilih karena jumlahnya banyak pemilih membuat keputusan sebelum kampanye dimulai. Namun kampanye dapat diaktifkan pendukung dan mempengaruhi pemilih yang belum dipilih. Dalam kompetisi itu tegasnya, kegiatan kampanye menjadi kontribusi penting bagi proses demokrasi (Rackaway dalam Indiana Ngenget & Nazimin Saily, 2023). Lalu ada tiga jenis kampanye politik, yang pertama kampanye positif yang lebih menggembirakan aspek keunggulan kandidat. Kedua, kampanye negatif yang fokus mengungkap kelemahan lawan dengan argumen bahwa data dan fakta harus bersifat empiris. Ketiga, kampanye hitam yang bertujuan untuk menghancurkan pihak lawan tanpa bukti otentik dan berujung pada fitnah.

Mendelsohn (Rakhmat 2010) menyajikan tiga pedoman untuk mencapai kampanye informasi yang berhasil. Pertama, kampanye informasi harus direncanakan dengan asumsi bahwa kebanyakan dari orang yang diupayakan dicapai oleh mereka hanya sedikit atau sama sekali tidak menaruh perhatian pada komunikasi. Kedua, dalam konteks ketidakacuhan umum juru kampanye perlu menciptakan tujuan yang sederhana dan berjarak menengah disesuaikan dengan kehidupan sehari-hari khalayak dan tidak mencoba meyakinkan orang akan segala sesuatu yang jauh dari imajinasi mereka. Ketiga, setelah menetapkan tujuan jarak menengah, juru kampanye harus merinci jenis orang yang paling cocok dengan suatu informasi yang paling cenderung ditanggapi rakyat sesuai dengan kelas sosial dan atribut demografis, motivasi personal gaya hidup, kepercayaan, nilai, pengharapan, dan kebiasaan media mereka. Singkatnya kampanye informasi harus disesuaikan dengan sifat khalayak bukan mencoba menyesuaikan khalayak dengan informasi.

## 2. Metode

Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Tipe ini digunakan untuk memberikan sebuah gambaran dan menguraikan tentang keseluruhan objek yang akan diteliti sesuai dengan data yang diperoleh. Jenis riset ini bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2008). Jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif merupakan jenis penelitian dimana data yang diperoleh di dalamnya seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, dan catatan lapangan tidak dituangkan dalam bentuk angka-angka.

Menurut Keith Punch, penelitian kualitatif adalah penelitian empiris yang datanya tidak ada dalam bentuk angka (Punch, 2006). Model karakteristik penelitian kualitatif akan sangat memudahkan peneliti dalam menemukan dan memahami pertanyaan penelitian. Seperti yang disebutkan oleh Creswell, dimana peneliti dapat menggunakan beberapa metode yang ada interaktif dan humanistik (Cresswel, 2003).

### 3. Hasil Penelitian

Pidato kampanye adalah presentasi publik yang dilakukan oleh kandidat politik selama masa kampanye pemilihan. Tujuan utama pidato kampanye adalah untuk menyampaikan visi, misi, program, dan janji-janji calon kepada pemilih agar memperoleh dukungan suara. Dalam pidato kampanye, kandidat biasanya akan memperkenalkan diri dan latar belakangnya, memaparkan isu-isu penting yang akan menjadi fokus programnya jika terpilih, menyampaikan rencana dan solusi untuk mengatasi permasalahan di daerah tersebut mengajak pemilih untuk memberikan dukungan dan suaranya, terkadang juga menjelaskan mengapa dirinya layak untuk dipilih dibandingkan kandidat lain.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi atau pandangan mahasiswa FISIP Universitas Tadulako terhadap pidato kampanye yang disampaikan oleh calon Gubernur Sulawesi Tengah, Ahmad Ali, pada pemilihan kepala daerah tahun 2024. Hal ini dapat memberikan gambaran tentang efektivitas dan penerimaan masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa, terhadap pesan-pesan yang disampaikan dalam pidato kampanye tersebut. Berikut penjabarannya melalui hasil penelitian dengan berbagai informan yang dimulai dari sensasi berupa proses penerimaan pidato kampanye Ahmad Ali melalui panca indera ke otak. Setelah penerimaan pidato kampanye tersebut menggunakan panca indera, seseorang akan menangkap dan merekam dalam otak.

#### 3.1. Sensasi

Sensasi yang dirasakan oleh para informan terkait dengan pidato kampanye Ahmad Ali pada Pilkada Sulteng 2024 menunjukkan adanya penerimaan yang positif dari beberapa informan yang menyaksikan pidato kampanye Ahmad Ali baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram. Mereka mengungkapkan ketertarikan terhadap visi, misi, serta cara penyampaian Ahmad Ali dalam kampanyenya. Namun, tidak semua informan memberikan tanggapan yang serupa, beberapa mahasiswa merasa kurang setuju dengan beberapa program yang diusung serta pembawaan gaya retorika dari Ahmad Ali. Secara keseluruhan, pembahasan ini memberikan gambaran mengenai sensasi dan respon mahasiswa terhadap strategi kampanye yang dilakukan oleh Ahmad Ali pada Pilkada Sulteng 2024.

#### 3.2. Atensi

Atensi atau perhatian mahasiswa FISIP Universitas Tadulako terhadap pidato kampanye Ahmad Ali adalah mengidentifikasi dan memahami aspek-aspek yang menjadi pusat perhatian mahasiswa dalam menyaksikan pidato kampanye Ahmad Ali sebelum mereka membentuk interpretasi dan penilaian terhadapnya. Beberapa informan dalam penelitian ini memberikan perspektif yang berbeda-beda mengenai apa yang menjadi fokus atensi mereka, seperti penyampaian visi-misi, retorika dan gaya komunikasi, penyampaian program, serta gagasan pemekaran kabupaten. Pemahaman mengenai atensi mahasiswa ini dapat memberikan wawasan penting terkait bagaimana strategi kampanye yang efektif dalam mempengaruhi persepsi dan perilaku pemilih.

### 3.3. Intrepetasi

Interpretasi adalah tahap dimana proses penafsiran informasi atau makna dari informasi yang telah ditangkap dan diperhatikan, sehingga terbentuklah persepsi mahasiswa FISIP Universitas Tadulako dalam mempersepsikan pidato kampanye Ahmad Ali. Interpretasi mahasiswa FISIP Universitas Tadulako terhadap pidato kampanye Ahmad Ali yang disampaikan secara langsung maupun media sosial TikTok dan Instagram merupakan proses penafsiran informasi atau pemberian makna dari informasi yang sudah ditangkap dan diperhatikan. Dalam penelitian ini, interpretasi mahasiswa FISIP Universitas Tadulako menjadi hal yang penting untuk dipahami, karena dapat memberikan gambaran mengenai persepsi mereka terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh Ahmad Ali dalam kampanyenya.

## 4. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, mahasiswa FISIP Universitas Tadulako memberikan tanggapan positif terhadap pidato kampanye Ahmad Ali. Beberapa informan menilai bahwa Ahmad Ali mampu menyampaikan pesannya dengan baik dan efektif, meskipun masih ada beberapa saran perbaikan yang perlu diperhatikan, seperti lebih fokus pada program dan rencana untuk Sulawesi Tengah, penyampaian yang lebih santai dan terbuka, serta mengurangi kesan ambisi untuk menang dan lebih menekankan pada penanaman nilai-nilai positif kepada masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman yang lebih mendalam mengenai interpretasi mahasiswa FISIP Universitas Tadulako terhadap pidato kampanye Ahmad Ali. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi Ahmad Ali dalam meningkatkan efektivitas dan daya tarik kampanyenya, khususnya dalam menarik minat dan partisipasi pemilih dari kalangan mahasiswa.

Mahasiswa seringkali merasakan berbagai emosi saat menyaksikan pidato kampanye Ahmad Ali. Pengalaman emosional ini mencakup rasa antusiasme, harapan, dan keterlibatan. Pidato yang disampaikan dengan gaya yang menarik dapat membangkitkan semangat mahasiswa untuk terlibat dalam proses politik. Melihat pidato Ahmad Ali sebagai sesuatu menarik, Mahasiswa FISIP Universitas Tadulako menganggap penyampaian pidato dari Ahmad Ali terlihat terlalu ambisius dan menyarankan agar lebih fokus pada poin penting dan bersikap lebih santai untuk menarik kalangan muda. Informan juga memberikan analisis kritis terhadap gaya komunikasi Ahmad Ali yang kurang efektif dan terkesan keras sehingga dapat mengurangi daya tarik kampanye. Informan merekomendasikan agar Ahmad Ali lebih menekankan keunikan visi dan misinya serta meningkatkan struktur pidatonya. gaya penyampaian Ahmad Ali yang tegas namun terkesan angkuh dapat memengaruhi persepsi publik secara negatif. Ia menekankan pentingnya mengubah gerak tubuh dan gaya retorika untuk meningkatkan efektivitas kampanye.

Sensasi terakhir yang dapat diambil adalah persepsi mahasiswa tentang efektivitas pidato dalam mempengaruhi pilihan mereka. Pidato yang dinilai efektif dapat menciptakan rasa keyakinan dan memperkuat keputusan politik mahasiswa. Mahasiswa yang merasa terinspirasi akan lebih cenderung untuk memberikan dukungan kepada Ahmad Ali, menciptakan dampak positif terhadap tingkat partisipasi pemilih di kalangan mahasiswa. Sensasi yang dihasilkan dari pidato kampanye Ahmad Ali tidak hanya mencerminkan persepsi positif, tetapi juga mengandung kritik dan evaluasi yang mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa

mahasiswa FISIP Universitas Tadulako tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi aktif dalam proses politik, yang dapat memberikan wawasan berharga bagi calon pemimpin dan pengambil kebijakan di masa depan. Dengan memahami sensasi ini, calon pemimpin dapat merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan pemilih muda.

Atensi merujuk pada kemampuan individu untuk fokus pada informasi tertentu di tengah berbagai stimulus yang ada. Dalam konteks pidato kampanye, atensi mahasiswa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk cara penyampaian, konten pesan, dan media yang digunakan. Atensi mahasiswa terhadap pidato Ahmad Ali menunjukkan bahwa mereka mengkaji substansi pesan yang disampaikan, terutama pada visi dan misi. Sebagian mahasiswa menganggap penyampaian Ahmad Ali belum cukup memengaruhi persepsi pemilih, terutama calon pemilih yang baru. Hal ini menegaskan bahwa dalam kampanye, efektivitas komunikasi sangat bergantung pada bagaimana pesan dapat disampaikan dengan jelas dan menarik perhatian audiens. Mahasiswa cenderung lebih memperhatikan konten yang relevan dengan kepentingan mereka, seperti isu sosial, ekonomi, dan politik yang diangkat oleh Ahmad Ali. Mahasiswa mengalami sensasi saat menyaksikan pidato yang merupakan tahap awal dari perhatian, Atensi ini dapat berupa reaksi emosional terhadap gaya bicara atau momen-momen penting dalam pidato.

Mahasiswa memilih untuk fokus pada aspek-aspek tertentu dari pidato, seperti visi dan misi yang dirumuskan, yang dianggap lebih menarik atau penting bagi mereka, setelah menarik perhatian, mahasiswa memproses pesan yang diterima yang meliputi analisis terhadap data, fakta, dan argumen yang disampaikan. Atensi yang tinggi terhadap pidato kampanye dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap Ahmad Ali, jika mahasiswa merasa terlibat dan terhubung dengan pesan yang disampaikan, mereka lebih cenderung memiliki persepsi positif terhadap kandidat tersebut.

Beberapa mahasiswa mengungkapkan bahwa penggunaan data dan fakta dalam pidato masih kurang akurat, ini menunjukkan pentingnya dukungan fakta yang kuat untuk meningkatkan kredibilitas Ahmad Ali dalam pidato kampanye. Atensi mahasiswa terhadap pidato Ahmad Ali menunjukkan bahwa mereka mengkaji substansi pesan yang disampaikan, terutama pada visi dan misi. Sebagian mahasiswa menganggap penyampaian Ahmad Ali belum cukup memengaruhi persepsi pemilih, terutama calon pemilih yang baru. Hal ini menegaskan bahwa dalam kampanye, efektivitas komunikasi sangat bergantung pada bagaimana pesan dapat disampaikan dengan jelas dan menarik perhatian audiens.

Persepsi mahasiswa menunjukkan bahwa mereka memiliki kesadaran politik yang cukup baik, yang dapat menjadi modal penting dalam partisipasi politik mereka di masa depan. Mahasiswa FISIP Universitas Tadulako diharapkan dapat berkontribusi dalam proses demokrasi dengan memberikan suara dan mengawasi jalannya pemerintahan terpilih sehingga Ahmad Ali perlu berinvestasi dalam pelatihan komunikasi untuk tim kampanye mereka agar lebih efektif dalam menyampaikan pesan, strategi kampanye yang lebih aktif di media sosial dapat menarik perhatian pemilih muda dan meningkatkan partisipasi dalam proses pilkada.

Interpretasi yang muncul dari pidato Ahmad Ali memberikan gambaran tentang bagaimana gaya penyampaian, substansi, dan konteks pidato dapat memengaruhi persepsi publik. Beberapa informan memberikan kritik terhadap gaya



komunikasi Ahmad Ali, yang dianggap tegas tetapi kaku. Mahasiswa menilai gaya penyampaian yang dinilai angkuh dapat berpotensi merugikan citra kandidat di mata masyarakat. Mahasiswa yang menyaksikan langsung pidato mengenai pemekaran Kabupaten, mengekspresikan harapan yang tinggi. Ini menunjukkan bahwa masalah kepentingan lokal sangat berpengaruh pada persepsi positif terhadap kandidat ketika mereka mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Mahasiswa juga mengkritisi program "Jumat Mendengar" dan "Makan Gratis di Kantor Gubernur", menunjukkan bahwa mahasiswa juga sensitif terhadap keefektifan dan implementasi program yang diusulkan. Persepsi ini bisa jadi menunjukkan bahwa mahasiswa, sebagai kelompok intelektual muda, menghargai komunikasi yang efektif dan memahami pentingnya visi yang jelas dalam politik. Gaya retorika yang digunakan oleh Ahmad Ali dianggap mampu menarik perhatian mahasiswa, ini menunjukkan bahwa bahasa yang persuasif dan teknik komunikasi yang tepat dapat meningkatkan daya tarik pidato kampanye. Mahasiswa yang terampil dalam analisis kritis mungkin lebih mampu mengevaluasi bagaimana gaya retorika dapat mempengaruhi opini publik.

Kritik terkait penggunaan data dan fakta yang dianggap kurang akurat serta pemaparan solusi yang tidak rinci, ini menunjukkan bahwa mahasiswa sangat kritis terhadap informasi yang disampaikan dalam pidato Ahmad Ali, kelemahan ini bisa menjadi indikator penting bagi calon pemimpin untuk lebih memperhatikan keakuratan informasi dan kedalaman solusi yang mereka tawarkan. Penelitian juga mencatat bahwa mahasiswa menyaksikan pidato baik secara langsung maupun melalui media sosial. Hal ini mencerminkan pergeseran dalam cara informasi politik disampaikan dan diterima. Media sosial menjadi platform penting yang tidak hanya memperluas jangkauan kampanye, tetapi juga mempengaruhi cara mahasiswa mengevaluasi dan mendiskusikan isu-isu politik.

Mahasiswa sebagai pemilih pemula memiliki potensi besar untuk mempengaruhi arah politik. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Tadulako terhadap pidato kampanye Ahmad Ali dapat berkontribusi pada keputusan memilih mereka. Ini menekankan pentingnya mengedukasi mahasiswa tentang isu-isu politik dan memberikan mereka alat untuk menganalisis informasi secara kritis. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi calon pemimpin dan tim kampanye tentang bagaimana mereka dapat merancang pesan yang lebih efektif.

Memahami persepsi mahasiswa dapat membantu dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran, dengan memperhatikan aspek-aspek yang dianggap penting oleh pemilih muda, seperti keakuratan data dan kedalaman argumen. Persepsi mahasiswa dalam pidato kampanye Ahmad Ali dapat dilihat sebagai indikasi bahwa calon pemimpin diharapkan mampu memenuhi harapan pemilih muda, ini berimplikasi pada kualitas demokrasi di mana partisipasi aktif dan kritis dari generasi muda dapat memperkuat proses demokrasi dan mendorong calon pemimpin untuk lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya menggambarkan persepsi mahasiswa terhadap pidato kampanye Ahmad Ali, tetapi juga memberikan pemahaman baru atau kesadaran mendalam tentang dinamika komunikasi politik di kalangan pemilih muda. Mahasiswa FISIP Universitas Tadulako menunjukkan bahwa mereka memahami pentingnya komunikasi yang efektif dan kritis terhadap informasi yang disampaikan. Hal ini menjadi modal penting bagi masa depan politik di Indonesia, di mana pemilih muda diharapkan dapat berkontribusi secara aktif

dalam proses demokrasi.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana mahasiswa FISIP Universitas Tadulako mempersepsikan pidato kampanye. Keberhasilan kampanye tidak hanya bergantung pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada cara penyampaian yang dapat menarik perhatian, membangun hubungan dengan audiens, dan memberikan kesan positif. Oleh karena itu, calon pemimpin harus mempertimbangkan pendekatan komunikasi yang lebih adaptif dan responsif, terutama di era digital yang menjadi bagian integral dari kehidupan politik saat ini. Pembahasan ini mengindikasikan perlunya pemahaman yang mendalam mengenai audiens, serta penerapan teknik komunikasi yang efektif untuk mencapai kesuksesan dalam kampanye politik

## 5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut. Sensasi yang dirasakan mahasiswa umumnya positif, tetapi terdapat juga pandangan kritis terhadap cara penyampaian dan substansi pidato. Beberapa informan merasakan antusiasme dan harapan, sementara ada pula yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap gaya komunikasi Ahmad Ali yang dianggap kurang menarik atau terlalu ambisius. Atensi mahasiswa terhadap pidato tersebut berfokus pada isu-isu yang relevan, seperti visi dan misi, serta gaya penyampaian yang dinilai mempengaruhi persepsi mereka. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya penyampaian pesan yang jelas dan menarik demi meraih perhatian audiens, terutama mahasiswa yang berada dalam posisi pemilih.

Interpretasi atas pidato Ahmad Ali menunjukkan bahwa mahasiswa menganalisis gaya komunikasi dan substansi yang disampaikan, dengan kritik yang mengarah pada kurangnya detail dalam solusi dan keakuratan data yang dipresentasikan. Hal ini mencerminkan kesadaran politik yang tinggi di kalangan mahasiswa dan keinginan mereka untuk mendukung calon pemimpin yang responsif terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat. Melalui penelitian ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pendengar pasif, tetapi aktif berpartisipasi dalam proses politik dengan mengevaluasi dan memberikan masukan kritis terhadap pidato kampanye. Penelitian ini juga mengingatkan pentingnya calon pemimpin untuk merespons dinamika komunikasi yang berkembang, terutama di era digital saat ini, di mana media sosial memainkan peran besar dalam menyebarkan informasi politik. Secara keseluruhan, penelitian ini berkontribusi penting dalam pemahaman tentang bagaimana mahasiswa sebagai kelompok pemilih muda mempersepsikan pidato kampanye dan menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dan responsif dapat meningkatkan partisipasi politik di kalangan generasi muda.

## Referensi

- Arifin, A. (2011). *Komunikasi politik: Filsafat-paradigma-tujuan-teori-strategi, dan komunikasi politik di Indonesia*. Graha Ilmu
- Cangara, H. (2004). *Pengantar ilmu komunikasi*. PT Raja Grafindo Surabaya.
- Effendy, O.U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Huntington, S. (1993). *The third wave: Democratization in the late twentieth century*. University of Oklahoma Press.
- Marijan, K. (2010). *Sistem politik Indonesia: Konsolidasi demokrasi pasca orde baru*. Kencana Prenada Media Group.
- Mc Quaill, D. (2011). *Teori komunikasi massa* McQuaill. (6th). Salemba Humanika.

- Mulyana, D. (2014). Ilmu komunikasi suatu pengantar. PT. Remaja Rosadakarya.
- Powell, G. (2000). Elections as instruments of democracy: Majoritarian and proportional visions. Yale University Press.
- Rakhmat, J. (2008). Psikologi komunikasi. PT. Remaja Rosadakarya.
- Rakhmat, J. (2010). Komunikasi politik khalayak dan efek. PT Remaja Rosadakarya
- Sarwono, S.W. (2001) Psikologi remaja. Raja Grafindo Persada.
- Sugihartono, (2007). Psikologi pendidikan. UNY Press.
- Walgito, B. (2004). Pengantar psikologi umum. Andi Offset.
- Widyastuti, Y. (2014). Psikologi sosial. Graha ilmu.
- Creswell, J. W. (2003). Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Second Ed. Sage Publication.
- Keith, P. (2006). Developing Effective Research Proposals, Second Edition. Sage Publication.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik. Puta Grafika.
- Suyanto, Bagong. 2005. Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono, (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta CV.
- Etikasari, N. W., & Listyaningsih. (2019). Persepsi Mahasiswa Program Studi S1 Ppkn Universitas Negeri Surabaya Terhadap Wacana Intoleransi di Media Sosial. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 6(01), 61–75.
- Handayani, S. S., Mustika, M., & Sari, K. (2019). Persepsi Mahasiswa di Surabaya terhadap Gerakan #2019gantipresiden. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 7(2), 888–902. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/30/article/view/29715>
- Indiana Ngenget, & Nazimin Saily. (2023). Strategi Hastag” 2019 Ganti Presiden” Sudrajat-Ahmad Saikhu Dalam Pilkada Jawa Barat 2018. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(2), 82–95. <https://doi.org/10.36451/jisip.v17i2.43>
- Rosdiani, K., & Putri, K. Y. S. (2021). Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Kampanye Politik Perempuan Melalui Instagram (Studi Deskriptif: Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UNJ Terhadap Kampanye Politik Krisdayanti Melalui Instagram). In *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 4, Issue 1, pp. 150–157). <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.882>
- Savitri, N. D., Safitri, V. A., Yudhistira<sup>3</sup>, F., Citra Widayati<sup>4</sup>, N., Arya, B., Pratama<sup>5</sup>, P., Veteran, U. ", & Timur, J. (2023). Bahasa Populis Dalam Kampanye Pemilu 2024: Analisis Terhadap Pidato Politik Terkini. In *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 02, Issue 12).