

**RESPON POLITIK KAUM MILENIAL TERHADAP PERGANTIAN  
LOGO PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) STUDI KASUS  
MAHASISWA PRODI POLITIK ISLAM FAKULTAS ADAB DAN  
HUMANIORA**



Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana  
Sosial (S.Sos) dalam program studi Politik Islam

Oleh :

**ANTON IRWANI**

**NIM : 2020404016**

**PROGRAM STUDI POLITIK ISLAM  
FAKULTAS ADAB & HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ( UIN ) RADEN FATAH PALEMBANG**

**1444 H / 2023**

NOMOR : B-267/ Un.09/IV.3/PP.009/02/2024

**SKRIPSI**

**RESPON POLITIK KAUM MILENIAL TERHADAP PERGANTIAN LOGO PARTAI  
KEADILAN SEJAHTERA (PKS) STUDI KASUS MAHASISWA PRODI POLITIK ISLAM  
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA**

Yang telah disusun dan dipersiapkan oleh

**ANTON IRWANI**  
**NIM.2020404016**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 13 Februari 2024

**Susunan Dewan Pembimbing dan Penguji**

**Ketua Dewan Penguji**

  
**Dr. Ahmad Syukri, S.IP., M.Si**  
**NIP. 197705252005011014**

**Sekretaris**

  
**Muchlis Minako, S.Hum, M.Hum**  
**NIDN.2022099203**

**Pembimbing I**

  
**Dr. Kiki Mikail, M.A**  
**NIP. 198409212019031004**

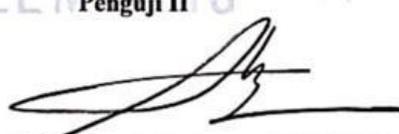
**Penguji I**

  
**Dr. Andi Candra Java, S.Ag., M.Hum**  
**NIP. 19720119 2007011011**

**Pembimbing II**

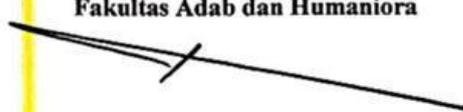
  
**Nico Oktario Advtyas, M.A**  
**NIP. 199110102023212038**

**Penguji II**

  
**Leo Andi Guna, S. Pd, M.Si**  
**NIP. 197607312003121002**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Politik Islam (S.Sos)  
Tanggal, 19 Februari 2024

**Dekan**  
**Fakultas Adab dan Humaniora**

  
**Prof. Dr. Endang Rochmiatun, M.Hum**  
**NIP. 197107271997032005**

**Ketua Program Studi**  
**Politik Islam**

  
**Dr. Ahmad Syukri, S.IP., M. Si**  
**NIP. 197705252005011014**

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Anton Irwani

Nim : 2020404016

Tempat/Tgl Lahir : Oku Timur, 25 Juni 2001

Jurusan : Politik Islam

Fakultas : Adab dan Humaniora

*Judul : Respon Politik Kaum Milenial Terhadap Pergantian  
Logo Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Studi Kasus  
Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab Dan  
Humaniora.*

Dengan ini sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Respon Politik Kaum Milenial Terhadap Pergantian Logo Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Studi Kasus Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab Dan Humaniora”. adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, bukan hasil plagiat karya ilmiah orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, dan semua kutipan yang ada di skripsi ini telah saya sebutkan sumber aslinya berdasarkan tata cara penulisan kutipan yang lazim pada karya ilmiah.

Palembang, 30 Januari 2024

Penulis,



Anton Irwani

NIM : 2020404016

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Kuat Bukan Seberapa Kita Sering Melawan, Tapi Seberapa Lama Kita Bertahan”**

**“ Kita Punya Kendala Allah Punya Kendali Kita Punya Masalah Allah Yang Menangani”**

### **PERSEMBAHAN**

***HASIL KARYA INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK :***

Segala nikmat serta Ridho-nya yang telah Allah SWT berikan kepada penulis, sehingga mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang penulis harapkan. Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan penuh rasa syukur, sehingga dengan limpahan rahmat-nya skripsi ini dapat terselesaikan, Dan tidak lupa juga kita kepada nabi besar kita nabi Muhammad SA semoga kita mendapat Safaatnya di yaumul akhir nanti Amin yarobbal alamin.

Skripsi ini penulis persembahkan:

1. Banyak terima kasih kepada kedua orang tua ku, Bapak Khoirul Saleh dan Ibu Herlina Wati, Kakek Amirudin dan Nenek Aisyah untuk setiap doa yang kalian panjatkan untukku, yang selalu memberikan kenyamanan, ketenangan, motivasi, dan menyisihkan finansialnya sehingga skripsi ini terselesaikan. Terima kasih atas support yang kalian berikan kepadaku, semoga Allah selalu melindungi kalian.
2. Kepada Saudara/I ku Ivan ferdian dan Sherli Ramadhani Adik-adik Tercintaku.
3. Kepada Khususnya Calonku yang tercinta Terimakasih yang sebesar-besarnya atas *Support* untuk diriku yang dilanda kehancuran baik itu pikiran maupun hati, terimakasih yang sebesar-besarnya karna kehadiran

mu dihidupku Kembali bermakna dan cerah secerah Cahaya abadi.

4. Terima kasih kepada keluarga besar saya yang telah memberikan semangat yang luar biasa kepada saya serta memberikan doa-doa kepada saya.
5. Terima kasih kepada teman-teman dekat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, peran kalian sangat penting bagi kehidupan saya sehingga skripsi ini bisa berjalan dengan baik.
6. Terimakasih Sebesar-Besarnya kepada Almamater UIN Raden Fatah Palembang, Fakultas adab dan humaniora dan politik islam khususnya.
7. Dan yang terakhir terima kasih kepada diriku sendiri Anton Irwani karena telah mampu atas kerja keras dan berjuang sejauh ini dan semangat sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Terima kasih sudah bertahan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil‘alamin, segala puji bagi Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan Hidayahnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, dan semoga kita semua mendapatkan syafaat- Nya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan yang penulis terima dari keluarga, dosen, teman-teman penulis, baik bantuan moril maupun materil. Bantuan tersebut telah meringankan beban penulis sehingga terselesaikannya skripsi yang berjudul **“RESPON POLITIK KAUM MILENIAL TERHADAP PERGANTIAN LOGO PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) STUDI KASUS MAHASISWA PRODI POLITIK ISLAM FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA”**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tidak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

- a. Syukur kepada Allah Subhana Wata’ala yang tidak hentinya memberikan nikmat kesehatan dan nikmat muslim dan juga atas izinnya lah penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
- b. Kepada kedua orang tua Bapak Khairul Salleh dan Ibu Herlinawati yang selalu tiada hentinya mendo’akan dan memberikan semangat dan dorongan untuk sampai di titik ini tanpa ada mereka hidupku mungkin tiada berwarna serta buat kakek nenek ku Amirudin dan Aisyah.
- c. Kepada Saudara/I ku Ivan ferdian dan Sherli Ramadhani Adik Tercintaku.
- d. Kepada Khususnya Calonku yang tercinta Terimakasih yang sebesar-besarnya atas *Support* untuk diriku yang dilanda kehancuran baik itu pikiran maupun hati, terimakasih yang sebesar-besarnya karna kehadiran mu dihidupku Kembali bermakna dan cerah secerah Cahaya abadi.
- e. Rektor UIN Raden Fatah Palembang Prof. Dr. Nyanyu Khodijah, S.Ag., M.SI
- f. Ibu Dr. Endang Rochmiatun, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Adab dan Humaniora di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang beserta staf pimpinan lainnya, para dosen dan karyawan Fakultas Adab dan Humaniora yang telah memberikan pelayanan, perhatian, pengarahan dan bimbingan.
- g. Bapak Dr.Ahmad Syukri,,S,IP,,M,Si. dan bapak afif musthofa kawwami,M.Sos selaku Kprodi/seketaris Politik Islam dan Bapak Dr. Kiki Mikail, MA. Dan Bapak Nico Oktario

Adytyas, MA selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

- h. Keluarga besar Politik Islam , terimakasih atas semangat, kerjasama dan kebersamaannya selama menempuh kuliah di Fakultas Adab dan Humaniora.
- i. Untuk Seluruh Teman – teman saya yang telah memberi *support*
- j. Kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini, semoga segala kebaikan kalian bernilai pahala disisi Allah SWT.
- k. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karna itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun guna penyempurnaan skripsi ini.
- l. Akhirulkalam,semoga tulisan ini bernilai pahala disisi Allah SWT dan bermanfaat bagi kita semua. Amiiin YaRabbal’alamin.

Palembang, 30 Januari 2023

Penulis,



**Anton Irwani**

**2020404016**

## **ABSTRAK**

Skripsi ini berjudul “RESPON POLITIK KAUM MILENIAL TERHADAP PERGANTIAN LOGO PARTAI Keadilan Sejahtera (PKS) KASUS MAHASISWA PRODI POLITIK ISLAM FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA”, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) studi kasus mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora. Hasil penelitian ini dengan perubahan yang dilakukan oleh PKS berdampak pada kaum milenial yang menilai PKS lebih fresh, penuh semangat muda, dan optimis. dengan perubahan logo, PKS berhasil menunjukkan visi misi partai dan usahanya untuk lebih dekat dengan generasi milenial. Hal ini dikarenakan lambang partai mulai dari warna, tulisan hingga gambar yang mudah diingat, unik dan mudah dipahami. Perubahan tidak hanya membawa citra positif partai namun juga membuat kaum milenial semakin tertarik untuk mengenal PKS dengan mencari informasi lebih lanjut terkait PKS sehingga menambah wawasan politik dan pemahaman partai PKS. Namun hal tersebut belum terbukti Ketika kontestasi pemilu 2024. Dan kita akan melihat bagaimana respon pemilih terhadap pilihan mereka terhadap partai PKS tahun 2024.

***Kata Kunci : Respon Politik, Partai PKS***

## **ABSTRACT**

*This thesis is entitled "POLITICAL RESPONSE OF MILLENNIALS TO THE CHANGE IN THE LOGO OF THE PROSPEROUS JUSTICE PARTY (PKS) CASE OF STUDENTS OF THE ISLAMIC POLITICS PROGRAM FACULTY OF ADAB AND HUMANITY", The aim of this research is to find out how the millennials' political response is to the change in the logo of the Prosperous Justice Party (PKS) study case of students of the Islamic Politics Study Program, Faculty of Adab and Humanities. The results of this research show that the changes made by PKS have had an impact on the millennial generation who consider PKS to be fresher, full of youthful enthusiasm and optimistic. With this logo change, PKS has succeeded in showing the party's vision and mission as well as its efforts to get closer to the millennial generation. This is because party symbols ranging from colors, writing to images are easy to remember, unique and easy to understand. These changes not only bring a positive image to the party but also make the millennial generation increasingly interested in getting to know PKS by looking for further information about PKS thereby increasing political insight and understanding of PKS. party. However, this has not been proven in the 2024 election contestation. And we will see how voters respond to their choice of the PKS Party in 2024.*

**Keywords: Political Response, PKS Party**

## DAFTAR ISI

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                 | <b>i</b>       |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>     | <b>ii</b>      |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>            | <b>iii</b>     |
| <b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>       | <b>v</b>       |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                 | <b>vi</b>      |
| <b>ABSTRAK .....</b>                       | <b>ix</b>      |
| <b>ABSTRACT .....</b>                      | <b>x</b>       |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                     | <b>xi</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                  | <b>xii</b>     |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                  | <b>xii</b>     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>              | <b>1</b>       |
| A. Latar Belakang .....                    | 1              |
| B. Rumusan Masalah .....                   | 5              |
| C. Batasan Masalah.....                    | 5              |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....     | 6              |
| E. Literatur Review .....                  | 6              |
| F. Kerangka Teori .....                    | 12             |
| G. Metodologi Penelitian .....             | 18             |
| 1 Pendekatan Penelitian .....              | 20             |
| 2 Data dan Jenis Data.....                 | 21             |
| 3 Lokasi dan Waktu Penelitian .....        | 24             |
| 4 Variabel Penelitian .....                | 24             |
| 5 Populasi dan Sampel .....                | 25             |
| 6 Teknik Analisis Data.....                | 31             |
| 7 Sistematika Penulisan.....               | 34             |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>        | <b>33</b>      |
| A. Politik Branding .....                  | 33             |
| 1 Pengertian Politik Branding .....        | 36             |
| 2 Kaum Mileneal dan Politik Branding ..... | 38             |

|  |           |
|--|-----------|
| B. Marketik Politik.....   | 41        |
| C. Pemilu dan Partai Politik.....  | 43        |
| <b>BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....</b>   | <b>51</b> |
| A. Gambaran Umum.....  | 47        |
| 1. Propil Politik Islam UIN Radan Fatah.....   | 47        |
| 2. Visi Misi dan <i>Address</i> Prodi Politik Islam.....   | 48        |
| B. Mahasiswa Politik Islam.....  | 50        |
| C. Alumni Politik Islam.....   | 52        |
| D. Sejarah Partai Keadilan Sejahtera.....  | 54        |
| 1. Visi Misi Partai PKS.....   | 56        |
| 2. Perubahan Logo Partai Keadilan Sejahtera.....   | 57        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>62</b> |
| A. Karakteristik Responden.....  | 62        |
| 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....  | 62        |
| 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....  | 64        |
| B. Hasil Penelitian.....   | 64        |
| 1. Respon Politik Kaum Milenial Terhadap Pergantian Logo.....  | 64        |
| 2. Teori Partai Politik.....   | 64        |
| 3 Teori Partai Politik.....  | 69        |
| 4. Logo PKS.....   | 73        |
| C. Hasil Pengujian Instrumen Data.....   | 77        |
| 1. Uji Reliabilitas.....   | 77        |
| 2. Uji Asumsi Klasik.....  | 79        |
| 3. Hasil Pengujian Hipotesis.....  | 80        |
| 4. Uji Koefisiensi Korelasi.....   | 85        |
| D. Pembahasan.....   | 86        |
| 1. Respon Politik Kaum Milenial Terhadap Pergantian LogoPKS.....   | 86        |
| 2. Respon Politik Kaum Milenial Terhadap Pergantian Logo<br>PKS di Tinjau dari Teori Partai Politik.....             | 87        |
| 3. Respon Politik Kaum Milenial Terhadap Peragntian Logo<br>PKS ditinjau Dari Teori Branding dab Partai Politik..... | 89        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> | <b>92</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                     | 92        |
| 5.2 Saran .....                         | 92        |
| <b>Daftar Pustaka.....</b>              | <b>94</b> |
| <b>Lampiran</b>                         |           |

## DAFTAR TABEL

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Tabel 3.1 Penilaian Pengukur <i>Ordinal</i> .....            | 23             |
| Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....                 | 34             |
| Tabel 4.1 Identitas responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 69             |
| Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Angkatan.....          | 70             |
| Tabel 4.3 Jawaban Responden Berdasarkan Teori Branding.....  | 71             |
| Tabel 4.4 Jawaban Responden Berdasarkan Partai Politik ..... | 76             |
| Tabel 4.5 Jawaban Responden Tentang Logo Partai PKS.....     | 81             |
| Tabel 4.6 Reliabilitas Variabel Teori Baranding .....        | 85             |
| Tabel 4.7 Realibilitas Variabel Teori Partai Politik.....    | 86             |
| Tabel 4.8 Reliabilitas Variabel Logo PKS.....                | 87             |
| Tabel 4.9 Uji Normalitas.....                                | 88             |
| Tabel 4.10 Hasil Uji T.....                                  | 89             |
| Tabel 4.11 Hasil Uji F.....                                  | 90             |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....             | 91             |
| Tabel 4.13 Koefisien Korelasi ( R) .....                     | 92             |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....             | 92             |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....             | 93             |

## DAFTAR GAMBAR

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Gambar 3.1 Data Alumni Mahasiswa Politik Islam UIN RF ..... | 60             |
| Gambar 3.2 Logo PKS Lama .....                              | 67             |
| Gambar 4.1 Logo PKS Baru .....                              | 66             |

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Hakikatnya politik adalah suatu konsep terapan yang berbicara tentang kebijakan dan kekuasaan. Kedua entitas ini menjadi konsep utama ketika berbicara masalah politik. Secara fungsional, politik diterjemahkan sebagai wadah dalam mengatur negara agar rakyat yang ada di dalamnya mendapatkan kesejahteraan lahir dan batin. Artinya bahwa, ke-urgensian politik tidak hanya menjadi perbincangan para negarawan saja. Agama juga menjadi instrument agar keberlangsungan politik menjadi lebih optimal.

Imam Al Mawardi dalam konsep kepemimpinannya menyebutkan bahwa instrumen penting untuk meneruskan misi kenabian guna memelihara agama, umat dan mengatur dunia sehingga tercipta kebangsaan yang *baldatun thayyibatun wa rabbun ghofur*. Beranjak dari pernyataan di atas, maka politik dan agama merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Keberadaan nilai-nilai agama dalam politik tentu akan membuat umat lebih mudah menuangkan aspirasinya serta lebih mengikat dan mempertegas konstruk norma dan aturan perundang-undangan yang disusun dan disepakati oleh negara.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keanekaragaman yang luas. Mulai dari suku, adat, bahasa, kebudayaan dan termasuk juga agama. Selain kesukuan, agama juga menjadi instrumen pemersatu di Indonesia. Mengingat jumlah kependudukan umat Islam di Indonesia begitu luas dan banyak, maka sudah selayaknya umat islam memiliki wadah untuk menghimpun aspirasi

mereka. Karenanya kehadiran partai politik menjadi suatu keniscayaan sebagai solusi dalam menghimpun dan menuangkan aspirasi. (Sutjipto et al., 2021)

Partai keadilan sejahtera (PKS) merupakan salah satu partai islam yang ada di Indonesia dan memiliki corak adaptif serta transformatif terhadap gejala yang berkembang di masyarakat. Jika partai Islam lainnya memiliki kedekatan kultural, maka partai PKS lebih condong kepada pendekatan transformasi yang lebih erat eksistensinya dengan kaum milenial.

Di Sumatera Selatan, partai PKS memiliki daya tarik yang cukup kuat bagi para milenial. Keberpihakan ini tentu tidak datang begitu saja, banyaknya ulama dan para Habaib yang turut aktif memberikan edukasi politik di luar atau di dalam kampus, membuat anak muda terpicat dengan gaya persuasi tersebut. Eksistensi politik islam tidak hanya ramai dibicarakan oleh generasi terdahulu. Para mahasiswa aktif juga kerap mengkaji konstruk politik islam di Sumatera Selatan

Jika dulu banyak yang simpatik dan tertarik dengan gaya politik yang lugas seperti Bung Karno, namun generasi hari ini lebih menyukai perpolitikan yang tidak hanya lugas dalam bernarasi dan berargumentasi, akan tetapi mereka juga menginginkan adanya makna simbolik, warna dan logo persatuan dari suatu partai tertentu. Ketertarikan ini kerap kali mereka jadikan wadah untuk mengidentifikasi diri, kelompok, komunitas atau organisasi mereka sendiri.

Logo dan simbol politik merupakan suatu hal yang sangat krusial dalam partai politik. Keurgensian logo dan simbol politik inilah kemudian membuat para petugas partai melakukan kajian dan evaluasi agar partai memiliki daya tarik yang kuat bagi bangsa pasarnya.(Muhammad, 2021). Beranjak dari pernyataan di atas,

peneliti ingin menggali bagaimana ekspresi kaum milenial di Sumatera Selatan khususnya mahasiswa fakultas Adab dan Humaniora Prodi Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang terhadap perubahan logo dan warna dari partai PKS. yang memang jurusan ini notabene mempelajari dan mengkaji eksistensi politik islam di bangku kuliah khususnya partai-partai Islam.

Hemat peneliti bahwa, sejak peristiwa penistaan Al-Qura'n oleh mantan gubernur DKI Jakarta Basuki Tcahaya Purnama alias Ahok. Banyak generasi muda terusik dan antipati terhadap kejadian tersebut. Alih-alih mendukung partai yang mendukung petahanan, mereka justru menyerang balik dengan mendukung partai rival dari petahanan. Sejak saat inilah partai PKS menadapatkan perhatian dan kepercayaan lebih dari kaum milenial.

Sementara dalam kajian ini, peneliti akan mengajak bagaimana ekspresi kaum milenial ketika melihat logo PKS berubah dari bentuk sebelumnya menjadi bentuk terbaru seperti sekarang?., Lalau peneliti juga akan mengulas kenapa kemudian PKS dijadikan representasi partai Islam sebagai bahan kajian pada penelitian kali ini? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, disini setidaknya peneliti memiliki dua alasan kuat yang dijadikan argument penting dalam penelitian.

*Pertama*, partai PKS adalah partai islam yang responsif dan transformatif. Responsif atas hal-hal yang sensitif di dalam agama dan soal keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Partai PKS selalu kritis terhadap kebijakan-kebijakan yang diduga dapat merugikan rakyat kecil. Karenanya buruh tani, rakyat miskin

kota dan mahasiswa tersalurkan aspirasinya melalui partai PKS. Selain itu, partai PKS adalah partai yang transformatif..

Di era digital dan teknologi seperti sekarang, sudah selayaknya suatu partai ikut mengalir dengan kemajuan zaman. Kaum milenial khususnya generasi Z memiliki tingkat ketergantungan terhadap teknologi yang begitu tinggi. Untuk itu menjadi sangat penting bagi suatu partai agar ikut andil dan aktif dalam membangun citra politik baik sebagai sarana edukasi maupun alat kampanye dalam meyakinkan pemilih. Selain itu generasi milenial juga seringkali mengikat persatuan mereka dengan simbol ataupun warna. Karenanya suatu keharusan bagi partai PKS melakukan evaluasi agar lebih fleksibel dan memiliki akses serta pengaruh yang lebih luas.

Kemudian yang *kedua*, generasi muda Palembang memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap agama dan kebijakan nasional serta lebih melek politik terutama generasi milenial mahasiswa politik Islam. Generasi ini juga lebih suka mendapat informasi dengan mencarinya ke Google atau perbincangan pada forum-forum agar mereka tetap *up-to-date*. Posisi generasi milenial sangat diperhitungkan karena mereka adalah bagian penentu dari kemajuan dan keberhasilan demokrasi baik di tingkat daerah maupun nasional.

Sebagaimana yang kita perhatikan, konsep pemerintah saat ini adalah pembangun infrastruktur di wilayah timur. Ada banyak wilayah yang kurang tersentuh oleh kebijakan pemerintah salah satunya di area Sumatera Selatan. PKS berhasil memberikan refleksi kepada generasi muda agar selalu seriat dengan edukasi politik. Nuansa islami seringkali dibawa di meja kuliah dan mimbar-

mimbar masjid atas urgensi politik Islam dapat terimplementasi secara evolutif. Kedekatan emosional inilah kemudian membuat generasi milenial menjadi teryakinkan atas edukasi yang dibawa oleh partai PKS.

Namun demikian, ulasan di atas adalah argument dasar peneliti agar arah penelitian ini mudah di mengerti. Untuk itu, ulasan yang lebih detail akan peneliti tuangkan pada saat pembahasan nanti. Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik meneliti tentang “respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) studi kasus Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora”

#### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut, maka diperoleh rumusan masalah bagaimana respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) studi kasus mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora?

#### **C. Batasan Masalah**

Untuk menghindari terjadinya makna ganda terhadap istilah yang terdapat dalam penelitian. Adapun batasan istilah pada skripsi ini adalah penelitian ini hanya memfokuskan membahas respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) studi kasus mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, maka diperoleh tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut:

## 1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) studi kasus mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora.

## 2. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, baik itu untuk penelitian pada khususnya dan terlebih lagi untuk masyarakat luas. Adapun yang menjadi kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Secara akademis, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.
- b) Secara praktis, penelitian ini diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empirik mengenai respon politik kaum milenial terhadap perubahan logo partai keadilan sejahtera (PKS)
- c) Bagi penulis, penelitian ini dapat mengasah kemampuan dalam membuat karya tulis ilmiah, serta melalui penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis mengenai permasalahan yang diteliti.

## **E. Literatur Review**

1. Vera Wijayanti Sutjipto, Maulina Larasati Putri, Marisa Puspita Sary, Fahira Novanra, Putri Dwi Rizni Ananda "CITRA PARTAI KEADILAN

## SEJAHTERA MENGENAI PERUBAHAN LAMBANG PARTAI BAGI GENERASI MUDA”

Pada penelitian yang dilakukan Vera Wijayanti Sutjipto, Maulina Larasati Putri, Marisa Puspita Sary, Fahira Novanra, Putri Dwi Rizni Ananda ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana analisis datanya berbentuk numerik/angka yang bertujuan untuk mengembangkan model matematis, sementara untuk pengujian sendiri validnya suatu variabel dalam penelitian ini menggunakan uji Kaiser Meyer-Olkin (KMO)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda mengetahui tentang perubahan simbol PKS melalui media sosial. Lambang baru PKS berwarna jingga ini, dinilai lebih segar dari lambang sebelumnya yang didominasi warna hitam sehingga terkesan kuno dan monoton. Perubahan lambang PKS berhasil mengubah citra positif partai bagi generasi muda. Generasi muda beranggapan bahwa perubahan lambang menjadi salah satu upaya yang dilakukan PKS dalam melibatkan dan mewedahi aspirasi generasi muda di dunia politik kedepannya. (Sutjipto et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan Vera Wijayanti Sutjipto, Maulina Larasati Putri, Marisa Puspita Sary, Fahira Novanra, Putri Dwi Rizni Ananda ini memiliki persamaan dan perbedaan dari penelitian akan dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang logo. Adapun dari segi perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Vera Wijayanti Sutjipto yaitu mencari pengaruh perubahan logo partai keadilan sejahtera (PKS) dikalangan muda, sedangkan penelitian ini yaitu membahas respon politik

kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) pada Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora.

2. Ben Isa Muhammad “MAKNA PERUBAHAN LOGO PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) DAN HUBUNGAN DENGAN BRAND IMAGE PKS”

Pada penelitian yang dilakukan Ben Isa Muhammad ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Metode pengolahan data dalam tahapan riset semiotika adalah Klasifikasi data, Identifikasi teks/tanda, menentukan pola semiotik yang umum, Kekhasan wacananya berdasarkan elemen semiotika yang ada. Data akan dianalisis berdasarkan object, representamendan interpretandan kaitannya dengan berbagai aspek seperti sosial, budaya, komunikasi, tujuan organisasi, dan hal lain yang berhubungan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa makna yang direpresentasikan dalam visual logo baru PKS adalah perubahan citra partai dari yang lebih agamis dan formal menjadi lebih netral, muda, segar dan dinamis. Sebagai bagian dari corporate rebranding Partai Keadilan Sejahtera, perubahan logo PKS merupakan strategi partai untuk menarik minat calon konstituen baru, terutama dari kalangan milenial. PKS melakukan evolusi logo ke bentuk desain yang lebih modern yang adaptif dan organik. (Muhammad, 2021).

Penelitian yang dilakukan Ben Isa Muhammad Ananda ini memiliki persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan yaitu

sama-sama membahas tentang logo partai keadilan sejahtera (PKS). Adapun dari segi perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ben Isa Muhammad Ananda yaitu membahas makna logo partai keadilan sejahtera (PKS), sedangkan penelitian ini yaitu membahas bagaimana respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) pada Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora”

3. Dewi Anggraini Nur Indah Sari “MAKNA TANDA DALAM LOGO PARTAI POLITIK ISLAM PEMILU TAHUN 2019 DI INDONESIA (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)”

Pada penelitian yang dilakukan Dewi Anggraini Nur Indah ini metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi semiologi yang artinya membahas tentang tanda dalam kehidupan manusia. Sementara teori yang digunakan yaitu semiotika Roland Barthes, yang menurutnya semiotika atau semiologi ini pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan “*humanity*” memaknai hal-hal “*things*”. Memaknai “*to signify*” dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan “*to communicate*”

Adapun hasil dari penelitian pada skripsi ini adalah ternyata logo-logo yang digunakan pada partai politik Islam peserta pemilu tahun 2019 di Indonesia mempunyai makna bahwa simbols-simbol dan warna yang digunakan dalam logo partai menunjukkan lambang dari agama Islam. Dan makna tanda dalam logo partai politik Islam ternyata mempengaruhi

masyarakat pemilih dalam menentukan pilihannya pada pemilu tahun 2019 di Indonesia. (Sari, 2022).

Penelitian yang dilakukan Dewi Anggraini Nur Indah ini memiliki persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang logo. Adapun dari segi perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dewi Anggraini Nur Indah yaitu membahas makna tanda logo partai politik islam pada pemilu 2019, sedangkan penelitian ini yaitu membahas bagaimana respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) pada Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora”

4. Canditra Sultannata dan Siti Maryam “ANALISIS SEMIOTIKA LOGO BRODO FOOTWEAR DI MEDIA SOSIALTWITTER STUDI ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES”.

Pada penelitian yang dilakukan Canditra Sultannata dan Siti Maryam metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan depth interview, pengamatan dan studi pustaka, sementara teori yang digunakan semiotika Roland Barthes

Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo Brodo adalah teks ukiran Brodo dengan font yang membentuk silhouette ayam jago berwarna hitam dengan background putih. Tulisan Brodo begitu simple dan unik serta memberikan kesan kejantanan dan gagah yang berarti logo Brodo cukup

menggambarkan identitas produk yang dijual, yaitu produk laki-laki yang gentlemen. kesimpulan. (Candita Sultannata, 2018)

Penelitian yang dilakukan Canditra Sultannata dan Siti Maryam ini memiliki persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang logo. Adapun dari segi perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Canditra Sultannata dan Siti Maryam yaitu menganalisis semiotika logo brodo footwear di media sosial twitter, sedangkan penelitian ini yaitu membahas bagaimana respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) pada Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora”

5. Infra Wahdaniah, Ahmad Toni dan Rajab Ritonga “MAKNA LOGO DINAS PENERANGAN TENTARA NASIONAL INDONESIA ANGKATAN LAUT”

Pada penelitian yang dilakukan Infra Wahdaniah<sup>1</sup>, Ahmad Toni, Rajab Ritonga metodologi yang digunakan adalah Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanda yang terdapat pada bentuk, warna, dan tipografi logo Dispenal sesuai dengan visi dan misi TNI Angkatan Laut. Makna warna yang terdapat pada logo Dispenal

adalah suatu upaya yang dapat memberikan semangat pantang menyerah dan penuh keikhlasan, dengan loyalitas, kesetiaan, dan ketaatan yang dilaksanakan secara bijaksana. Moto Cepat Tepat Akurat, menegaskan komunitas penerangan TNI AL merupakan ujung tombak terdepan dalam pembinaan fungsi penerangan TNI AL yang dituntut bekerja secara cepat, tepat, dan akurat.(Wahdaniah, 2020)

Penelitian yang dilakukan nfra Wahdaniah, Ahmad Toni, Rajab Ritonga ini memiliki persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang logo. Adapun dari segi perbedaanya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Infra Wahdaniah, Ahmad Toni, Rajab Ritonga yaitu mencari makna logo pada Dinas penerangan Tentara Nasional Indonesia angkatan laut, sedangkan penelitian ini yaitu membahas bagaimana respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) pada Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora”

#### **F. Kerangka Teori**

Secara khusus, sebuah teori adalah kesimpulan dari berbagai kejadian yang ditampilkan oleh penulis dalam usaha menganalisis permasalahan yang diteliti. Hal ini berkaitan dengan penyelesaian masalah yang pada penelitian. Penelitian ini akan menggambarkan, menjelaskan serta membahas mengenai fenomena serta fakta politik, sehingga penelitian ini bersifat deskriptif dan komparatif.

## 1. Teori Branding

Istilah *Branding* berasal dari bahasa Inggris yaitu kata *brand* diartikan sebagai merek. Merek adalah nama, istilah, tanda rancangan, dan simbol atau kombinasi dari hal-hal tersebut menurut American Marketing Association. *Brand* adalah bentuk perjanjian antara produsen dan penjual agar secara konsisten dapat memberikan manfaat, fitur, dan jasa kepada pembeli (Nur, 2021)

Branding adalah aset tak berwujud yang berupa rangkuman pengalaman terhadap sebuah entitas. Nilai aset sebuah brand yang terbangun baik sangatlah tinggi, bahkan bisa melebihi semua aset fisik entitas yang bersangkutan. Karena diciptakan dalam pikiran, brand dapat membangun loyalitas nilai suatu lembaga dan produk. Salah satu kegiatan membangun brand yang sangat penting adalah mendesain identitas visual, seperti logo.

Logo adalah elemen grafis berbentuk berupa ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah branding. Logo mencerminkan sebuah brand. Oleh sebab itu, logo harus dapat menampilkan pribadi dan jiwa entitas yang diwakili sebaliknya. Mengingat betapa pentingnya logo bagi sebuah lembaga dan produk, sudah sepantasnya proses pendesainan logo dirancang dengan serius.

Branding merupakan kegiatan komunikasi suatu lembaga atau perusahaan untuk membesarkan nama perusahaan tersebut, sedangkan rebranding adalah sebuah praktek pembentukan nama baru baik dari

perusahaan atau lembaga dimana terjadi perubahan identitas total dari sebelumnya, yang tentunya menjadi lebih baik, dengan kata lain ketika melakukan rebranding maka yang berubah ialah nilai-nilai dalam merek (brand) itu sendiri.

Elemen brand adalah upaya visual bahkan kadangkala fisik yang bertindak mengidentifikasi dan mendiferensiasi suatu produk atau jasa perusahaan. Elemen brand formal seperti nama, jenis logo, dan slogan bersatu membentuk identitas visual suatu brand atau perusahaan. (Kotler & Pfoertsch.).

Beberapa elemen brand *identity* adalah sebagai berikut:

a. Nama Brand

Nama brand adalah yang pertama dan mungkin ekspresi terbesar atau wajah dari suatu produk. Nama yang dipilih dengan baik untuk suatu perusahaan, produk, atau jasa dapat menjadi aset berharga, seperti halnya brand itu sendiri. Nama brand akan digunakan dalam segala bentuk komunikasi antar perusahaan dengan konsumen prospektifnya

b. Logo

Logo adalah tampilan grafis dari nama brand atau perusahaan. Kekuatan simbol tidak boleh dianggap remeh “karena manusia cenderung menjadi lebih mudah menerima citra dan simbol dibanding yang lainnya, logo yang kuat dapat memberi

kohesi dan membangun kesadaran identitas brand, memudahkan pengenalan dan ingatan kembali.

c. Slogan (Tagline)

Slogan brand adalah kalimat yang mudah dikenal dan diingat yang seringkali menyertai nama brand dalam program komunikasi pemasaran. Tujuan utama slogan adalah mendukung citra brand yang diproyeksikan oleh nama dan logo brand. Dalam hal ini, brand identity adalah cara bagi suatu merek untuk mengungkapkan kepribadian, nilai-nilai, tujuan, dan janji kepada konsumen. Melalui elemen-elemen yang menciptakan identitas merek ini, perusahaan dapat membangun hubungan emosional dengan pelanggan, membantu pengenalan merek, dan membedakan dirinya dari pesaing di pasar. Brand identity juga membantu menciptakan kesinambungan dalam pesan dan penampilan merek di seluruh saluran komunikasi dan interaksi dengan konsumen.

d. Kisah Merek

Kisah dapat menjadi lebih dan lebih penting dalam kehidupan perusahaan. Sebagai suatu konsep, kisah bahkan memenangkan tempat berpijak yang penting dalam perdebatan tentang cara brand masa depan akan dibentuk. Jika Anda ingin brand menjadi benar-benar spesial, Anda perlu memiliki kisah semacam legenda tentang bagaimana perusahaan dimulai.

## 2. Teori Partai Politik

Partai Politik (Parpol) menurut Miriam Budiardjo merupakan organisasi politik yang menjadi sarana masyarakat untuk menyalurkan aspirasi. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Djenal Hoesen bahwa Tanpa organisasi Parpol tidak mungkin ada:

- 1) penyaluran pernyataan prinsip,
- 2) evolusi yang tertib dalam merumuskan kebijaksanaan,
- 3) pelaksanaan yang teratur daripada alat konstitusional yang berupa pemilihan parlemen dan seterusnya.

Sebaliknya, besar kemungkinan akan timbul jika tidak ada organisasi Parpol:

- 1) gerombolan dan komplotan liar,
- 2) permintaan-permintaan dan petisi kepada pemerintah,
- 3) persetujuan-persetujuan rakyat,
- 4) akan adanya protes-protes masyarakat.

Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik biasanya dengan cara konstitusional untuk melaksanakan programnya. Fungsi partai politik antara lain sebagai sarana komunikasi politik, sosialisasi politik, rekrutmen politik, dan sarana pengatur konflik.

Dengan demikian, partai politik mempunyai posisi (status) dan peranan (*role*) yang sangat penting dalam setiap sistem demokrasi. Partai politik merupakan pilar yang sangat penting untuk diperkuat derajat pelembagaannya (*the degree of institutionalization*) dalam setiap sistem politik yang demokratis. Untuk itu dapat dikatakan bahwa sebenarnya esensi dari partai politik adalah sebagai salah satu sarana untuk mewujudkan sistem politik yang demokratis.

Partai politik adalah salah satu sarana untuk mewujudkan sistem politik yang demokratis. Mengapa? Karena dalam sistem politik yang demokratis salah satu cirinya adalah jaminan terhadap hak asasi manusia. Partai politik itu sendiri berdiri berdasarkan Pasal 28 Undang Undang Dasar 1945.

Affan Gaffar menyatakan bahwa dalam suatu negara yang demokratis, setiap warga masyarakat dapat menikmati hak-hak dasar mereka secara bebas, termasuk di dalamnya adalah hak untuk menyatakan pendapat (*freedom of expression*), hak untuk berkumpul dan berserikat (*freedom of assembly*), dan hak untuk menikmati pers yang bebas (*freedom of the press*). Selain itu dalam sistem politik yang demokratis itu masyarakat diberikan kewenangan atau hak untuk menentukan siapa yang akan menjadi pemimpin mereka. Hal ini menjadi konsekuensi yang logis dari sebuah sistem yang bernama kedaulatan rakyat. (Wardana, 2017)

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2018).

Fokus penelitian ini menggunakan metode deskriptif, metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena (Nazir, 2019). Dalam metode deskriptif, dapat diteliti masalah normatif bersama-sama dengan masalah status dan sekaligus membuat perbandingan perbandingan antar fenomena.

Oleh karena itu, penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian untuk mengetahui respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) studi kasus Mahasiswa Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora.

## 2. Data dan Jenis Data

### a. Jenis Data

Ada dua macam jenis data pada umumnya, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif yang akan dijelaskan di bawah ini. Dan penulis akan menggunakan pada dua jenis data ini dalam melakukan analisis.

#### 1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot (Sugiyono, 2018 ).

#### 2. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar. Data kualitatif merupakan deskripsi komentar observer terhadap kegiatan guru dan siswa pada saat proses pembelajaran berlangsung dan komentar pengamat terhadap rencana pelaksanaan pembelajaran yang dilihat oleh guru atau peneliti (Sugiyono, 2018 ).

### b. Sumber Data

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder.

## 1. Data Primer

Data primer merupakan jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok. Jadi data yang di dapatkan secara langsung. Data primer secara khusus di lakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan metode survei. Metode survei ialah metode yang pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Penulis melakukan penyebaran kuesioner atau angket kepada mahasiswa prodi politik Islam angkatan 2020.

Kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*, karenanya skala *likert* dapat digunakan dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terkait fenomena sosial, lalu jawaban-jawaban kuesioner tersebut diolah dan disusun dalam bentuk tabulasi, dan kemudian dihitung dengan rasio persentase, yang mana persentase terbesar akan mewakili suatu kesimpulan atas jawaban permasalahan yang dicari (Sugiyono, 2018). Di bawah ini merupakan skala penilaian pengukuran *likert* pada kuesioner yang akan disebar.

**Tabel 3.3**  
**Penilaian Pengukuran *Ordinal***

| <b>Kode</b> | <b>Kriteria Jawaban</b> | <b>Nilai</b> |
|-------------|-------------------------|--------------|
| SS          | Sangat Setuju           | 5            |
| S           | Setuju                  | 4            |
| R           | Ragu-ragu               | 3            |
| TS          | Tidak Setuju            | 2            |
| STS         | Sangat Tidak Setuju     | 1            |

**Sumber (Sugiyono, 2018).**

## 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya (Sugiyono, 2018). Data sekunder berasal dari sumber internal maupun eksternal. Dalam hal ini, data sekunder yang bersifat internal didapat melalui data-data Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dan yang bersifat eksternal didapat melalui sumber-sumber di jurnal, artikel, majalah dan internet. Dalam hal ini yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

## 3. Lokasi dan Waktu Penelitian

### a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Uiniversitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Provinsi Sumatera Selatan

#### b. Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan instrumen kuesioner, waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September sampai bulan November 2023.

#### **4. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Memilih variabel yang akan diteliti (antara variabel bebas dengan terikat) haruslah benar-benar masalah yang terjadi di lokasi penelitian kita dan dalam memilih variabel harus mempertimbangkan alat ukur apa yang digunakan untuk mendukung kemampuan pelaksanaan penelitian(Sugiyono, 2018).

Fokus penelitian ini pada 2 variabel, yaitu :

##### 1. Variabel terikat

Pada penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah Pergantian Logo Partai PKS yang dinyatakan dalam Y.

##### 2. Variabel bebas

Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas yaitu: Respon Politik Kaum Milenial yang dinyatakan sebagai X.

#### **5. Populasi dan Sampel**

##### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

(Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh Mahasiswa Prodi Politik Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023 yang berjumlah 155 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili). (Sugiyono, 2015)

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan metode sebagai berikut: Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sample /jumlah responden

N : Ukuran populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,05

Perhitungan ukuran sampel :

$$n = \frac{155}{1 + (155 \times (0,05^2))}$$

$$n = 111,77$$

Jadi berdasarkan rumus slovin dengan  $n=155$  dan  $e = 0.05$  ukuran sampel yang diperlukan sekitar 111,77 dalam situasi praktis, maka peneliti mengambil ukuran sampel yang dibulatkan kebilangan bulat terdekat, jadi dalam hal ini, ukuran sebagai ukuran sampel 111 orang.

## 6 Teknik Analisis Data

Data kuantitatif yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik pada aplikasi SPSS. Sedangkan, untuk data kualitatif (hasil wawancara) akan dianalisis dengan menggunakan metode tematik. Adapun Teknik analisis data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis.

### a. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian ini akan memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, jumlah (*sum*), jangkauan (*range*), tinggi kurva (*kurtosis*), dan ukuran kemiringan (*skewness*) (Ghozali, 2019).

#### 1. Uji Kualitas Data

Untuk melakukan uji kualitas data dari data primer, peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dalam melakukan uji kualitas data ini :

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Hasil uji validitas dikatakan valid apabila nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05. Sedangkan, nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa pernyataan tersebut tidak valid (Ghozali, 2019).

### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. SPSS dapat mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*, dengan syarat apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70 menunjukkan instrumen yang digunakan *reliable*. Reliabilitas sebenarnya merupakan sebuah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2019).

### **c. Uji Asumsi Klasik**

Untuk melakukan uji asumsi klasik atas data primer ini, maka peneliti melakukan:

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk distribusi data dalam tabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Data yang baik dan layak

digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, proses uji normalitas akan dilakukan dengan uji statistik yaitu Uji Kolmogorov-Smirnov (Sugiyono, 2018).

Uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebuah salah satu pengujian normalitas dengan membandingkan data yang akan diuji normalitasnya, dengan distribusi normal baku. Dasar pengambilan keputusan normal atau tidaknya data yang akan diolah adalah sebagai berikut.

- a. Apabila terdapat hasil signifikan  $\geq 0,05$ , maka data terdistribusi normal.
- b. Apabila terdapat hasil signifikan  $\leq 0,05$ , maka data tidak terdistribusi secara normal.

#### **D. Metode Analisis Regresi**

Metode statistik untuk menguji pengaruh antara satu variabel terikat dan beberapa variabel bebas adalah dengan menggunakan metode regresi sederhana. Dengan bantuan aplikasi perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Karena peneliti menggunakan 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat, maka peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana. Untuk menguji pengaruh satu variabel terikat dan beberapa variabel bebas dengan menggunakan regresi sederhana. Di bawah ini merupakan rumus dari regresi linier sederhana yang digunakan.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Logo Partai PKS

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X : Kaum Milenial

## b. Uji Hipotesis

### 1. Uji Statistik T

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Ghazali (2019) cara melakukan uji T adalah sebagai berikut:

- 1) *Quick look* : bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka  $H_0$  yang menyatakan  $b_i = 0$  dapat ditolak bila nilai T lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Membandingkan nilai statistik T dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik T hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai T tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- 3) Peneliti memakai regresi sederhana dengan satu variabel independen

dengan estimator  $\beta_1$ , adapun prosedur langkahnya sebagai berikut:

- a) Membandingkan nilai T hitung dengan T kritisnya. Keputusan menolak atau menerima  $H_0$ .
- b) Jika nilai t hitung  $>$  nilai t tabel  $H_0$  ditolak atau menerima  $H_a$  (signifikan).
- c) Jika nilai t hitung  $<$  nilai t tabel maka  $H_0$  diterima atau menolak  $H_a$  (tidak signifikan).

### c. Uji Statistik F

Ghozali dalam Meiryani (2021) uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F  $< 0.05$  maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya. Ada pun ketentuan uji F, sebagai berikut.

1. Jika nilai signifikan F  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya semua variabel independen (bebas) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
2. Jika nilai signifikan F  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  Artinya, semua variabel independen (bebas) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (terikat).

#### d. Koefisien Korelasi (R)

Korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap) (Sugiyono, 2018).

Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antar dua variabel. Korelasi ini biasa dilambangkan dengan huruf  $r$ , yang nilainya berada di rentang  $-1$  sampai  $+1$ .

Nilai  $r$  yang mendekati  $-1$  atau  $+1$  menunjukkan hubungan yang kuat di antara dua variabel tersebut, sementara nilai  $r$  yang mendekati  $0$  mengindikasikan hubungan yang lemah. Adapun klasifikasi *Koefisien Korelasi* adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.6.3**  
**Koefisien Korelasi (R)**

| <b>Interval</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|-----------------|-------------------------|
| 0,00 – 19,9     | Sangat lemah            |
| 20,00 – 39,99   | Lemah                   |
| 40,00 – 59,9    | Sedang                  |
| 60,00 – 79,9    | Kuat                    |
| 80,00 – 100,0   | Sangat Kuat             |

**Sumber : (Sugiyono, 2018)**

## **1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilainya adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai data koefisien determinasi tinggi.

## **6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Istilah definisi operasional variabel pada penelitian bisa disebut sebagai objek yang memiliki nilai tersendiri dan ciri khas yang ditetapkan oleh seorang pembuat penelitian agar dapat dipelajari dan bisa dibuat kesimpulan (Sugiyono, 2018). Sifat dari sebuah variabel adalah bervariasi, namun semua variabel dipastikan akan berbeda. Variabel dapat diartikan sebagai objek yang mempunyai variasi khusus dan dapat dipelajari dan disimpulkan (Nasrudin, 2019).

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

| No | Variabel                              | Teori                   | Indikator   | Skala   |
|----|---------------------------------------|-------------------------|---|---------|
| 1  | Respon Politik<br>Kum Milenial<br>(X) | Teori<br>Branding       | 1. Nama Brand<br>2. Logo<br>3. Slogan<br>4. Kisah Merek                                       | Ordinal |
|    |                                       | Teori Partai<br>Politik | 1. Strategi Politik<br>2. Komunikasi Politik<br>3. Sosialiasi Politik<br>4. Rekrutmen Politik |         |
| 3  | PKS (Y)                               | Logo PKS                | 1. Makna Logo PKS   | Ordinal |

#### H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk mendapat gambaran yang terperinci dan untuk mempermudah isi dari pada skripsi ini, sehingga penulis membagi sistematika penulisan ke dalam 4 bab, yaitu:

1. BAB I: Pendahuluan, pada bab ini pada akan diuraikan latar belakang yang mendasari penelitian, kemudian diidentifikasi masalah melalui rumusan masalah. Termasuk pula dijelaskan tujuan dan manfaat penelitian, lalu terdapat tinjauan pustaka dan kerangka teori sebagai acuan penelitian, serta metode penelitian yang menjelaskan pendekatan, data dan jenis data, teknik pengumpulan, teknik analisis data serta sistematika penulisan.
2. BAB II: Kajian Kepustakaan Yang Relevan, Pada bab ini akan dibahas mengenai teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini.

Berisi mengenai pengertian ataupun definisi serta teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari beragam sumber.

3. BAB III: Gambaran Umum Objek Penelitian, pada bab ini penulis menjelaskan tentang respon politik kaum milenial terhadap pergantian logo partai keadilan sejahtera (PKS) studi kasus mahasiswa prodi politik islam fakultas adab.
4. BAB IV: Hasil dan Pembahasan, Pada bab ini penulis menjelaskan kaum milenial, logo baru partai PKS, partai PKS, generasi milenial.
5. BAB V: Penutup, pada bab ini penulis menyimpulkan pembahasan mengenai penelitian yang telah dilakukan sekaligus menjadi penutup. Serta hasil dari pengaruh fenomena tersebut, kemudian penulis memberikan asumsi terkait permasalahan penelitian dari keseluruhan penelitian ini agar dapat dipahami bagi para pembaca.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORITIS**

#### **A. Politik Branding**

Partai Keadilan Sejahtera atau yang lebih dikenal dengan PKS didirikan pada tanggal 20 Juli 1998 dengan nama awal Partai Keadilan yang dipimpin oleh Nurmahmudi Ismail pada saat konferensi pers di Aula Masjid Al-Azhar, Kebayoran Baru, Jakarta (Sejarah Ringkas, 2011). Kemudian dalam dinamikanya PKS ingin merubah imagenya dengan merubah logo partai, dalam hal ini maka peneliti akan membahas mengenai politik branding, kaum milenial, marketing politik, pemilu dan partai politik serta logo partai.

##### **1. Politik Branding**

Ketika membicarakan mengenai branding, yang harus dimiliki sebuah organisasi atau barang ialah merek. Menurut Webster (1983: 221), dalam buku *Political Branding dan Public Relations* Merek merupakan sebuah identitas yang dibuat oleh orang-orang pemasaran agar memudahkan konsumen memilih sebuah produk. Dalam konteks dengan politik, bagaimana masyarakat memiliki partai politik sebagai sebuah identitas yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam dirinya. Tidak ada bedanya dengan merek-merek dagang milik sebuah perusahaan, partai politik juga membutuhkan sebuah strategi yang dinamakan strategi branding (Pungki Melati Sukma, 2020).

Membangun branding tentu hal tidak mudah untuk dikenali oleh public, Respon politik terhadap branding merujuk pada bagaimana brand yang di bangun oleh public figure atau pun pemimpin politik. Strategi branding dalam politik melibatkan upaya untuk membangun citra, identitas, dan pesan yang kuat untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu, calon kandidat, atau partai politik.

Branding dalam politik merujuk pada strategi dan upaya untuk membangun citra, identitas, dan pesan yang kuat terkait suatu entitas politik, seperti partai politik, kandidat, atau isu-isu tertentu. Tujuan dari branding politik adalah untuk mempengaruhi persepsi masyarakat, membangun hubungan emosional dengan pemilih, dan menciptakan identitas yang mudah dikenali dan diingat.

Komunikasi politik efektif untuk partai dapat dilakukan dengan menciptakan brand politik yang kemudian dapat membentuk image di masyarakat dan mengidentifikasi kualitas partai. Terdapat pula upaya visual yang digunakan agar dapat mengenalkan dan membedakan satu partai politik dengan lainnya melalui pembentukan brand identity berupa nama, platform, logo, slogan, program, dan sebagainya. Identitas partai dapat diperkenalkan dengan melakukan positioning politik dan dikembangkan dengan pengadaan strategi branding politik, seperti pemasangan advertorial, pembuatan slogan, program kerja, dan sebagainya (Yulia Dewi, 2016).

Mendesain dan membangun identitas branding partai politik, apalagi untuk kehadiran partai politik baru menjadi hal yang sangat krusial, tidak hanya untuk keberlangsungan masa depan partai melalui marketing politik, tetapi target jangka pendek adalah agar bisa tembus ke parlemen dan melewati ambang batas yang telah ditentukan.

Politik branding adalah cara strategis dari konsumen branding untuk membangun citra politik konstituen terhadap suatu produk politik (kandidat politik, atau partai politik, atau kebijakan politik, dan lain-lain), yang terbentuk atas informasi dan sikap politik konstituen atas aspek fungsional, emosional, natural, dan kultural dari suatu produk politik, di mana persepsi tersebut membedakan produk tersebut dalam kompetisi dengan produk sejenis.

#### a. Tujuan Political Branding

Menurut Pich, dalam jurnal yang diterjemahkan dari “An Exploration Of The Internal/External Brand Orientations Of David Cameron’s Conservative Party” Tahun 2012 Hal:37. Tujuan pembentukan merek politik atau *political branding* diantaranya:

1. Merek politik atau (brand politics) dapat membangun kesetiaan pemilih, menguatkan keyakinan yang telah tercipta atas entitas politik, membangun identitas, mengkomunikasikan nilai-nilai dari merek politik, membantu mereposisi sebuah partai.

2. Merek politik dapat mengkomunikasikan nilai-nilai yang dianut oleh merek politik.
3. Merek politik dapat membantu mereposisi sebuah partai atau pun kandidat.
4. Merek politik dapat memberikan jaminan kepada pemilih, Selain menyediakan visi jangka panjang atas masa depan politik.
5. Merek politik memberikan wajah baru yang menarik bagi prediksi-prediksi politik yang monoton (Uskar, 2021).

Menghadapi kompetisi yang berat antar partai politik, maka dibutuhkan marketing politik yang efektif untuk meraih simpati pemilih. Seperti Pemilu 2019 adalah pemilu serentak yang pertama kali digelar di Indonesia, maka tentu tantangannya pun akan semakin berat dalam menghadapinya, sebab, pemilih juga fokusnya pada Pemiliha Presiden dan Wakil Presiden.

Salah satu media kampanye yang sangat ampuh ialah media sosial. Maraknya traffic penggunaan media sosial sudah bukan hal yang baru di Indonesia. Sejak mengalami booming di tahun 2012, keterikatan masyarakat terhadap media sosial semakin meningkat. Media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat, kini mulai menembus komunikasi antara individu dengan institusi. Melihat fenomena ini, partai politik dan kandidat

mulai melirik media sosial sebagai suatu alat untuk berinteraksi dengan konstituennya, termasuk untuk mempromosikan produk mereka. Bahkan, menjelang Pemilu Legislatif, Partai Politik mulai gencar membuat akun untuk melakukan kampanye terhadap partai dan caleg mereka.

Partai PKS tentu memanfaatkan media social untuk membranding partai mereka, juga media cetak seperti dilakukan pemilu 2019 salah satunya di kota Depok, Media menjadi salah satu faktor penting yang digunakan dalam berkampanye dan komunikasi politik. Saat kampanye 2019 PKS mengoptimalkan semua media baik media online, media sosial, dan juga media cetak. Begitu juga dengan atribut-atributisasi di lapangan, hal tersebut sangat dioptimalkan sehingga semua sarana media yang ada untuk menyampaikan pesan gagasan dan juga visi-misi kampanye partai bisa menjangkau semua segmen masyarakat kota Depok Peran media juga sangat penting dalam menjalankan komunikasi politik apalagi di era digital seperti sekarang ini, dalam hal ini PKS juga benar-benar mengoptimalkan media sosial.

Artinya setiap caleg-caleg PKS mengupdate program-program media sosial dengan program-program yang optimal terutama untuk menjangkau segmen anak muda. Tapi selain itu media social juga bisa menjangkau semua segmen, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain. Selain kampanye di media sosial sangat efektif dibandingkan dengan media lain, juga karena biaya yang dikeluarkan lebih sedikit.

Banyak media yang digunakan oleh PKS pada saat kampanye tahun 2019 di kota Depok, seperti media sosial, media online, media cetak, media iklan luar ruang seperti baliho, banner, spanduk, dan juga media promosi kita dalam hal ini untuk direct selling door to door. Intinya PKS mengoptimalkan semua sarana media komunikasi untuk menyampaikan pesan visi misi dan juga program kampanye PKS di 2019. Setiap tema yang digunakan di media untuk berkampanye memiliki kesamaan yaitu mengikuti gagasan-gagasan politik yang ada pada saat kampanye pemilu tahun 2019 (Ratu Ardita Dinata,2022).

## **2. Kaum Milenial dan Politik branding**

Istilah milenial pertama kali muncul pada tahun 1991, tetapi belakangan ini istilah milenial dipakai sebagai kata yang merepresentasikan generasi yang lahir pada awal tahun 1980an hingga akhir 1990an. Penggolongan umur milenial atau generasi Y sebenarnya belum begitu spesifik karena banyaknya persamaan yang dimiliki generasi Y dan generasi Z sehingga kedua generasi ini biasanya saling dikaitkan dan berhubungan karena hidup beriringan dengan munculnya teknologi baru. Selain itu, karakteristik kedua generasi ini tidak jauh beda. Munculnya istilah milenial karena generasi ini dimulai pada awal munculnya teknologi mulai dari games, gadget, smartphone, internet dan istilah tersebut semakin tidak asing terdengar hingga sekarang. Menurut Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi (2017) tiga karakteristik utama dari

millennial yaitu kreatif (*creative*), terhubung (*connected*), dan percaya diri (*confidence*).

Politik dan kaum milenial adalah topik yang menarik untuk dijelajahi. Kaum milenial, yang umumnya merupakan generasi yang lahir antara awal 1980-an dan pertengahan 1990-an hingga awal 2000-an, memiliki peran penting dalam proses politik dan mempengaruhi dinamika politik, dan tentu berperan penting untuk berkelanjutan dalam Negara demokrasi.

Kaum milenial sering kali di karakterisasi sebagai generasi yang aktif di dunia politik. Meskipun terdapat variasi dalam tingkat keterlibatan politik di kalangan milenial, banyak dari mereka terlibat dalam kampanye sosial, aksi protes, dan berbagai bentuk aktivisme politik, terutama melalui media sosial. Kaum milenial adalah pengguna aktif media sosial dan teknologi. Mereka sering menggunakan platform ini untuk mendiskusikan isu-isu politik, menyampaikan pendapat, dan mengorganisir aksi-aksi politik. Media sosial juga dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi politik di kalangan kaum milenial.

Melihat perkembangan politik saat ini di Indonesia, dapat dilihat beberapa tantangan generasi millenials ketika berpartisipasi di dunia politik seperti maraknya hoaks, ujaran kebencian, kurangnya edukasi yang baik, serta mencuatnya politik identitas yang sangat berbahaya bagi kebhinekaan bangsa Indonesia. Tantangan yang muncul dalam proses ini

harus disikapi dengan bijaksana dan santun sehingga pendidikan etika sangat penting ditanamkan pada generasi ini hingga generasi millenials ini sadar bahwa kebhinekaan yang ada adalah kekuatan yang sangat luar biasa yang dapat merubah dunia, ibarat pelangi paduan dari berbagai warna yang membuatnya tampak indah dan tantangan generasi milenial ini untuk tetap menjaganya.

Selain tantangan tersebut ada beberapa hambatan yang muncul ketika generasi milenial ini aktif terjun dalam dunia politik pada pemilu 2019. Factor usia dan pengalaman serta senioritas sering menjadi hambatan bagi kaum milenial untuk dapat berkembang dan mendapatkan kesempatan yang strategis dalam hajatan politik tahun 2019 ini. Adanya anggapan kemampuan serta pengalaman yang masih kurang dalam dunia politik membuat sering kali generasi milenial terlihat seolah-olah hanya menjad pelengkap dan jargon bagi kalangan elite partai semata.

Kampanye mengatasnamakan generasi milenial, memperjuangkan serta memberikam ruang untuk generasi ini tampil sebagai aktor perubahan bangsa lebih terlihat hanya sebatas untuk meraup suara dari generasi yang jumlahnya 35% di Indonesia. Fenomena inilah yang kemudian harus menjadi perhatian dan perlu disikapi oleh generasi milenial Indonesia saat ini sehingga bukan hanya sebagai pelengkap dalam sebuah proses dinamika politik yang terjadi tapi juga mampu menjadi "*agent of solution*", pada dinamika politik yang terjadi dan memberi contoh politik yang baik untuk kemajuan bangsa Indonesia, terlebih lagi

Indonesia memasuki era revolusi industry 4.0 dan akan menghadapi bonus demografi pada tahun 2030 (Wayan Mirta,2019). Dan tentu saat ini sudah masuk tahun politik, menuju pemilihan umum baik dewan perwakilan rakyat, kepala daerah dan kepala Negara yang akan dilaksanakan ditahun 2024 nanti.

## **B. Marketing Politik**

Perubahan mendasar dalam politik dunia terjadi ketika sistem dan ideologi komunis jatuh, Hal itu ditandai dengan di runtuhkannya tembok Berlin. Tombok Berlin merupakan manifestasi dari pemisah dua ideologi yang saling berseteru selama perang dingin. Sebagai hasilnya, lahirlah paham demokrasi dalam bidang politik dan kapitalisme di bidang ekonomi. Demokrasi yang berisikan prinsip-prinsip hak asasi manusia dan kesamaan hak berpolitik telah berhasil membuat lemah sistem otoriter dan tertutup. Di lain pihak, gelombang demokratisasi menjadi tren global yang merasuki seluruh sendi kehidupan. Banyak negara-negara berkembang yang telah menggunakan sistem demokrasi sebagai pedoman dalam ideologinya tidak terkecuali Indonesia.

Marketing politik bukan merupakan konsep dalam menjual partai atau kandidat, melainkan sebuah konsep yang menawarkan bagaimana sebuah parpol atau seorang kandidat dapat membuat program yang berhubungan dengan permasalahan actual, O'clash berpendapat bahwa marketing politik merupakan kegiatan analisis, perencanaan, implementasi

dan pengendalian politik dan kampanye pemilihan yang didisain untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara partai dan pemilih dengan tujuan untuk mencapai keberhasilan sasaran dari para pelaku pemasaran politik (Muchammad Ichsan Saputra, 2013)

Perkembangan studi marketing politik sebagai subyek akademis dimulai dari Amerika Serikat dan Inggris, kemudian berkembang luas di berbagai negara-negara demokrasi. Substansi political marketing dijelaskan oleh LeesMarshment dalam (Triono.2018) lebih berkonsentrasi pada hubungan antara produk politik sebuah organisasi dengan permintaan Pasar-Pasar menjadi faktor penting dalam suksesnya implementasi marketing politik. Dalam prosesnya, marketing politik tidak terbatas pada kegiatan kampanye politik menjelang pemilihan umum saja, namun juga mencakup even-even politik yang lebih luas dan jika menyangkut politik pemerintahan bersifat sustainable dalam rangka menawarkan atau menjual produk politik dan pembangunan simbol, citra, platform, dan program-program yang berhubungan dengan publik dan kebijakan politik.

Jadi, inti dari political marketing adalah mengemas pencitraan, publik figur dan kepribadian (Personality) seorang kandidat yang berkompetisi dalam konteks Pemilihan Umum (PEMILU) kepada masyarakat luas yang akan memilihnya. Ibhah dalam M. Bobby Rahman (2015). Dalam hal ini tujuan marketing dalam politik adalah bagaimana membantu partai politik untuk lebih baik dalam mengenal masyarakat

yang diwakili atau menjadi target dan kemudian mengembangkan isu politik yang sesuai dengan aspirasi mereka (Firman, 2020)

### **C. Pemilu dan Partai Politik**

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut paham demokrasi. Negara demokratis menganggap pemilu sebagai suatu lambang sekaligus tolak ukur utama dalam demokrasi. Demokrasi adalah salah satu sistem yang sampai saat ini dianggap paling ideal dalam menyelenggarakan pemerintahan suatu negara. Negara Republik Indonesia menganut sistem demokrasi dimana kedaulatan dan kekuasaan tertinggi terletak di tangan rakyat.

Pemilu merupakan hal yang sangat penting untuk menentukan wakil rakyat yang akan menduduki jabatan pemerintahan selama lima tahun. Setiap warga negara mempunyai hak dalam berdemokrasi. Hak tersebut diatur dalam UU No 7 Tahun 2017 pasal 198 ayat (1 dan 2) menerangkan bahwa “Pemilih yang mempunyai hak memilih ialah warga negara Indonesia yang telah terdaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah kawin, atau sudah pernah kawin.

Menurut UU No 7 Tahun 2017 tentang pemilu Pasal 1 ayat (8) menyatakan bahwa Komisi Pemilihan Umum adalah lembaga penyelenggara pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri yang bertugas melaksanakan pemilu. Lembaga KPU memiliki wilayah kerja

meliputi seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). KPU bersifat independen sebagaimana dimaksud dalam pasal 7 ayat (3) UU No 7 Tahun 2017 dalam penyelenggaraan pemilu, KPU bebas dari pengaruh pihak manapun sesuai dengan kaitan dari tugas dan kewenangannya. Untuk membantu agar pelaksanaan tugas dan kewenangan KPU berjalan lancar, maka dibentuk Sekretariat Umum yang dipimpin oleh seorang Sekretaris Umum dan merupakan Badan Pemerintah. Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum disebutkan bahwa “untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilu yang dapat menjamin pelaksanaan hak politik masyarakat dibutuhkan penyelenggara pemilu yang profesional, serta mempunyai integritas, kapabilitas, dan akuntabilitas melalui Komisi Pemilihan Umum (KPU)” (Anriani, 2019).

Pengertian Pemilihan Umum dalam studi politik, pemilihan umum dapat dikatakan sebagai sebuah aktivitas politik dimana pemilihan umum merupakan lembaga sekaligus juga praktis politik yang memungkinkan terbentuknya sebuah pemerintahan perwakilan, maka pemilihan umum merupakan salah satu unsur yang sangat vital, karena salah satu parameter mengukur demokratis tidaknya suatu negara adalah dari bagaimana perjalanan pemilihan umum yang dilaksanakan oleh negara tersebut. Demokrasi adalah suatu bentuk pemerintahan oleh rakyat (M Saefuddin, 2020).

Menurut Miriam Budiardjo, partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir, yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama, tujuannya untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik dengan cara konstitusional (Miriam Budiardjo, 2008).

Carl Friendrich menjelaskan, bahwa partai politik merupakan sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil yang mempunyai tujuan untuk merebut atau mempertahankan kekuasaan dalam suatu pemerintahan. 2 Kemudian, Roger Henry Soltau juga memberikan pandangannya tentang pengertian dari partai politik. Menurutnya, partai politik adalah perkumpulan dari sedikit banyaknya manusia yang terorganisir dan mereka bertindak sebagai suatu kesatuan politik dan memanfaatkan kekuasaannya untuk kebijakan umum yang mereka buat.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1, dijelaskan tentang apa arti dari partai politik yaitu sekelompok warga negara yang mempunyai kepentingan bersama untuk membela kepentingan kehidupan warga negara. Menurut UU No.2 Tahun 2011 Partai Politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita - cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan

Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Dari beberapa pengertian di atas maka penulis berusaha menggambarkan kembali bahwa partai politik, sesungguhnya adalah kumpulan dari beberapa orang yang mempunyai orientasi sama yang terbentuk dalam suatu wadah lembaga formal berdasar kepada ketentuan konstitusi kelembagaan dan mengikuti sistem politik dan sistem pemilihan yang ada. Secara hakiki partai politik memiliki fungsi utama yaitu mencari dan mempertahankan kekuasaan guna mewujudkan program-program yang disusun berdasarkan ideologi tertentu.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Profil Politik Islam UIN Raden Fatah**

Prodi Politik Islam merupakan salah satu prodi yang ada di UIN Raden Fatah Palembang tepatnya Fakultas Adab dan Humaniora. Secara historis, prodi ini merupakan pemekaran dari Program Studi Sejarah Peradaban Islam yang diprakarsai oleh Prof J Suyuthi Pulungan, MA yang pernah menjabat Rektor dan Dekan di UIN Raden Fatah Palembang.

Dilihat dari eksistensinya hari ini, prodi Politik Islam Fahum merupakan Program studi keenam di UIN Raden Fatah yang mendapat akreditasi Unggul setelah sebelumnya terakreditasi C oleh BAN-PT. Di samping 5 Prodi yang sudah terakreditasi Unggul, kini Prodi Politik Islam semakin menambah panjang deretan Prodi yang mendapat akreditasi Unggul di lingkungan UIN Raden Fatah Palembang.

Berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pengelola program studi, meskipun ini membutuhkan waktu yang lama, membuahkan hasil maksimal dengan Raihan akreditasi Unggul pada November 2022. Tentu saja Raihan akreditasi ini merupakan sebuah pencapaian yang membanggakan, sebab sejauh ini ada dua program studi di FAHUM yang berhasil meraih akreditasi Unggul untuk jenjang program sarjana.

Pencapaian ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak khususnya Pimpinan Universitas dan seluruh civitas akademika UIN Raden Fatah

terkhusus jajaran Pimpinan Dekanat Fakultas Adab dan Humaniora. Rektor selaku pimpinan universitas memberikan dukungan penuh pada semua program studi yang melakukan re-Akreditasi sehingga memperlancar pemenuhan target-target yang telah direncanakan dengan matang sebelumnya. Tim yang bekerja di level program studi pun selalu menunjukkan optimisme dengan terus melakukan terobosan-terobosan untuk mempercepat pencapaian target.

## **2. Visi Misi dan *Address* Prodi Politik Islam**

### **a. Visi dan Misi Prodi Politik Islam**

Visi: Menjadi Pusat Kajian Politik Islam Unggulan di Indonesia 2030

Misi:

1. Mengembangkan program kajian dan riset dalam bidang keilmuan Politik Islam sebagai spesialisasi prodi yang ditujukan untuk kepentingan akademis dan dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat.
2. Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berdaya saing nasional, serta membangun kemitraan dengan berbagai pihak pada lingkup regional, nasional, maupun global.
3. Menyelenggarakan layanan pengabdian kepada masyarakat secara profesional dan berkarakter islami dalam rangka ikut memberikan kontribusi positif terhadap kehidupan berbangsa dan bernegara.

## b. Address dan Deskripsi Prodi Politik Islam

Program Studi Poltik Islam memiliki Address dan deskripsi sebagai berikut:

|                |               |   |
|----------------|---------------|---|
| <i>Address</i> | Tanggal SK    | : 23 Januari 2015   |
|                | Rasio Dosen   | : Mahasiswa : 1 : 25  |
|                | Alamat        | : Jln.Prof.K.H.Zainal Abidin Fikri<br>KM.3,5 Palembang, Sumatera<br>Selatan, Indonesia. |
|                | Kode Pos      | : 30126   |
|                | Telepon       | : 0711-354668   |
|                | Faximile      | : 0711-356209   |
|                | Email         | : politikislam_uin@radenfatah.ac.id   |
|                | Website       | : www.radenfatah.ac.id  |
|                | Gelar Lulusan | : Sarjana Sosial (S.Sos)  |

Deskripsi : Program Studi Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang melaksanakan pendidikan di bidang politik Islam dalam rangka menghasilkan lulusan berkualitas secara akademis dan berkarakter islami yang bermanfaat bagi masyarakat. Program Studi Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang mengembangkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat guna menopang pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkontribusi dalam mewujudkan masyarakat madani. Gelar yang diperoleh untuk para lulusan Prodi Politik Islam adalah Sarjana Sosial (S.Sos).

#### Capaian Pembelajaran:

1. Menghasilkan lulusan sarjana strata satu yang mempunyai kemampuan intelektual sesuai dengan spesialisasi Politik Islam, serta berkarakter islami dan memiliki kesadaran bernegara, berbangsa dan bermasyarakat.
2. Menghasilkan sarjana strata satu yang mempunyai keahlian dalam mengidentifikasi, merumuskan, menjelaskan secara akademik, profesional, dan memberikan alternatif pemecahan atas berbagai isu nasional, maupun global berkenaan dengan isu-isu sosial politik.
3. Menghasilkan karya-karya penelitian dalam kajian Politik Islam baik dari para dosen maupun mahasiswa yang kompeten, aplikatif, dan dapat memberikan dukungan dalam pengembangan masyarakat.

#### **B. Mahasiswa Politik Islam**

Secara umum, mahasiswa adalah sebutan untuk seseorang yang tengah menempuh pendidikan di sebuah universitas, sekolah tinggi, hingga akademi. Meskipun begitu, tidak semua orang dapat menjadi seorang mahasiswa karena berbagai hambatan tertentu. Bagi sebagian orang, status mahasiswa merupakan status tertinggi dan dianggap sebagai seorang yang intelek. Bahkan, di suatu tempat tertentu, mahasiswa akan selalu dielu-elukan untuk menjadi agen perubahan negara dan bangsa ini. (Utami, 2022)

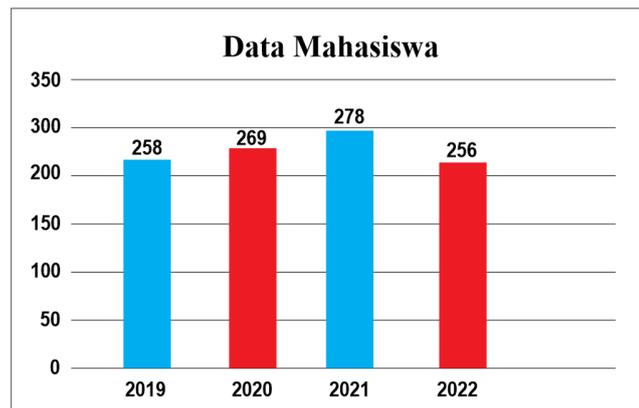
Perguruan Tinggi menyuguhkan atmosfer pendidikan yang lebih terfokus dan mendalam, juga menawarkan lingkungan yang intelek. Untuk bisa *survive* sebagai mahasiswa, dikatakan perlu daya berpikir lebih daripada mereka yang tidak mengenyam bangku kuliah. Tanpa bermaksud mengeneralisir dan menyalahi takdir, kondisi ini tidak masalah jika mahasiswa dikatakan mampu melihat serta mengkritisi keadaan pemerintah.

Tak hanya otaknya yang di klaim terlatih mengkaji persoalan, mahasiswa berada dibawah institusi legal yang mana track untuk mencapai meja pemerintah lebih dekat salah satunya mahasiswa politik Islam. Apalagi, para pengajar di area kampus adalah mereka yang sering bersinggungan langsung dengan pemerintah

Mahasiswa politik islam UIN Raden Fatah Palembang adalah orang-orang yang memiliki gagasan-gagasan yang rasional dan kritis dalam menghadapi dinamika serta perkembangan isu-isu politik yang terjadi di Indonesia ataupun yang terjadi disekitar ruang lingkup kampusnya sendiri. Dengan berasal dari berbagai daerah tentunya Mahasiswa Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang memiliki pandangan dan respon yang beragam terhadap politik saat ini salah satunya adalah pergantian logo partai politik islam dalam hal ini partai PKS beberapa waktu lalu, yang membuat mahasiwa politik Islam juga memberikan komentar terhadap perubahan tersebut salah satunya peneliti sendiri yang akan meneliti perubahan logo tersebut sebagai salah satu satau tanggung jawab mahaiswa politik islam.

Berikut adalah bagan jumlah mahasiswa politik Islam dari tahun 2019 sampai dengan 2022

Gambar.3.1 Data Mahasiswa Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang



*Sumber : (Website UIN Raden Fatah Palembang)*

Jumlah mahasiswa politik Islam UIN Raden Fatah Palembang pada tahun 2019 berjumlah 258 orang, pada tahun 2020 berjumlah 269 orang, 2021 berjumlah 278 orang dan 2022 berjumlah 256 orang.

### **C. Alumni Politik Islam**

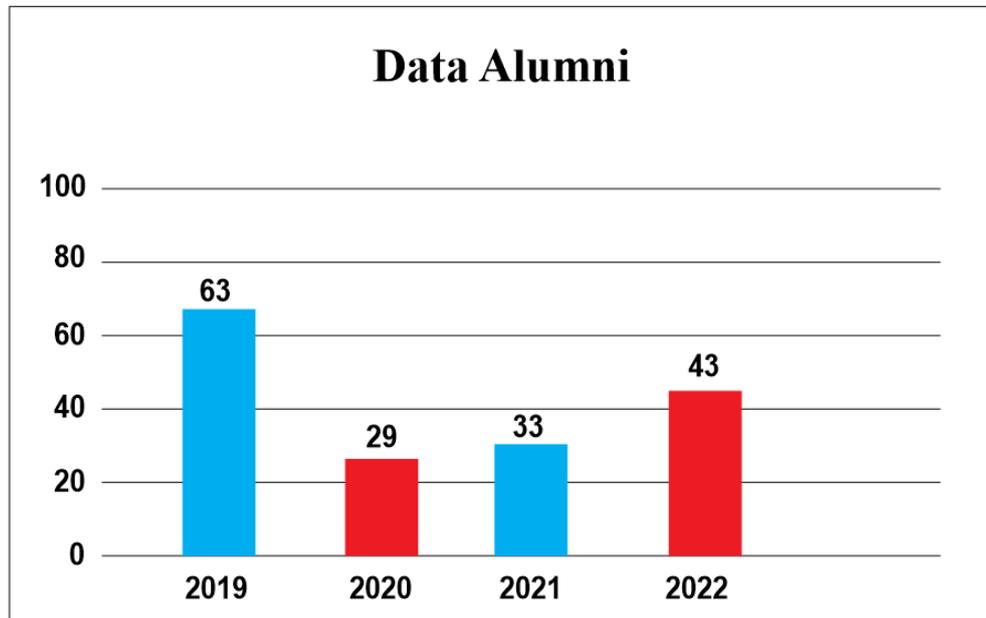
Alumni adalah salah satu komponen penting atau stackholder dalam peningkatan mutu perguruan tinggi. Peningkatan yang dimaksud adalah kemajuan almamater yang didapatkan dari sumbang saran alumni terhadap beberapa aspek di kampus yang perlu dibenahi, sekaligus ini juga untuk pentingnya bahan evaluasi untuk perguruan tinggi. Dimana hasil dari data yang ada bisa dijadikan dasar atau bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait seberapa suksesnya kampus dalam mencetak lulusan sesuai bidang dan di terima di lingkungan kerja terutama alumni politik Islam.

Alumni politik Islam adalah alumni yang di tuntut untuk memiliki kemampuan multi talenta, profesional, adaptif dan kompeten dalam mencermati peluang yang ada, Kontribusi yang diberikan alumni politik islam dapat berupa ikut politik praktis, mendirikan partai, mengajar, mengembangkan kurikulum, menterjemahkan buku-buku pelajaran dan sebagainya, Tentunya sangat berpengaruh dalam sistem Prodi politik Islam di UIN Raden Fatah Palembang ketika alumni tersebut dapat memberikan sumbangsih demikian

Tidak hanya itu alumni politik Islam diharapkan menjadi sebuah garda terdepan dalam memajukan politik islam di Indonesia, dengan dibekali keilmuan yang cukup berdasarkan nilai-nilai agama yang telah diberikan kampus, tentunya para alumni politik Islam akan menjadikan atmosfer perpolitikan Islam di Indonesia akan semakin maju dan berkembang nantinya

Setelah beberapa tahun berdiri Program Studi Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang telah mencetak mencetak mahasiswa yang unggul dan berprestasi dari tahun ke tahun dalam suatu kegiatan akademik, berikut adalah bagan jumlah mahasiswa yang wisudawan setiap tahunnya dari tahun 2019-2022

Gambar.3.2 Data Alumni Mahasiswa Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang



*Sumber : (Website UIN Raden Fatah Palembang)*

Jumlah alumni mahasiswa politik Islam UIN Raden Fatah Palembang pada tahun 2019 berjumlah 263 orang, pada tahun 2020 berjumlah 29 orang, 2021 berjumlah 33 orang dan 2022 berjumlah 43 orang

#### **D. Sejarah Partai Keadilan Sejahtera**

Cikal bakal PKS berasal dari gerakan dakwah para mahasiswa dan mahasiswi di kampus-kampus luar negeri maupun tanah air. Perjalanan dakwah para aktivis kampus dikenal sebutan gerakan tarbiyah di Indonesia, mulai marak sejak tahun 1990-an, Sejarah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dimulai pada tanggal 20 April 2002, ketika partai ini didirikan di Jakarta. PKS adalah partai politik yang berbasis Islam dan memiliki tujuan utama untuk mewujudkan cita-cita universal dan menyalurkan aspirasi politik kaum muslimin serta seluruh

lapisan masyarakat Indonesia. Gerakan dakwah di kalangan mahasiswa, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, merupakan asal usul PKS. Gerakan ini dikenal sebagai tarbiyah dan mulai populer di Indonesia pada tahun 1990-an. (Yuniartin, 2018)

Setelah berhasil menjadi gerakan dakwah di kampus dan masyarakat, gerakan tarbiyah kemudian memasuki arena politik. Pada tanggal 9 Agustus 1998, Partai Keadilan (PK) didirikan sebagai awal dari perjalanan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Kemudian, pada tanggal 20 April 2002 (9 Jumadil Ula 1423 Hijriyah), PK bergabung dengan PKS. Beberapa pendiri PK memiliki akar tradisional yang kuat. Misalnya, Salim Segaf al Jufri memiliki hubungan keluarga dengan pendiri Al Khairat yang memiliki pengaruh di Indonesia bagian Timur. KH Rahmat Syafi'i merupakan murid dari KH Abdullah Syafi'i, pendiri Asy Syafi'iyah di Jakarta. Ahmad Heryawan adalah kader dari Persatuan Umat Islam (PUI), sedangkan Daud Rasyid Sitorus berasal dari lingkungan Jamaah Al Washliyah di Sumatera Utara. (Habibi, 2019)

Semua pendiri ini tercatat sebagai Dewan Pendiri PK. Ada juga beberapa nama lain dengan akar tradisional yang kuat, seperti H.M. Nasir Zein (Betawi), Mohammad Idris Abdus Somad (Sunda), Ahzami Samiun Jazuli (Jawa), dan Iskan Lubis (Sumatera), serta lainnya. Oleh karena itu, PKS sulit dikategorikan sebagai partai tradisional atau modern.

Pada tahun 1998, Partai Keadilan mengumumkan keberadaannya di Masjid Al Azhar Jakarta. Pada pemilu pertama setelah era reformasi pada tahun 1999, Partai Keadilan berhasil mencapai hasil yang signifikan dengan

memperoleh 1,4 juta suara dan memenangkan 7 kursi di DPR RI, 105 kursi di DPRD Provinsi dan Kabupaten, serta satu posisi menteri dalam pemerintahan Abdurrahman Wahid. (Suryana, 2021)

Pada tanggal 21 Mei 2000, Hidayat Nur Wahid terpilih sebagai Presiden PKS dalam Munas I PK yang diselenggarakan di Hotel Bumi Wiyata, Depok. Ia menggantikan Nur Mahmudi Ismail yang kemudian menjabat sebagai Menteri Kehutanan. Namun, PKS menghadapi tantangan dalam memasuki dunia politik karena adanya ambang batas dalam Undang- Undang Pemilihan Umum yang mencegah mereka berpartisipasi dalam Pemilu 2004.

Tekanan yang kuat untuk berperan aktif dalam upaya pembangunan negara mendorong Musyawarah Majelis Syukro XII Partai Keadilan pada tanggal 17 April 2003 untuk merekomendasikan penyatuan dengan kekuatan politik lain. Sebagai hasilnya, pada tanggal 20 April 2003, Partai Keadilan Sejahtera resmi dibentuk dengan mengadakan deklarasi yang dihadiri oleh sekitar 40.000 orang di Silang Monas Jakarta. DPP PKS berhasil melewati verifikasi Depkumham pada tanggal 4 Juni 2003, dan satu bulan kemudian PK bergabung dengan PKS

### **1. Visi dan Misi Partai PKS**

Pada Anggaran Dasar PKS yang tertuang dalam bab II pasal 5, visi PKS adalah menjadi partai pelopor dalam mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Adapun cita-cita bangsa Indonesia yang terdapat pada pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 meliputi: melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan

kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial

Selanjutnya misi PKS yang dijelaskan pada pasal 6 adalah menjadikan partai sebagai sarana perwujudan masyarakat madani yang adil, sejahtera, dan bermartabat yang diridhai Allah subhanahu wa ta'ala, dalam keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Masyarakat Madani adalah masyarakat berperadaban tinggi dan maju yang berbasiskan pada: nilai-nilai, norma, hukum, moral yang ditopang oleh keimanan; menghormati pluralitas; bersikap terbuka dan demokratis; dan bergotong-royong menjaga kedaulatan Negara.

## **2. Perubahan Logo Partai Keadilan Sejahtera (PKS)**

Partai Keadilan Sejahtera atau yang lebih dikenal dengan PKS didirikan pada tanggal 20 Juli 1998 dengan nama awal Partai Keadilan yang dipimpin oleh Nurmahmudi Ismail pada saat konferensi pers di Aula Masjid Al-Azhar, Kebayoran Baru, Jakarta (Sejarah Ringkas, 2011). Sejak Awal berdiri, partai ini sudah banyak melakukan perubahan terutama bentuk lambang partai, setiap organisasi yang mengubah identitas tentu memiliki alasan dan tujuan tertentu, begitupun dengan perubahan lambang pada Partai Keadilan Sejahtera.

Visi Partai Keadilan Sejahtera adalah menjadi partai, pelopor dalam mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana di maksudkan didalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sedangkan Misinya adalah menjadikan partai sebagai sarana

perwujudan masyarakat madani yang adil, sejahtera dan bermartabat yang diridhai Allah SWT dalam keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Partai Keadilan Sejahtera berasaskan “Islam, serta bercirikan bersih, perduli dan profesional”. Berikut adalah lambang Partai Keadilan Sejahtera yang lama beserta maknanya sebelum melakukan perubahan:



Gamabar 1. Logo PKS lama

- 1) Kotak persegi empat melambangkan “kesatuan arah, persatuan, keserasian, keteraturan, dan kesetaraan”.
- 2) Bulan sabit melambangkan “dimensi waktu, kejayaan, pencerahan, keindahan, dan kesinambungan sejarah”.
- 3) Untaian 17 (tujuhbelas) butir padi pada tangkai tegak lurus melambangkan “ukhwah, istiqamah, adil, berani disiplin dalam menjalankan tugas, serta dalam mewujudkan keadilan dan kesejahteraan”.
- 4) Putih melambangkan “mulia, bersih, dan suci”.

- 5) Hitam melambangkan “akomodatif, kepastian, dan aspiratif”.
- 6) Kuning emas melambangkan “kejayaan, kebahagiaan, dan kecemerlangan”.
- 7) Tulisan “PKS” dengan warna hitam, singkatan dari Partai Keadilan Sejahtera.

Pada hari Minggu, 29 November 2020, digelar Musyawarah Nasional V Partai Keadilan Sejahtera (PKS) di kota Bandung. Bertepatan dengan acara tersebut, diluncurkan lambang, mars dan hymne baru PKS. Sebelumnya, lambang PKS bernuansa hitam-kuning, berbentuk kotak hitam dengan bentuk bulan sabit dan untaian 17 butir padi berwarna kuning. Lambang baru PKS memiliki warna dominan oranye-putih dan berbentuk bulat dengan unsur bulan sabit dan padi tetap ada, namun berwarna putih. Tulisan "Partai Keadilan Sejahtera" kini hanya akronim PKS. Dalam Munas tersebut, Sekretaris Jenderal PKS Aboe Bakar Alhabsy mengatakan, peluncuran lambang, mars dan himne ini menjadi semangat baru PKS, komitmen PKS dekat dan hangat dengan semua kalangan tanpa kecuali. Berikut gambar dan makna Logo Partai PKS terbaru :



Gambar 2. Logo PKS terbaru

Berdasarkan Lampiran (II) Lampiran Surat Keputusan Dewan Pengurus Pusat Partai Keadilan Sejahtera Nomor: 003.A/SKEP/DPP-PKS/ 2020, Tanggal: 12 Rabiul Tsani 1442 H/27 November 2020 M. PKS menjelaskan dan mengatur tata cara penggunaan logo baru PKS.

- 1) Bentuk bulat yang ada dalam lambang PKS menggambarkan kesetaraan, keteraturan, keserasian, persatuan dan kesatuan arah untuk memperjuangkan keadilan dan kesejahteraan rakyat Indonesia yang berlandaskan Pancasila.
- 2) Bulan sabit melambangkan dimensi waktu, keserasian, keindahan, pencerahan, keluhuran Islam untuk menjaga keseimbangan, kesinambungan sejarah, kejayaan dan kelangsungan tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara.
- 3) Padi: untaian 17 butir padi pada tangkai tegak lurus melambangkan adil, ukhuwah, istikamah, berani, disiplin dalam menjalankan tugas, serta tegas dalam mewujudkan keadilan dan kesejahteraan.

- 4) Warna oranye melambangkan kehangatan, harapan, semangat kehidupan yang selalu optimistis dan semangat muda.
- 5) Warna putih melambangkan bersih, suci, tulus, ikhlas dan mulia.
- 6) Warna Hitam melambangkan kemauan keras, disiplin, kekuatan, ketegasan, berwibawa, kepastian, aspiratif dan perlindungan.

## BAB IV

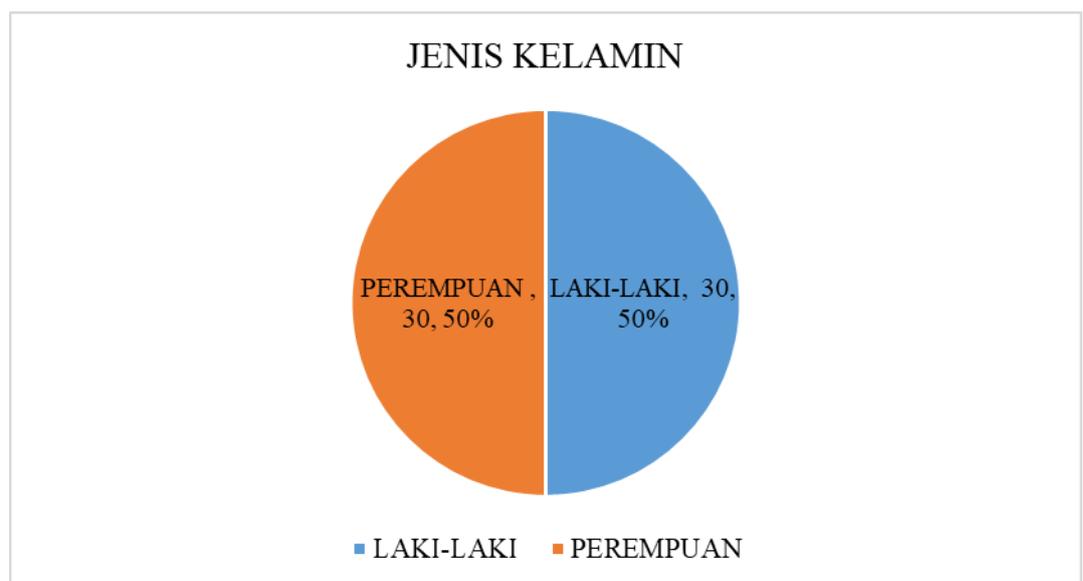
### PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Karakteristik Responden

##### 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam bentuk diagram dibawah ini :

**Tabel 4.1**  
**Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin**



Sumber: Pengelolaan Data Primer, 2023

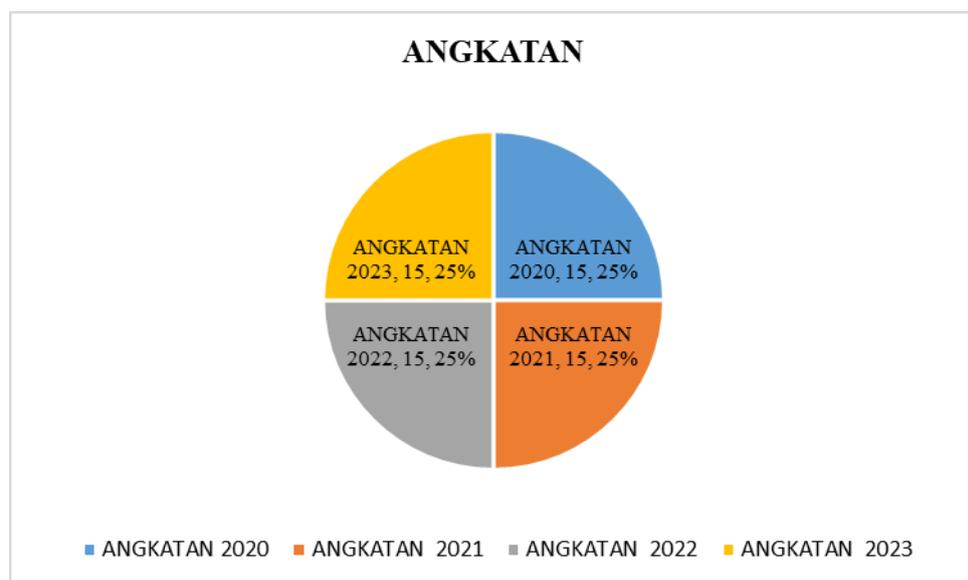
Berdasarkan diagram diatas hasil identifikasi keadaan umum menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa 30 responden (50%) adalah perempuan, sedangkan ada 30 responden (50%) laki-laki, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden antara laki-laki dan perempuan memiliki proporsi yang sama dengan alasan bahwa penelitian ini berusaha menjaga kesetaraan jumlah

responden dari kedua jenis kelamin untuk memastikan bahwa data yang diperoleh seimbang sehingga proporsi yang seimbang antara kelompok-kelompok yang diidentifikasi dalam penelitian dapat membantu mengurangi bias yang mungkin timbul dari perbedaan jumlah dalam sampel. Dengan demikian, dapat memastikan bahwa hasil penelitian lebih representatif terhadap populasi secara keseluruhan, terutama dalam hal perbandingan atau analisis berdasarkan jenis kelamin.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Adapun karakteristik responden berdasarkan angkatan disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini :

**Tabel 4.2**  
**Identitas Responden Menurut Angkatan**



Sumber: Pengelolaan Data Primer, 2023

Dapat dilihat pada diagram diatas responden berjumlah 60 orang masing yaitu angkatan 2020 sebanyak 15 orang (25%) , angkatan 2021 sebanyak 15 orang (25%), angkatan 2022 sebanyak 15 orang (25%) dan angkatan sebanyak 15 orang

(25%), sehingga proporsi jumlah responden dari masing-masing angkatan adalah sama (25% dari keseluruhan), dengan alasan bahwa penelitian ini berupaya untuk menjaga kesetaraan jumlah responden dari setiap tahun (setiap angkatan). Hal ini dapat bermanfaat untuk memastikan representasi yang seimbang dari setiap kohort atau angkatan dalam analisis data, sehingga hasilnya lebih merata dan mewakili setiap tahun secara proporsional. Dengan demikian, perbandingan antara tahun-tahun tersebut dapat dilakukan dengan lebih adil dan akurat dalam analisis penelitian.

### 4.3. Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Respon Politik Kaum Millenial Terhadap Pergantian Logo PKS

Berikut adalah Skor jawaban dari 60 responden yang telah dilakukan penelitian yang meliputi :

##### a. Teori Branding

**Tabel 4.1**  
**Jawaban Responden Berdasarkan Teori Branding**

| ITEM | Pernyataan   | Frekuensi |    |    |    |    | TOTAL |
|------|--|-----------|----|----|----|----|-------|
|      |  | STM       | TM | RG | M  | SM |       |
| X1.1 | Apakah anda paham tentang Partai PKS   |           | 5  | 9  | 25 | 21 | 60    |
| X1.2 | Apakah anda paham logo partai PKS  |           |    | 19 | 25 | 16 | 60    |
| X1.3 | Apakah anda paham tentang logo PKS yang Lama?  |           | 13 | 11 | 10 | 26 | 60    |
| X1.4 | Apakah anda tahu terjadinya perubahan logo partai PKS?   |           | 4  | 12 | 21 | 23 | 60    |
| X1.5 | Apakah anda tahu visi misi kedepan dengan adanya perubahan logo partai PKS terutama terhadap milenial? |           | 3  | 30 | 12 | 15 | 60    |

|      |  |  |   |    |    |    |    |
|------|--|--|---|----|----|----|----|
| X1.6 | Apakah anda paham pesan dan nilai yang disampaikan setiap elemen logo partai PKS?        |  | 2 | 26 | 11 | 21 | 60 |
| X1.7 | Apakah anda tahu logo yang lama tidak relevan lagi hingga ada perubahan logo partai PKS? |  | 4 | 26 | 12 | 18 | 60 |
| X1.8 | Apakah pergantian logo menarik perhatian anda  |  | 8 | 25 | 9  | 18 | 60 |

Sumber: Pengelolaan Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas respon politik kaum millennial terhadap pergantian logo PKS secara teori branding. Pada pernyataan X1.1 terakait pemahaman tentang Partai PKS 21 responden menjawab sangat mengerti, 25 responden menjawab mengerti, 9 responden menjawab ragu-ragu, dan 5 responden menjawab tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden (46 dari 60 responden sekitar 76%) tergolong dalam kelompok yang memiliki pemahaman yang baik (sangat mengerti atau mengerti) tentang Partai PKS. Responden yang memiliki pemahaman yang baik atau sangat baik tentang Partai PKS mungkin sudah cukup dikenal di kalangan kaum milenial.

Selanjutnya Pernyataan X1.2 pemahaman tentang Logo Partai PKS, 16 responden menjawab sangat mengerti, 25 responden menjawab mengerti, dan 19 responden menjawab ragu-ragu. Dari data tersebut mayoritas responden (41 dari 60 responden, atau sekitar 68%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang logo Partai PKS, yang dapat menjadi indikasi bahwa branding logo ini mungkin sudah cukup dikenal di kalangan kaum milenial. Namun, tingginya jumlah responden yang merasa ragu-ragu menunjukkan bahwa ada potensi

kebingungan atau ketidakpastian terkait logo tersebut.

Pada pernyataan X1.3 terakait pemahaman tentang logo PKS yang lama 26 responden menjawab sangat mengerti, 10 responden menjawab mengerti, 11 responden menjawab ragu-ragu, dan 13 responden menjawab tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden (36 dari 60 responden, atau sekitar 60%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang logo lama PKS. Namun, masih ada jumlah yang signifikan yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti tentang logo lama tersebut. terdapat perbedaan dalam tingkat pemahaman antara logo lama dan baru. Jumlah responden yang "sangat mengerti" tentang logo lama lebih tinggi dibandingkan dengan logo baru, yang mungkin menunjukkan familiaritas yang lebih besar terhadap logo lama. Responden yang sangat memahami logo lama mungkin memiliki sikap yang berbeda terhadap perubahan logo dibandingkan dengan mereka yang kurang memahami atau ragu-ragu tentang logo tersebut.

Selanjutnya Pernyataan X1.4 terakait pemahaman tentang perubahan Logo PKS 23 responden menjawab sangat mengerti, 21 responden menjawab mengerti, 12 responden menjawab ragu-ragu, dan 4 responden menjawab tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden (44 dari 60 responden, atau sekitar 73%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang perubahan logo PKS. Meskipun demikian, masih ada sebagian responden yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti tentang perubahan tersebut. Hal ini bisa menjadi indikasi bahwa perubahan tersebut mungkin telah dipahami atau diterima secara positif oleh

sebagian besar responden.

Selanjutnya Pernyataan X1.5 terakait pemahaman tentang Visi misi kedepannya dengan perubahan logo PKS 15 responden menjawab sangat mengerti, 12 responden menjawab mengerti, 30 responden menjawab ragu-ragu, dan 3 responden menjawab tidak mengerti. Dari data tersebut sebagian besar responden (27 dari 60 responden, atau sekitar 45%) memiliki tingkat pemahaman yang baik atau cukup baik tentang visi-misi kedepan PKS yang terkait dengan perubahan logo. Namun, masih ada jumlah yang signifikan yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti terkait hal ini. Responden yang merasa ragu-ragu atau tidak mengerti membutuhkan penjelasan atau informasi tambahan terkait visi-misi kedepan yang terkait dengan perubahan logo PKS. Penyampaian informasi yang lebih jelas atau pemahaman yang lebih mendalam bisa membantu mengurangi ketidakpastian atau kebingungan mereka. Sedangkan responden yang memahami dengan baik mungkin lebih cenderung menerima perubahan tersebut

Selanjutnya Pernyataan X1.6 terakait pemahaman pesan dan nilai yang disampaikan pada logo PKS 21 responden menjawab sangat mengerti, 11 responden menjawab mengerti, 26 responden menjawab ragu-ragu, dan 4 responden menjawab tidak mengerti. Dari data tersebut sekitar setengah dari responden (32 dari 60 responden, atau sekitar 53%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang pesan dan nilai yang disampaikan oleh logo PKS. Namun, sebagian besar masih merasa ragu atau bahkan tidak mengerti terkait hal ini. Pemahaman yang lebih baik terkait pesan dan nilai dalam logo bisa memengaruhi sikap mereka terhadap logo PKS secara keseluruhan. Responden

yang memahami dengan baik mungkin lebih cenderung menerima atau memiliki persepsi yang lebih positif terhadap logo tersebut.

Selanjutnya Pernyataan X1.7 terakait pemahaman tentang logo lama tidak relevan lagi sehingga ada perubahan log PKS, 18 responden menjawab sangat mengerti, 12 responden menjawab mengerti, 26 responden menjawab ragu-ragu, dan 4 responden menjawab tidak mengerti. Dari data tersebut lebih dari setengah responden (30 dari 60 responden, atau sekitar 50%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang relevansi logo lama PKS yang mengakibatkan perubahan logo. Namun, masih ada jumlah yang signifikan yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti terkait hal ini. Responden yang merasa ragu-ragu atau tidak mengerti mungkin membutuhkan penjelasan lebih lanjut terkait relevansi logo lama yang tidak lagi dianggap relevan. Sedangkan responden yang memahami dengan baik mungkin lebih cenderung menerima atau memiliki persepsi yang lebih positif terhadap perubahan tersebut.

Selanjutnya Pernyataan X1.8 terakait pemahaman tentang pergantian logo menarik perhatian , 18 responden menjawab sangat mengerti, 9 responden menjawab mengerti, 25 responden menjawab ragu-ragu, dan 8 responden menjawab tidak mengerti. Dari data tersebut sebagian kecil responden (27 dari 60 responden, atau sekitar 45%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang bagaimana pergantian logo tersebut menarik perhatian. Namun, sebagian besar masih merasa ragu atau bahkan tidak mengerti terkait hal ini.

**b. Teori Partai Politik**

**Tabel 4.2**  
**Jawaban Responden Berdasarkan Teori Partai Politik**

| ITEM | Pernyataan  | Frekuensi |    |    |    |    | TOTAL |
|------|---|-----------|----|----|----|----|-------|
|      |   | STM       | TM | RG | M  | SM |       |
| X2.1 | Apakah anda paham strategi politik partai PKS?  | 1         | 1  | 8  | 24 | 26 | 60    |
| X2.2 | Apakah anda mengetahui visi misi partai PKS?  | 2         | 2  | 5  | 22 | 29 | 60    |
| X2.3 | Apakah logo partai PKS, menarik perhatian milenial atau tidak?                                  | 1         | 4  | 5  | 18 | 32 | 60    |
| X2.4 | Apakah kamu mengikuti agenda dan kegiatan partai politik PKS?                                   | 4         | 2  | 5  | 21 | 28 | 60    |
| X2.5 | Apakah kamu mengikuti Media yang digunakan partai PKS dalam melakukan persuasi dan publikasi?   | 3         | 3  | 4  | 17 | 33 | 60    |
| X2.6 | Apakah anda pernah mendengar atau melihat program kerja yang di implementasikan oleh partai PKS | 1         | 2  | 8  | 23 | 26 | 60    |
| X2.7 | Apakah strategi politik PKS sudah relevan untuk mendapatkan simpati milenial bagi partai PKS    | 1         | 3  | 6  | 17 | 33 | 60    |
| X2.8 | Apakah dengan pergantian logo anda akan memilih PKS   | 4         | 2  | 8  | 14 | 32 | 60    |

Sumber: Pengelolaan Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas Responden Berdasarkan Teori Partai Politik Pada pernyataan X2.1 terakait pemahaman strategi politik Partai PKS 26 responden menjawab sangat mengerti, 24 responden menjawab mengerti, 8 responden menjawab ragu-ragu, dan 1 responden menjawab tidak mengerti, 1 responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden (50 dari 60 responden, atau sekitar 83%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang strategi politik Partai PKS. Namun, ada beberapa responden yang masih merasa ragu atau bahkan tidak mengerti terkait hal ini. Hal ini bisa menjadi indikasi bahwa pesan strategi politik partai tersebut telah tersampaikan dengan baik kepada sebagian besar kaum milenial.

Selanjutnya Pernyataan X2.2 pemahaman tentang visi misi Partai PKS, 29 responden menjawab sangat mengerti, 22 responden menjawab mengerti, dan 5 responden menjawab ragu-ragu, 2 responden menjawab tidak mengerti, dan 2 responden menjawab sangat tidak mengerti . Dari data tersebut mayoritas responden (51 dari 60 responden, atau sekitar 85%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang visi dan misi Partai PKS. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memahami visi dan misi partai tersebut. Meskipun mayoritas memahami, masih ada sejumlah kecil responden yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti terkait visi dan misi Partai PKS.

Pada pernyataan X2.3 pemahaman tentang apakah logo PKS menarik perhatian milenial, 32 responden menjawab sangat mengerti, 18 responden menjawab mengerti, 5 responden menjawab ragu-ragu, dan 4 responden menjawab tidak mengerti, 1 responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data

tersebut mayoritas responden (50 dari 60 responden, atau sekitar 83%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang apakah logo PKS menarik perhatian kaum milenial. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka memiliki pandangan positif terhadap daya tarik logo tersebut.

Pada pernyataan X2.4 pemahaman tentang kegiatan partai politik PKS 28 responden menjawab sangat mengerti, 21 responden menjawab mengerti, 5 responden menjawab ragu-ragu, dan 2 responden menjawab tidak mengerti, 4 responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden (49 dari 60 responden, atau sekitar 82%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang kegiatan partai politik PKS. Ini menunjukkan mayoritas responden memiliki wawasan yang kuat terkait kegiatan yang dilakukan oleh partai tersebut.

Pada pernyataan X2.5 pemahaman tentang media yang digunakan partai PKS dalam melakukan persuasi dan publikasi 33 responden menjawab sangat mengerti, 17 responden menjawab mengerti, 4 responden menjawab ragu-ragu, dan 3 responden menjawab tidak mengerti, 3 responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden (50 dari 60 responden, atau sekitar 83%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang media yang digunakan oleh partai PKS dalam melakukan persuasi dan publikasi. Ini menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka memiliki wawasan yang kuat terkait jenis media yang digunakan partai tersebut.

Pada pernyataan X2.6 pemahaman tentang program kerja yang di

implementasikan oleh partai PKS 26 responden menjawab sangat mengerti, 23 responden menjawab mengerti, 8 responden menjawab ragu-ragu, dan 2 responden menjawab tidak mengerti, 1 responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden (49 dari 60 responden, atau sekitar 82%) memiliki pemahaman yang baik atau cukup baik tentang program kerja yang diimplementasikan oleh partai PKS. Ini menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka memiliki wawasan yang kuat terkait program kerja partai tersebut.

Pada pernyataan X2.7 pemahaman tentang apakah strategi politik PKS sudah relevan 33 responden menjawab sangat mengerti, 17 responden menjawab mengerti, 6 responden menjawab ragu-ragu, dan 3 responden menjawab tidak mengerti, 1 responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden, sekitar 50 dari 60 responden (atau sekitar 83%), memiliki pemahaman yang baik atau sangat baik tentang relevansi strategi politik PKS. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif atau paling tidak memahami relevansi strategi politik yang dijalankan oleh PKS. Namun, masih ada sejumlah kecil responden yang merasa ragu atau bahkan tidak memahami relevansi strategi politik yang diterapkan.

Pada pernyataan X2.8 apakah dengan pergantian logo anda akan memilih PKS 32 responden menjawab sangat mengerti, 14 responden menjawab mengerti, 8 responden menjawab ragu-ragu, dan 2 responden menjawab tidak mengerti, 4 responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data tersebut mayoritas responden, sekitar 46 dari 60 responden (atau sekitar 77%), memiliki pemahaman yang baik atau sangat baik, bisa diinterpretasikan bahwa mayoritas responden

memiliki pemahaman atau pengetahuan yang cukup baik tentang pergantian logo PKS.

**c. Logo PKS**

**Tabel 4.3**  
**Jawaban Responden Tentang Logo Partai PKS**

| ITEM | Pernyataan  | Frekuensi |    |    |    |    | TOTAL |
|------|---|-----------|----|----|----|----|-------|
|      |   | STM       | TM | RG | M  | SM |       |
| Y1   | Bentuk bulat yang ada dalam lambang PKS menggambarkan kesetaraan, keteraturan, keserasian, persatuan dan kesatuan arah untuk memperjuangkan keadilan dan kesejahteraan rakyat Indonesia yang berlandaskan Pancasila |           | 14 | 21 | 7  | 18 | 60    |
| Y2   | Bulan sabit melambangkan dimensi waktu, keserasian, keindahan, pencerahan, keluhuran Islam untuk menjaga keseimbangan, kesinambungan sejarah, kejayaan dan kelangsungan tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara   |           | 5  | 19 | 23 | 13 | 60    |
| Y3   | Padi: untaian 17 butir padi pada tangkai tegak lurus melambangkan adil, ukhuwah, istikamah, berani, disiplin dalam menjalankan tugas, serta tegas dalam mewujudkan keadilan dan kesejahteraan.                      |           | 5  | 14 | 21 | 20 | 60    |
| Y4   | Warna oranye melambangkan kehangatan, harapan, semangat   |           | 6  | 18 | 23 | 13 | 60    |

|    |  |  |   |    |    |    |    |
|----|--|--|---|----|----|----|----|
|    | kehidupan yang selalu optimistis dan semangat muda.  |  |   |    |    |    |    |
| Y5 | Warna putih melambangkan bersih, suci, tulus, ikhlas dan mulia   |  | 5 | 10 | 20 | 25 | 60 |
| Y6 | Warna Hitam melambangkan kemauan keras, disiplin, kekuatan, ketegasan, berwibawa, kepastian, aspiratif dan perlindungan. |  | 4 | 5  | 14 | 37 | 60 |

Sumber: Pengelolaan Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas responden tentang logo partai PKS, Pada pernyataan Y1 terakait bentuk bulat yang ada dalam lambing PKS yang menggambarkan kesetaraan, keteraturan, keserasian, dan persatuan 18 responden menjawab sangat mengerti, 7 responden menjawab mengerti, 21 responden menjawab ragu-ragu, dan 14 responden menjawab tidak mengerti, - responden menjawab sangat tidak mengerti. Dari data tersebut sebagian besar responden (25 dari 60 responden, atau sekitar 42%) menunjukkan pemahaman yang baik atau sangat baik terkait makna lambang bulat dalam PKS yang mencerminkan kesetaraan, keteraturan, keserasian, dan persatuan. Namun, ada proporsi yang cukup signifikan dari responden yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti makna dari lambang tersebut. Ini menunjukkan bahwa kaum millennial sebagian besar belum memahami terkait makna simbolik dari logo tersebut.

Selanjutnya Pernyataan Y2 pemahaman tentang bulan sabit melambangkan dimensi waktu, keserasian, persatuan, dan kesatuan arah untuk

menjaga keseimbangan 13 responden menjawab sangat mengerti, 23 responden menjawab mengerti, dan 19 responden menjawab ragu-ragu, 19 responden menjawab ragu-ragu dan 5 responden menjawab sangat tidak mengerti . Dengan demikian, mayoritas responden (36 dari 60 responden, atau sekitar 60%) menunjukkan pemahaman yang baik atau sangat baik terkait makna bulan sabit dalam konteks waktu, keserasian, persatuan, dan kesatuan arah untuk menjaga keseimbangan. Namun, ada proporsi yang cukup besar dari responden yang merasa ragu-ragu atau bahkan tidak mengerti makna dari simbol tersebut. Tapi secara keseluruhan menunjukkan bahwa kaum millennial memahami terkait makna simbolik dari logo tersebut.

Pada pernyataan Y3 pemahaman tentang untaian 17 butir padi pada tangkai tengak lurus pada logo PKS 20 responden menjawab sangat mengerti, 21 responden menjawab mengerti, 14 responden menjawab ragu-ragu, dan 5 responden menjawab tidak mengerti . Mayoritas responden, yaitu sekitar 41 dari 60 responden (atau sekitar 68%), menunjukkan pemahaman yang baik atau sangat baik terkait makna dari untaian 17 butir padi pada tangkai tegak lurus dalam logo PKS. Namun, masih ada sejumlah responden yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti terkait makna simbol tersebut. Penting untuk memberikan penjelasan lebih lanjut atau informasi tambahan mengenai makna simbol ini untuk mengurangi ketidakpastian bagi responden yang merasa ragu atau tidak mengerti.

Pada pernyataan Y4 pemahaman tentang warna orange melambangkan kehangatan, harapan, semangat kehidupn 13 responden menjawab sangat mengerti, 23 responden menjawab mengerti, 18 responden menjawab ragu-ragu,

dan 6 responden menjawab tidak mengerti, Dari total 60 responden, mayoritas, yaitu 36 responden (atau sekitar 60%), menunjukkan pemahaman yang baik atau sangat baik terkait makna dari warna orange dalam konteks kehangatan, harapan, dan semangat kehidupan. Namun, masih ada sejumlah responden yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti makna dari warna tersebut. Dengan demikian, memberikan penjelasan tambahan atau informasi yang lebih rinci terkait makna warna orange dapat membantu mengurangi ketidakpastian bagi mereka yang masih merasa ragu atau tidak mengerti.

Pada pernyataan Y5 pemahaman tentang warna putih melambangkan bersih, suci ikhlas, dan mulia 25 responden menjawab sangat mengerti, 20 responden menjawab mengerti, 10 responden menjawab ragu-ragu, dan 5 responden menjawab tidak mengerti, Dari total 60 responden, mayoritas, yaitu 45 responden (atau sekitar 75%), menunjukkan pemahaman yang baik atau sangat baik terkait makna dari warna putih dalam konteks kebersihan, kesucian, keikhlasan, dan kemuliaan. Ini menunjukkan bahwa kaum millennial sebagian besar memahami terkait makna simbolik dari logo tersebut. Namun, masih ada sejumlah responden yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti makna dari warna tersebut..

Pada pernyataan Y6 pemahaman tentang warna hitam melambangkan kemauan keras 37 responden menjawab sangat mengerti, 14 responden menjawab mengerti, 5 responden menjawab ragu-ragu, dan 4 responden menjawab tidak mengerti. Dari total 60 responden, mayoritas besar, yaitu 51 responden (atau sekitar 85%), menunjukkan pemahaman yang baik atau sangat baik terkait makna

dari warna hitam dalam konteks kemauan keras. Namun, masih ada sejumlah kecil responden yang merasa ragu atau bahkan tidak mengerti makna dari warna tersebut. Tapi secara keseluruhan kaum meillenial paham tentang logo PKS Ini menunjukkan bahwa kaum millenial memahami terkait makna simbolik dari logo tersebut.

#### 4.3.2. Hasil Pengujian Instrumen Data

##### a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach's alpha* pada masing-masing variabel. Teknik *cronbach alpha* > 0,06 digunakan sebagai kriteria. Jadi jika diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,06 maka dapat dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.6**  
**Reliabilitas Variabel Teori Branding**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| 0.907                  | 8          |

Sumber: Pengelolah data primer, 2023

Dari Tabel 4.6, dapat dilihat bahwa semua variabel pengelolaan keuangan mempunyai variabel memiliki *cronbach's alfa* sebesar 0.907 yang lebih besar dari > 0,60. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Teori Branding reliabel dan instrument yang diajukan dalam penelitian ini layak dijadikan alat pengumpulan data.

**Tabel 4.7**  
**Reliabilitas Variabel Teori Partai Politik**

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| 0.829                         | 8          |

Sumber: Pengelolah data primer, 2023

Dari Tabel 4.7, dapat dilihat bahwa semua variabel pengelolaan keuangan mempunyai variabel memiliki *cronbach's alfa* sebesar 0.829 yang lebih besar dari  $> 0,60$ . Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Teori Partai Politik reliabel dan instrument yang diajukan dalam penelitian ini layak dijadikan alat pengumpulan data.

**Tabel 4.8**  
**Reliabilitas Variabel Logo PKS**

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| 0.872                         | 6          |

Sumber: Pengelolah data primer, 2023

Dari Tabel 4.8, dapat dilihat bahwa semua variabel pengelolaan keuangan mempunyai variabel memiliki *cronbach's alfa* sebesar 0.872 yang lebih besar dari  $> 0,60$ . Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel Logo PKS reliabel dan instrument yang diajukan dalam penelitian ini layak dijadikan alat pengumpulan data.

#### 4.3.2. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian sebagai berikut:

##### a. Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebuah salah satu pengujian normalitas dengan membandingkan data yang akan diuji normalitasnya, dengan distribusi normal baku. Dasar pengambilan keputusan normal atau tidaknya data yang akan diolah adalah sebagai berikut

1. Apabila terdapat hasil signifikan  $\geq 0,05$ , maka data terdistribusi normal.
2. Apabila terdapat hasil signifikan  $\leq 0,05$ , maka data tidak terdistribusi secara normal

**Tabel 4.9**  
**Uji Normalitas**

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                |                         |
|---|----------------|-------------------------|
|   |                | Unstandardized Residual |
| N   |                | 60                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           | .0000000                |
|   | Std. Deviation | 4.36768996              |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       | .082                    |
|   | Positive       | .082                    |
|   | Negative       | -.075                   |
| Test Statistic                            |                | .082                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                | 0.200                   |

Sumber: Pengelolan Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.7, dengan metode *kolomogrov-smirnov one* sampel, terlihat bahwa nilai residual dari hasil uji normalitas dengan *kolomogrov-smirnov* memperoleh nilai *Asymp Sig (2- tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka data ini terdistribusi normal.

#### 4.3.4. Hasil Pengujian Hipotesis

##### a. Uji t

Tujuan dari uji-t adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel indenpenden (Respon Politik) secara individual dalam menjelaskan variabel dependen (Logo PKS). Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji t**

| Coefficients <sup>a</sup>       |                      |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                           |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                                 |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                               | (Constant)           | 21.605                      | 3.727      |                           | 5.796  | .000 |
|                                 | Teori Branding       | .203                        | .100       | .272                      | 2.027  | .003 |
|                                 | Teori Partai Politik | -.148                       | .105       | -.188                     | -1.405 | .000 |
| a. Dependent Variable: Logo PKS |                      |                             |            |                           |        |      |

Sumber : Pengelolah data primer, 2023

Hasil perhitungan dari Tabel 4.10, menunjukkan besarnya angka t tabel dengan

ketentuan = 0,05 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan ( $df=n-k$ ) dengan nilai  $t$  hitung > nilai  $t$  tabel :

$$df=n-k = 60-2=58$$

$$= 2.00172$$

#### 1. Variabel Teori Branding ( $X_1$ )

$T$  hitung untuk variabel teori branding memiliki signifikansi sebesar 0,003 < 0,05 dan variabel  $X_1$  memiliki  $t$  hitung sebesar 2.207 dengan  $t$  tabel = 2.00172. Jadi,  $t$  hitung >  $t$  tabel sehingga dapat dilihat bahwa variabel  $X_1$  (Respon Politik) berpengaruh positif terhadap Logo PKS ( $Y$ ). Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel respon politik berpengaruh terhadap pergantian logo PKS.

#### 2. Variabel Teori Partai Politik ( $X_2$ )

$T$  hitung untuk variabel pelatihan kerja memiliki signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan variabel  $X_1$  memiliki  $t$  hitung sebesar 1.405 dengan  $t$  tabel = 2.00172. Jadi,  $t$  hitung >  $t$  tabel sehingga dapat dilihat bahwa variabel  $X_1$  (Respon Politik) tidak berpengaruh positif terhadap Logo PKS ( $Y$ ). Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel teori partai politik tidak berpengaruh terhadap pergantian logo PKS.

#### b. Uji F

Uji statistik  $F$  pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependennya. Untuk melakukan uji  $F$ , hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut. Jika  $F$  hitung >  $F$  tabel, maka  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh

terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup>  |             |                |    |             |       |                   |
|---|-------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model   |             | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1   | Regressi on | 94.124         | 2  | 47.062      | 2.383 | .001 <sup>b</sup> |
|   | Residual    | 1125.526       | 57 | 19.746      |       |                   |
|   | Total       | 1219.650       | 59 |             |       |                   |
| a. Dependent Variable: Logo PKS                                 |             |                |    |             |       |                   |
| b. Predictors: (Constant), Teori Partai Politik, Teori Branding |             |                |    |             |       |                   |

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diperoleh keputusan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yaitu sebesar 2.383. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, dan variabel independen yang meliputi teori branding, dan teori partai politik memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Logo PKS.

#### 4.3.5 Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antar dua variabel. Korelasi ini biasa dilambangkan dengan huruf r, yang nilainya berada di rentang -1 sampai +1.

Nilai  $r$  yang mendekati  $-1$  atau  $+1$  menunjukkan hubungan yang kuat di antara dua variabel tersebut, sementara nilai  $r$  yang mendekati  $0$  mengindikasikan hubungan yang lemah. Adapun klasifikasi *Koefisien Korelasi* adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10**

**Koefisien Korelasi (R)**

| <b>Interval</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|-----------------|-------------------------|
| 0,00 – 19,9     | Sangat lemah            |
| 20,00 – 39,99   | Lemah                   |
| 40,00 – 59,9    | Sedang                  |
| 60,00 – 79,9    | Kuat                    |
| 80,00 – 100,0   | Sangat Kuat             |

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)**

| <b>Correlations</b>   |                     |                |                      |          |
|---|---------------------|----------------|----------------------|----------|
|   |                     | Teori Branding | Teori Partai Politik | Logo PKS |
| Teori Branding  | Pearson Correlation | 1              | .314*                | .213     |
|   | Sig. (2-tailed)     |                | .015                 | .103     |
|   | N                   | 60             | 60                   | 60       |
| Teori Partai Politik  | Pearson Correlation | .314*          | 1                    | -.103    |
|   | Sig. (2-tailed)     | .015           |                      | .433     |
|   | N                   | 60             | 60                   | 60       |
| Logo PKS  | Pearson Correlation | .213           | -.103                | 1        |
|   | Sig. (2-tailed)     | .103           | .433                 |          |
|   | N                   | 60             | 60                   | 60       |
| *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). |                     |                |                      |          |

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11 nilai koefisien korelasi Teori Branding sebesar 21,3% berdasarkan pedoman nilai intervensinya korelasi nilai berada pada rentang 20,00 – 39,99 yang berarti tingkat hubungan X1 terhadap Y termasuk pada tingkat hubungan lemah sementara nilai koefisien korelasi Teori Partai Politik sebesar 10,3% yang berarti tingkat hubungan X2 terhadap Y termasuk pada tingkat hubungan sangat lemah.

#### 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi berfungsi untuk mengetahui presentasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.12**

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model Summary <sup>b</sup>                                      |                   |          |                   |                            |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1   | .278 <sup>a</sup> | .077     | .045              | 4.44366                    |
| a. Predictors: (Constant), Teori Partai Politik, Teori Branding |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Logo PKS                                 |                   |          |                   |                            |

Sumber: Pengelolah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12, dapat dilihat hasil uji determinasi pada output model *summary* dari analisis regresi berganda tepat pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,45. Artinya, Respon Politik (X) terhadap Logo PKS (Y) adalah 4,5%.

#### **4.4.Pembahasan**

##### **1. Respon politik kaum millennial terhadap pergantian logo PKS ditinjau dari Teori Branding**

Branding dalam politik melibatkan serangkaian strategi untuk membangun, memposisikan, dan memperkuat citra kandidat calon ataupun partai politik sendiri, agar mendapatkan suara penuh dalam kontestasi. Hal ini mirip dengan bagaimana merek membangun citra mereka di pasar untuk menarik konsumen. Hal ini juga yang dilakukan oleh partai PKS dalam melakukan branding, partai melakukan pembaruan dalam wajah utamanya yaitu logo, yang lakukan perubahan dalam MUNAS ke V, yang bertujuan untuk memperbaiki wajah utama dari Partai PKS itu sendiri.

Logo adalah elemen grafis berbentuk berupa ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah branding. Logo mencerminkan sebuah brand. Oleh sebab itu, logo harus dapat menampilkan pribadi dan jiwa entitas yang diwakili dibaliknya. Mengingat betapa pentingnya logo bagi sebuah lembaga dan produk, sudah sepantasnya proses pendesainan logo dirancang dengan serius. Elemen brand adalah upaya visual bahkan kadangkala fisik yang bertindak mengidentifikasi dan mendiferensiasi suatu produk atau jasa perusahaan. Elemen brand formal seperti nama, jenis logo, dan slogan bersatu membentuk identitas visual suatu brand atau perusahaan. (Kotler & Pfoertsch.).

Berdasarkan hasil pengujian data dan analisis terhadap Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Prodi Politik Islam Fakultas Adab dan Humaniora

mengetahui secara umum dalam adanya perubahan dalam logo partai PKS, maka dari itu hal ini akan berdampak baik terhadap partai PKS sendiri yang bisa membaca situasi dalam melakukan branding, salah satunya untuk menggaet suara milenial, yang identik hal-hal yang unik dan menarik, bila kita lihat secara umum perbandingan logo PKS yang dan baru tentu logo baru lebih menarik, apa lagi kita memaknai setiap elemen dalam logo itu sendiri, yang mana pada intinya partai PKS yang berbasis Islam.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa secara teori branding respon politik kaum millennial terhadap pergantian logo kaum milenial menyambut baik dengan pergantian logo PKS karena nilai-nilai atau program-program yang diusung oleh partai tersebut, seperti penekanan pada moralitas, agama, atau isu-isu sosial tertentu yang sesuai dengan nilai-nilai mereka yang dicerminkan dalam logo tersebut sehingga kaum millennial dapat memahami atau menyerap hal tersebut.

## **2. Respon politik kaum millennial terhadap pergantian logo PKS ditinjau dari teori Partai Politik**

Partai politik adalah salah satu sarana untuk mewujudkan sistem politik yang demokratis. Mengapa? Karena dalam sistem politik yang demokratis salah satu cirinya adalah jaminan terhadap hak asasi manusia. Partai politik itu sendiri berdiri berdasarkan Pasal 28 Undang Undang Dasar 1945. Jadi setiap negara yang berdemokrasi pasti akan ada lembaga berbentuk kepartian agar bisa mencapai suatu kedudukan, partai orang yang terorganisasi yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita cita yang sama. Tujuan utama partai ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik (biasanya) dengan cara konstitusional untuk melkaskan programnya.

Tentu dalam suatu tatanan struktural adanya regenerasi dalam keberlanjutan baik dalam kelembagaan, keorganisasian dan kepemimpinan, nah maka dari hal itu juga dalam partai politik, mereka butuh keberlanjutan untuk mempertahankan kekuasaan dalam politiknya dan itu dilakukan oleh partai PKS, melakukan strategi-strategi untuk menggaet milenial ikut andil dalam kegiatan politik yang berkelanjutan, yang mana milenial tentu akan mampu mendobrak melalui ide, gagasan dan kebijakan yang ditentukan dalam kegiatan politiknya.

Milenial identik melek teknologi, karena dengan kemajuan dunia teknologi maka akses informasi sangat mudah didapatkan, milenial tentu dengan mudah mengetahui dengan adanya perubahan dalam suatu perubahan, dengan adanya perubahan logo PKS ini tentu akan ada respon oleh milenial dan menarik perhatian, apa tujuan utama dibalik perubahan logo PKS, berdasarkan yang disebutkan berbagi berbagi sumber bahwasanya tujuan perubahan PKS, karena adanya penyusunan visi misi dalam kepengurusan baru dan memperbarui wajah PKS itu sendiri dan penyesuaian.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis Dengan demikian respon politik kaum millenial terhadap pergantian logo PKS secara teori partai politik, kaum milenial sendiri belum memberikan respon yang baik, Kaum milenial yang mengidentifikasi diri mereka dengan PKS mungkin memiliki respons yang beragam terhadap perubahan ini. Bagi sebagian, perubahan logo bisa menandakan evolusi atau penyesuaian terhadap nilai-nilai yang lebih relevan dengan zaman, sementara bagi yang lain, hal ini bisa menimbulkan keraguan atau ketidakpercayaan terhadap konsistensi partai.

### **3. Respon politik kaum millennial terhadap pergantian logo PKS ditinjau dari Teori Branding dan Teori Partai Politik**

Logo baik perusahaan, lembaga, organisasi merupakan hal penting yang harus dipikirkan oleh setiap orang dalam proses pembuatannya, begitu juga dalam partai politik baik yang akan menghadapi kontestasi ini perlu strategi dalam menghadapi lawan-lawan politik agar bisa meraup suara, dikarenakan logo merupakan identitas yang menjadi pembeda dari partai politik dengan lainnya serta dibutuhkan untuk membangun kepercayaan pada logo. Selain itu, logo juga mencerminkan visi, misi, dan budaya dari perusahaan Anda.

Logo memiliki arti sedemikian penting, lantas mengapa banyak perusahaan yang merubah atau mendesain ulang logo perusahaan mereka yang telah dikenal dan menancap di benak masyarakat, perlu mengetahui terlebih dahulu alasan-alasan penting yang mendasari dilakukannya redesain logo perusahaan, logo tidak sesuai perkembangan zaman, perubahan visi dan misi perusahaan, masalah teknis pada penggunaan logo kemiripan logo perusahaan anda dengan perusahaan lain sebagai sebuah perusahaan yang berkembang, pada umumnya kita menemukan bahwa logo yang awalnya diciptakan untuk mencerminkan layanan dan nilai-nilai dari sebuah brand menjadi usang.

Di saat seperti inilah, keputusan untuk melakukan redesain logo perusahaan menjadi sebuah langkah bijak untuk menyegarkan identitas perusahaan agar secara akurat dapat “berkomunikasi” dengan siapa dan apa yang mereka wakili sekarang, daripada siapa dan apa yang mereka wakili sepuluh tahun yang lalu.

Branding politik ini dapat membantu organisasi politik seperti politisi, kandidat, atau partai untuk mendulang dukungan, mengubah dukungan, serta mempertahankan dukungan, image, atau reputasi yang dimilikinya. Selain itu, branding politik juga membantu menciptakan identitas untuk politisi. Identitas ini memudahkan masyarakat untuk membedakan antara satu politisi dengan politisi lainnya. Pada akhirnya, identitas, image, dan juga reputasi ini diharapkan dapat menciptakan hubungan saling percaya antara politisi dan konsumen politik atau masyarakat (Lees-Marshment, 2014).

Kaum milenial seringkali merespons pergantian logo partai politik dengan berbagai cara, dan pandangan mereka, Pergantian logo bisa mengubah persepsi kaum milenial terhadap identitas partai. Jika logo baru dianggap lebih modern, inklusif, atau sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut, bisa jadi mendapat respons positif. Sebaliknya, jika dianggap tidak mencerminkan identitas yang diinginkan, bisa menimbulkan ketidakpercayaan. Logo baru bisa memicu respons emosional. Jika menggugah emosi positif, seperti kesan inovatif atau progresif, maka kaum milenial cenderung lebih menerima. Namun, jika tidak sesuai dengan nilai atau asosiasi yang diinginkan, bisa menimbulkan ketidaksenangan. Sementara untuk pergantian logo PKS sendiri kaum milenial memberikan respon yang positif.

Pentingnya peran kaum milenial dalam partai politik tidak hanya terletak pada partisipasi dan berkontribusi mereka sebagai pemilih, tetapi juga dalam kemampuan mereka untuk membentuk agenda politik, mempengaruhi

kebijakan, dan memperkuat representasi generasi mereka dalam panggung politik. Respons kaum milenial terhadap logo baru juga dipengaruhi oleh ideologi dan kebijakan partai. Jika logo baru diikuti dengan perubahan substansial dalam kebijakan yang lebih sesuai dengan harapan mereka, bisa mendapat dukungan. Namun, jika tidak ada perubahan substansial, bisa menimbulkan ketidakpercayaan terhadap tujuan partai.

Ketika terjadi pergantian logo, kaum milenial cenderung melihat kredibilitas dan konsistensi partai. Jika pergantian logo disertai dengan penjelasan yang jelas dan konsisten mengenai alasannya, serta diikuti dengan tindakan yang sesuai, maka respons mereka bisa lebih positif. Namun, jika terkesan tidak konsisten atau tidak kredibel, bisa menimbulkan keraguan. Jadi, respons kaum milenial terhadap pergantian logo PKS sangat dipengaruhi oleh bagaimana logo baru tersebut dipersepsikan dalam konteks nilai-nilai yang mereka anut, ideologi partai, serta kredibilitas dan konsistensi dari penjelasan yang diberikan oleh PKS terkait perubahan tersebut.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa perubahan logo membawa dampak positif bagi citra partai PKS dimata kaum millennial. Kaum millennial menyukai lambang baru dari PKS ini. Mereka menilai bentuk dan warna lambang baru sangat berbeda dengan lambang lama dari partai yang terlihat kuno dan monoton sehingga generasi muda kurang tertarik untuk mengenal lebih jauh PKS.

Disamping itu, dengan perubahan yang dilakukan oleh PKS berdampak pada kaum millennial yang menilai PKS lebih fresh, penuh semangat muda, dan optimis. dengan perubahan logo, PKS berhasil menunjukkan visi misi partai dan usahanya untuk lebih dekat dengan generasi millennial. Hal ini dikarenakan lambang partai mulai dari warna, tulisan hingga gambar yang mudah diingat, unik dan mudah dipahami. Perubahan tidak hanya membawa citra positif partai namun juga membuat kaum millennial semakin tertarik untuk mengenal PKS dengan mencari informasi lebih lanjut terkait PKS sehingga menambah wawasan politik dan pemahaman partai PKS. Namun hal tersebut belum terbukti Ketika kontestasi pemilu 2024. Dan kita akan melihat bagaimana respon pemilih terhadap pilihan mereka terhadap partai PKS tahun 2024.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data di lapangan, pada dasarnya penelitian ini berjalan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila

peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang mudah-mudahan bermanfaat bagi kemajuan pendidikan pada umumnya. Adapun saran yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut :

- a. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian baru berdasarkan hasil penelitian ini sehingga aspek respon politik kaum millenial terhadap pergantian logo PKS yang belum terfasilitasi pengukurannya dapat diteliti agar dapat lebih baik dan dapat lebih bermanfaat lagi.
- b. Bagi peneliti mendatang hendaknya sampel dan daerah penelitian lebih diperluas lagi dan bukan hanya sebatas lingkungan kampus saaja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Candita Sultannata, S. M. (2018). *Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter ( Studi Analisis. 1*, 153–174.
- Habibi, M. R. (2019). *Partai Keadilan Sejahtera ( Pks ) Dalam Sorotan Media Di Indonesia. 15*(6), 115–141.
- Kadek Yoga Aditya, I Made Wardana. (2017). *Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ) Bali , Indonesia Makanan merupakan aspek penting yang termasuk dalam kebutuhan pokok manusia . Berbicara mengenai makanan , jenis makanan yang ada selain. 6*(2), 830–856.
- Muhammad, B. I. (2021a). *Makna Perubahan Logo Partai Keadilan Sejahtera ( PKS ) Dan Hubungannya Dengan Brand Image PKS. 04*(02), 146–158.
- Muhammad, B. I. (2021b). *Makna Perubahan Logo Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Dan Hubungannya Dengan Brand Image Pks. Jurnal Bahasa Rupa, 4*(2), 146–158. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v4i2.809>
- Nur, S. (2021). *Strategi Branding Pariwisata Melalui Instagram Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) PAREPARE 2021 M / 1443 H.*
- Surakarta, K., & Yogyakarta, D. A. N. (2015). *Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I Dalam Ilmu Ushuluddin Jurusan Aqidah dan Filsafat.*
- Suryana, C. (2021). *Politik sebagai Dakwah : Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera. 5*(April), 41–58. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12646>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutjipto, V. W., Putri, M. L., Sary, M. P., & Novanra, F. (2021). *Citra Partai Keadilan Sejahtera Mengenai Perubahan Lambang Partai bagi Generasi Muda. 15*(2), 157–168.
- Sutjipto, V. W., Putri, M. L., Sary, M. P., Novanra, F., & Ananda, P. D. R. (2022). *Citra Partai Keadilan Sejahtera Mengenai Perubahan Lambang Partai bagi Generasi Muda. Jurnal Komunikasi, 15*(2), 157–168. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11986>
- Utami, D. E., Sari, I., Hayatti, N., S, R. I. P., & Fajrussalam, H. (2022). *Peran Etika Politik Islam Dalam Strategi Lembaga Dakwah Kampus Untuk Meningkatkan Religiusitas Mahasiswa. 3*(3), 223–232.
- Wahdaniah, I. (2020). *Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut, 3*(01), 67–74.
- Yuniartin, T. (2018). *Identitas Politik Partai Keadilan Sejahtera. 12*(2), 257–274.

## BIODATA PENULIS



Nama : Anton Irwani  
Nim : 2020404016  
Program Studi : Politik Islam  
Tempat, Tanggal Lahir : Oku Timur, 25 juni 2001  
Alamat : Desa Rasuan Baru, Madang Suku II, Kab. Ogan  
Komerling Ulu Timur Sumatra Selatan  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Anak Ke : Pertama  
Nama Ayah : Khoirul Saleh  
Nama Ibu : Herlina Wati  
Nama Adek Ke 1 : Ivan Ferdian  
Nama Adek Ke 2 : Sherly Ramadhani  
Riwayat Pendidikan : SD Negeri 1 Sari Negara  
SMP Negeri 1 Madang Suku II  
SMA Negeri 1 Madang Suku II  
Sosial Media : FB: Anton Irwani  
: IG: Anton Irwani