

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang berkembang pesat, telah menjadi sarana komunikasi yang efektif bagi generasi muda khususnya bagi Generasi-Z yang hidup di era serba digital. Dengan fitur video pendek yang menarik dengan pengemasan yang kreatif, TikTok menawarkan cara baru untuk menyampaikan pesan politik dan mengajak pemilih muda untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi. TikTok yang dikenal sebagai aplikasi berbagi video pendek ini telah berkembang menjadi salah satu alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan politik. Fenomena ini sangat terlihat di kalangan Generasi Z, yang merupakan pengguna utama TikTok. Dengan karakteristiknya yang interaktif dan juga menarik, TikTok menawarkan cara baru bagi para pelaku dalam dunia politik untuk menjangkau pemilih muda dan meningkatkan partisipasi mereka dalam proses pemilu yang akan datang (Widiantari & Vos, 2024). Oleh karena itu media sosial khususnya platform aplikasi tiktok yang sedang marak digunakan oleh para Generasi-Z, disini mempunyai peranan yang cukup penting, karena adanya platform tersebut maka segala hal yang akan disampaikan menjadi lebih mudah dan juga untuk lebih cepat dalam penyampaian pesan (Indrawan & Ilmar, 2018).



Gambar 1.1 Peringkat Pengguna Aplikasi TikTok
 Sumber: (Slice, 2023)

Media adalah penyedia utama informasi politik, yang melaluinya warga mendapat bisa mendapatkan sebuah informasi, berdiskusi dengan pihak lain, dan juga untuk mencapai sebuah kesepakatan bersama. Saat ini, dengan pesatnya perkembangan Internet, masyarakat dapat berpartisipasi dalam politik secara online, misalnya dengan bergabung dalam kelompok diskusi online atau organisasi virtual (Lin & Zhang, 2014). Di Indonesia, Media TikTok menjadi salah satu platform terpopuler untuk berbagi video pendek, dan juga berbagai macam konten edukasi lainnya, termasuk konten yang berkaitan dengan politik. TikTok Dengan karakteristiknya yang memuat berbagai video kreatif, interaktif dan juga menghibur, TikTok ini menarik perhatian banyak pengguna muda khususnya Generasi-Z yang sebelumnya mungkin tidak terlalu peduli dengan isu-isu politik karena Generasi-Z dikenal sebagai generasi yang apatis dan tidak peduli terhadap dunia politiiik (Alizen et al., 2023).

Generasi Z yang lahir pada tahun 1997 hingga awal 2007-an, telah tumbuh di era digital di mana berbagai informasi dan juga politik sering kali disampaikan melalui platform media sosial. Dalam skala nasional sendiri generasi-z berada di urutan ketiga penyumbang suara ketika nanti akan diadakan pemilu. Rekapitulasi dpt yang dilakukan oleh kpu yang bersifat nasional ini sendiri menunjukkan bahwa untuk pemilu tahun 2024 memiliki jumlah pemilih yaitu sebanyak 204.807.222 juta orang yang tersebar di segala berbagai macam provinsi, daerah, dan kota di penjuru

seluruh Indonesia. Berasal dari jumlah pemilih tersebut berasal dari beberapa bagian, pada urutan pertama yaitu ada generasi milenial, generasi milenial sendiri merupakan generasi kelahiran tahun 1981-1996 yang dimana generasi milenial ini penyumbang suara terbanyak ketika nanti akan diadakannya pemilu yaitu sebanyak 33,60%, lalu pada posisi kedua terdapat generasi x tahun kelahiran 1965-1980 sebanyak 28,07%, dan penyumbang suara terbanyak di posisi ke tiga yaitu ada generasi z yang tahun kelahirannya dari tahun 1997-2012 yaitu sebanyak 22,85% (Ridwan, 2023).

Dalam penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa penggunaan TikTok sebagai alat komunikasi politik dapat meningkatkan interaksi antara politisi dan pemilih. Konten yang disajikan di TikTok sering kali bersifat interaktif dan menghibur, sehingga lebih mudah diterima oleh para audiens muda khususnya generasi-z sebagai pengguna yang mendominasi pada platform tiktok. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya sekedar platform hiburan, tetapi juga alat yang efektif untuk menyebarkan informasi politik. Generasi Z, sebagai kelompok yang dominan di TikTok, memiliki potensi besar untuk mempengaruhi hasil pemilu. Mereka sering kali mencari informasi melalui media sosial dan terlibat dalam diskusi politik secara online. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dapat meningkatkan keterlibatan politik di kalangan pelajar dan pemilih muda lainnya. Dengan konten yang bersifat interaktif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka, TikTok menciptakan ruang bagi generasi Z untuk berpartisipasi aktif dalam proses politik (Dewi et al., 2024).

Studi kasus di beberapa negara menunjukkan bahwa TikTok telah digunakan secara efektif oleh politisi untuk membangun citra dan menarik dukungan dari pemilih muda. Di Filipina, misalnya, kandidat tertentu pada pemilihan umum dikaitkan dengan strategi kampanye yang memanfaatkan TikTok. Dengan demikian, Indonesia juga memiliki potensi besar untuk memanfaatkan platform ini dalam konteks politik lokal. Media sosial dijadikan sebagai strategi komunikasi politik adalah merupakan relatif baru dan menjadi fenomena hangat hingga kini. selain itu salah satu contoh dari penggunaan media yang paling mendapat sorotan, yaitu ketika kampanye politik kandidat presiden Amerika

Serikat, Barac Obama dan tim sukses nya pada tahun 2008 yang menggunakan media baru untuk menyebarkan informasi seputar program dan kegiatan kampanye dalam rangka menggalang simpati dan dukungan masyarakat Amerika pada saat itu. Di Indonesia, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik yang paling marak ketika pemilihan presiden Republik Indonesia pada 2014. Maraknya media sosial di dunia maya dalam kampanye Pilpres 2014 berkaitan dengan makin banyaknya pengguna internet di negeri ini. Studi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 20-30%, yaitu menjadi 80 juta orang (Ike & Beddy, 2018).

Pada media sosial TikTok sendiri merujuk kepada akun tiktok rian fahardhi, najwa shihab, total politik, narasi dan juga win news. pada konten di tiktok sendiri biasanya berisikan vidio pendek berdurasi 30 detik -1 menit dengan berbagai macam fitur didalamnya seperti *like comment dan share*. ada pun akun tiktok yang terkenal di kalangan generasi-z sendiri adalah akun influencer seperti rian fahardhi (presiden gen-z) dan najwa shihab, akan tetapi ada pula akun media pemberitaan yang banyak dikenal dengan gen-z karena mereka sering melakukan kolaborasi diantaranya ada Total Politik, Narasi, dan juga WinNews. akun akun tersebut merupakan akun yang populer dikalangan generasi-z. setelah melalui penelusuran lebih panjang terpilih nya konten dari ke-5 akun tersebut karena kelima akun tersebut seringkali membahas mengenai isu -isu maupun fenomena poliitik yang teradi khususnya di negara ini. Selain itu terpilihnya konten dari ke-5 akun ini dalam membuat konten seringkali menggunakan bahasa yang santai, lalu adanya penggunaan humor terkait penyampaian pandangannya. Selain itu dalam isi konten yang nanti akan di analisis melalui wacana kritis terkait untuk wacana politik nya itu sendiri mencakup beberapa hal yang diantaranya adalah berita politik, analisis politik, opini politik, video politik dan juga meme politik (Chandra, 2023).

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan pengguna yang pesat, terutama di Indonesia. Menurut laporan, 41,26% pengguna TikTok di Indonesia berada dalam rentang usia 18-24 tahun, menunjukkan bahwa platform ini sangat dominan di kalangan Generasi Z (Pratama et al., 2024). Dengan jumlah pengguna yang mencapai 157,6 juta orang, TikTok tidak hanya berfungsi

sebagai hiburan tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan informasi politik dan meningkatkan kesadaran pemilih muda (Nuraeni & Gustini, 2024). Media sosial seperti TikTok menawarkan ruang interaksi yang lebih dinamis dibandingkan dengan media tradisional. Hal ini memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara langsung dan terlibat dalam dialog tentang isu-isu politik. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang bersifat menghibur dan informatif sangat efektif dalam menarik perhatian Generasi Z, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam politik (Nuraeni & Gustini, 2024).

Mengingat fenomena politik yang akan terjadi pada pilpres 2024 yang akan datang, tentunya postingan dari akun yang kerap kali membahas terkait isu-isu politik ini sangat menjadi perhatian khususnya generasi-z yang menjadi mayoritas pemilih pada tahun ini. Pilpres tahun 2024 sendiri merupakan sebuah ajang pemilihan presiden dan juga wakil presiden yang akan dilaksanakan pada Februari tahun 2024. Pada pilpres 2024 ini sendiri menjadi sebuah ajang kompetisi politik yang terjadi di antara berbagai calon yang memiliki gagasan dan juga strategi yang berbeda-beda. Selain itu pada pilpres 2024 juga menjadi sebuah momentum bagi generasi-z sebagai mayoritas pemilih pada tahun ini untuk menentukan pilihan dan juga arah masa depan terkait pemimpin yang nantinya akan memimpin di negara ini. Hal ini juga dimanfaatkan oleh para akun tiktok yang akan di analisis terkait konten yang berisikan wacana politiknya untuk melakukan strategi pada penyampaian melalui gagasan yang memberikan informasi yang kritis menjelang pilpres tahun 2024.

Aplikasi TikTok memfasilitasi pengguna melalui fitur pembuatan konten dan interaksi di kolom komentar untuk mempermudah penggunaannya untuk berpartisipasi melalui pembuatan konten, berdiskusi melalui kolom komentar, atau saling berbagi konten. TikTok tidak hanya menjadi alat kampanye bagi para politisi, tetapi juga mendorong keterlibatan masyarakat khususnya generasi-z selaku mayoritas pengguna aplikasi media sosial tiktok dalam proses politik. Selain itu hal ini dapat meningkatkan kesadaran pemilih dan mendorong diskusi yang lebih luas mengenai isu-isu penting menjelang pemilu presiden tahun 2024. Dengan konten yang menarik dan mudah diakses, generasi-z selaku mayoritas pengguna di

platform media sosial tiktok dapat melihat berbagai konten yang sudah di sediakan oleh konten creator yang membahas terkait visi dan misi kandidat secara efektif, selain itu para generasi-z juga kerap melakukan diskusi terkait fenomena pilpres 2024 melalui diskusi politik melalui kolom komentar yang ada di tiktok, media sosial menyediakan ruang bagi pengguna untuk berdiskusi tentang isu-isu politik terkini (Ayunda et al., 2024).



Gambar 1.2. Konten dan Interaksi dalam konten tiktok

Sebagai salah satu contoh konten yang nanti akan di analisis. Adanya konten terkait yang membahas mengenai pilpres ini yang dibuat oleh konten creator rian fahrdhi ini memuat berbagai informasi terkait gagasan yang dimiliki capres, ada pun judul pada konten ini adalah “Gagasan 3 bacapres mana siapa yang paling siap”. Pada postingan ini juga bisa dilihat bahwa dimulai dari caption yang ditulis oleh sang pemilik akun mengajak audiens, khususnya generasi-z untuk menyuarakan apa pendapat mereka atau opini terkait dari konten tersebut. Setelah adanya pertanyaan melalui caption tersebut bisa dilihat bahwa para audience memberikan respon nya terkait konten yang telah di unggah, para generasi-z yang menjadi dominasi pengguna media sosial ini terlihat dengan banyaknya komentar pada konten yang sedang di bahas oleh sang konten creator yang menjadi topik hangat pada saat ini, dan pada saat itu terlihat bahwa sang pemilik sedang aktif aktifnya memberikan konten terkait pemilu yang dimana. Memancing interaksi dalam kolom komentar terutama para generasi-z yang turut aktif dalam menyuarakan

pendapatnya melalui kolom komentar yang telah disediakan, mereka sangat terlihat aktif memberikan respon antara satu sama lain dan memberikan sudut pandangnya terkait wacana yang diberikan. Hal ini bisa dilihat bahwasannya ada ketertarikan generasi-z terkait wacana yang di unggah, mereka tertarik karena dari segi pembawaan serta penyampaiannya yang menarik, sehingga penggunaan media sosial tiktok ini selain untuk menyampaikan berbagai isu mengenai politik, edukasi politik, juga bisa menumbuhkan partisipasi politik melalui diskusi diskusi politik melalui laman komentar sang konten creator yang telah disediakan. Bisa dilihat juga bahwa dengan adanya konten ini memancing para generasi-z untuk berdiskusi melalui kolom komentar terkait wacana yang sedang beredar yang di buat oleh sang konten creator.

Namun, meskipun TikTok menawarkan banyak peluang, akan tetapi tantangannya juga tetap ada. Salah satu hal utama adalah memastikan bahwa informasi yang diterima adalah benar dengan cara harus lebih selektif dalam memilah berita dan juga informasi yang di terima. Generasi Z perlu dilengkapi dengan literasi media yang baik agar dapat menyaring informasi politik yang mereka terima melalui platform ini. Selain itu, penting bagi para pengguna tiktok untuk memahami karakteristik unik dari TikTok. Dengan pendekatan yang tepat, konten politik di TikTok dapat menjangkau lebih banyak orang dan mendorong partisipasi aktif. Pada akhirnya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial seperti TikTok telah berkontribusi terhadap demokrasi dan partisipasi politik menjelang pilpres tahun 2024. Meskipun TikTok memiliki potensi besar untuk meningkatkan partisipasi politik, tantangan tetap ada. Pengguna perlu memiliki literasi media yang baik untuk menyaring informasi yang diterima agar tidak terjebak pada berita palsu atau informasi yang menyesatkan.

Dari hasil penjelasan diatas maka bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa dengan hadirnya media sosial ini bisa memberikan sebuah hasil yang baik dalam jalannya dunia politik. Adanya kehadiran media sosial khususnya TikTok hal ini memberikan dampak yang baik terhadap dunia politik, dimulai dari penyebaran wacana terkait politik dari adanya sebuah jejaring sosial, melalui trend yang berada

dan berbagai macam video yang dibuat oleh generasi muda ini bisa mendorong keinginan untuk berpartisipasi politik melalui diskusi-diskusi dalam kolom komentar, hal tersebut menjadikan sebuah trend dan mendorong generasi-z untuk ikut serta dalam berpartisipasi politik dengan adanya dorongan melalui trend-tren konten yang berada di tiktok dan juga pengetahuan mengenai politik. Dengan adanya media sosial ini memudahkan adanya penyebaran wacana terkait fenomena yang beredar di masyarakat, yang disampaikan oleh konten creator dengan gaya dan pembawaan nya masing-masing melalui konten yang kreatif dan juga inofatif menjadikan sebuah daya tarik bagi generasi-z selaku generasi muda yang hidup dalam dunia digital (Atmodjo et al., 2014).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah di jelaskan di atas, yang dimana generasi z lebih sering mengakses platform aplikasi, peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait permasalahan yang ditemukan oleh penulis, diantaranya:

1. Bagaimana peran dari media sosial tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik generasi-z menjelang pemilu presiden tahun 2024?
2. Bagaimana peningkatan partisipasi politik generasi-z dalam media sosial tiktok menjelang pemilu presiden tahun 2024?.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan penelitian kali ini, yaitu sesuai dengan permasalahan yang sudah di jelaskan yang terdapat didalam rumusan masalah dan juga telah di sebutkan dalam latar belakang, maka penulis ini memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana peran tiktok sebagai media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik generasi-z menjelang pemilu presiden tahun 2024.
2. Untuk mengetahui bagaimana peningkatan partisipasi politik generasi-z dalam media sosial tiktok menjelang pemilu presiden tahun 2024.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian kali ini diharapkan bisa memberikan manfaat secara teoritis ataupun praktis

1.4.1. Manfaat teoritis

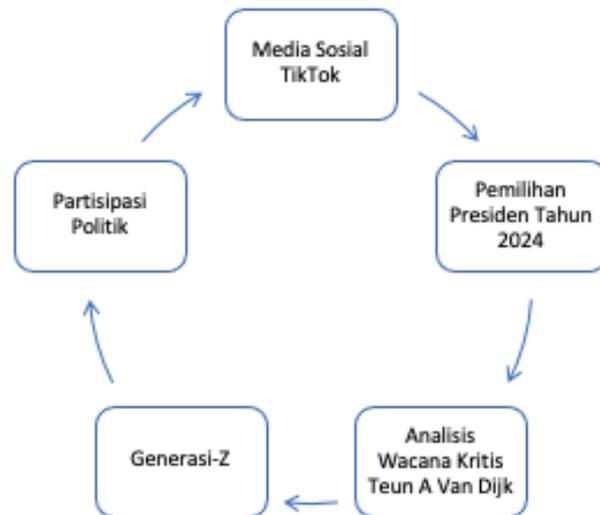
1. Pada penelitian kali ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan pengetahuan ataupun wawasan terhadap permasalahan yang sedang diteliti yang berkaitan dengan peran media sosial tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik generasi z pada pemilu presiden tahun 2024.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berkaitan mengenai apa manfaat dari media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik pada generasi z di pemilu presiden tahun 2024.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Pada penelitian kali ini diharapkan bisa bermanfaat bagi generasi z selaku para pemuda yang sering berinteraksi melalui media masa, dan memberitahu bahwa media sosial ini bisa memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan partisipasi politik pemilu tahun 2024.
2. Pada penelitian kali ini pula diharapkan bisa memberikan manfaat kepada para civitas akademik untuk menjadikan sebuah referensi bacaan
3. Penelitian ini juga memiliki manfaat sebagai suatu syarat untuk bisa memperoleh gelar sarjana (strata satu).

1.5. Kerangka Berpikir

Pada kerangka berfikir ini akan menunjukkan bagaimana alur pembahasan mengenai penelitian kali ini, yang dimana didalamnya terdapat beberapa aspek yang harus di perhatikan dalam penelitian.



Gambar 1.3. Kerangka Berpikir

Sumber: (Penulis, 2024)

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teori yaitu teori analisis wacana kritis yang dikenalkan oleh Teun A Van Dijk dan juga partisipasi politik. analisis wacana kritis adalah suatu proses atau usaha untuk menjelaskan suatu teks yang akan di teliti atau yang sedang di teliti oleh individu atau kelompok dengan harapan untuk mencapai sebuah tujuan yang telah mereka rencanakan.

Peneliti dapat melihat bagaimana peran sebuah konten yang berisikan teks ataupun video yang berada di platform tiktok terhadap partisipasi politik, melalui teks, kognisi sosial dan konteks sosial yang terdapat pada konten yang di unggah dalam platform aplikasi tiktok.

Selain menggunakan teori AWK yang dikemukakan oleh Teun A van Dijk, Penulis juga turut menggunakan teori partisipasi politik, yang dimana didalam teori partisipasi politik sendiri terdapat faktor yang mempengaruhi dari partisipasi politik itu sendiri yaitu: 1. *Modernisasi*, 2. *Perubahan struktur sosial*, 3. *Pengaruh kaum intelektual*, 4. *Adanya konflik*, 5. *Keterlibatan pemerintah*.