

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat besar dalam pola komunikasi politik di seluruh dunia, khususnya dalam cara aktor politik menjangkau dan memengaruhi publik. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang interaksi personal, tetapi telah bertransformasi menjadi arena strategis dalam membangun citra politik, menyampaikan pesan, serta membentuk persepsi publik. Kemajuan teknologi informasi seperti internet dan media sosial saat ini sering digunakan oleh para politisi agar dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat tanpa terhalang ruang dan waktu, tidak harus melalui media tradisional seperti televisi ataupun koran. Komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah dari politisi kepada masyarakat kini telah berkembang menjadi dua arah, di mana masyarakat dapat langsung menyuarakan apa-apa yang dibutuhkannya serta memberikan komentar, kritik, saran atau dukungan terhadap berbagai pernyataan politik yang sedang terjadi (Dewi, 2024).

Selain dari apa-apa yang ada di atas, revolusi digital memunculkan personal branding dalam dunia perpolitikan, di mana para politisi berlomba-lomba membangun citra pribadi yang dekat dengan publik bisa melalui unggahan aktivitas di media sosial baik berupa postingan, *reels* ataupun *story*, yang didalamnya bisa berisikan cerita personal, atau pembahasan isu-isu yang sedang terjadi (Nurfadilah & Khoirotunnisa, 2023). Mobilisasi politik juga mengalami perubahan yang cukup signifikan dengan adanya platform digital. Aksi-aksi politik yang terjadi kini dapat diatur dengan cepat melalui media sosial, memobilisasi massa dalam waktu yang relatif singkat melalui tagar (#) dan kampanye berbasis online (Yanti, 2023).

Namun, bersamaan dengan itu, perkembangan teknologi digital juga membawa risiko besar seperti penyebaran disinformasi, berita palsu, dan ujaran kebencian, yang menyebabkan perpecahan politik di mata masyarakat (Nurdin,

2024). Selain itu, pola komunikasi politik menjadi sangat bergantung pada data dan algoritma. Setiap aktivitas digital yang masyarakat lakukan dianalisis untuk menyusun strategi yang digunakan dalam kampanye supaya menjadi lebih terarah, yang dikenal dengan istilah *micro-targeting*. Meskipun ini membuat politik lebih *personal*, itu juga membuatnya lebih mudah dimanipulasi. Dengan hadirnya teknologi digital juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk bisa berpartisipasi politik melalui akses informasi dan ruang diskusi politik. Terkhususnya kaum muda yang lebih aktif dalam mengungkapkan pendapat mereka melalui media sosial (Yanti, 2023).

Perkembangan teknologi digital memberikan bentuk transparansi dari seorang politisi kepada masyarakat terhadap kinerja nyata yang dilakukannya, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap seorang politisi tersebut. Dengan demikian, perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi politik menjadi lebih cepat, personal dan terbuka, namun sekaligus lebih rawan terhadap manipulasi dan disinformasi (Yanti, 2023).

Di antara berbagai platform digital, TikTok muncul sebagai media yang paling populer di kalangan generasi muda karena formatnya yang visual, singkat, dan interaktif, sehingga efektif dalam menarik perhatian dan membangun kedekatan emosional dengan audiens. Dalam konteks politik lokal, penggunaan TikTok sebagai sarana komunikasi politik semakin menonjol, termasuk oleh Luthfiannisa Putri Karlina dalam upayanya menjangkau kaum muda di Kabupaten Garut. Sebagai figur politik yang aktif memanfaatkan TikTok, Luthfiannisa Putri Karlina menampilkan berbagai konten yang memadukan pesan politik, aktivitas keseharian, serta pendekatan personal yang ditunjukkan untuk membangun citra positif dan meningkatkan keterlibatan kaum muda (Sari, 2025). Strategi penyampaian pesan politik yang digunakan melalui platform ini menjadi menarik untuk dikaji karena berpotensi memengaruhi cara kaum muda memahami, menilai, dan membentuk sikap terhadap sosok politik yang bersangkutan (Faoziah, 2024).

Kaum muda di Kabupaten Garut merupakan kelompok yang strategis sekaligus dinamis dalam proses demokrasi. Karakteristik mereka yang relatif terbuka terhadap informasi digital, responsif terhadap konten visual, dan aktif di

media sosial menjadikan TikTok sebagai media yang relevan dalam membentuk persepsi politik. Oleh karena itu, penting untuk menelaah sejauh mana Pesan Politik dalam Konten TikTok Lutfiannisa Putri Karlina dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut. baik dalam aspek citra kepemimpinan, kedekatan emosional, maupun penilaian terhadap kapasitas politiknya.



Gambar 1.1 Data penggunaan media sosial berdasarkan persebaran usia dan Data rata-rata penggunaan media sosial tiktok per hari

(Sumber: Kompasiana, 2023) (Sumber: Instagram [Databoks.id](https://databoks.id), 2022)

Meningkatnya penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi politik telah membawa perubahan signifikan bagaimana cara yang dilakukan politisi dalam menjangkau atau memobilisasi masyarakat, khususnya kaum muda. Salah satu platform yang tengah populer di kalangan kaum muda adalah TikTok yang dalam beberapa tahun terakhir, TikTok telah berkembang menjadi salah satu situs media sosial terpopuler di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Platform media sosial tiktok menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan terutama dikalangan kaum muda saat ini selain sebagai media hiburan dan pembelajaran, tiktok juga digunakan sebagai media komunikasi politik yang signifikan digunakan (Albarzand, 2024).

Dilansir dari insight graph pengguna TikTok di Indonesia berdasarkan persebaran usia, 76% pengguna berusia 18-34 tahun yang menandakan mayoritas pengguna tiktok adalah remaja akhir atau dewasa muda, diikuti

dengan 37% orang dewasa dengan rentang usia 25-34 tahun dan 13% pengguna merupakan remaja dibawah umur atau 13-17 tahun. Tiktok dengan rata-rata penggunaan mencapai 95 menit per hari, berbeda dengan penggunaan media sosial yang lainnya dengan rata-rata penggunaan 74 menit per hari untuk media youtube di susul dengan Instagram dengan penggunaan 51 menit perhari, facebook dengan waktu 49 menit per hari, Twitter di angka 29 menit per hari dan Snapchat dengan rata-rata 21 menit per hari nya. oleh sebab itu dibandingkan dengan platform media sosial yang lainnya, tiktok menjadi media utama yang dibutuhkan atau digunakan oleh pengguna media sosial saat ini (Sugianto & Dulwahab, 2023).

Transformasi aplikasi tiktok dari platform hiburan ke ranah politik menjadi salah satu fenomena yang menandai pergeseran signifikan dalam strategi komunikasi politik di era internet. Pada awalnya tiktok dikenal sebagai aplikasi berbagi video pendek sebagai hiburan bagi para pengguna baik berupa video lipsync ataupun komedi, namun saat ini telah berevolusi menjadi media efektif yang dilakukan para politisi dalam menyampaikan pesan politik kepada publik membangun citra politik, dan melakukan interaksi langsung baik melalui komentar ataupun siaran live yang sedang berlangsung dengan publik khususnya kaum muda yang nantinya menjadi tanggapan dari politisi untuk membangun dialog bersama (Kamindang & Amijaya, 2024).

No	Kecamatan	Kelompok Umur																Jumlah
		0-4	05-Sep	Oct-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	>74	
1	Banjarwangi	4.112	5.697	5.528	4.290	5.237	4.572	4.294	4.094	3.636	3.188	2.890	2.185	1.716	1.063	803	744	54.049
2	Banyuwresmi	6.019	9.181	8.742	6.932	8.452	8.114	6.836	6.795	6.446	5.885	4.692	3.979	2.972	2.064	1.307	1.382	89.798
3	Bayungbong	6.945	10.458	10.285	7.630	8.901	8.785	7.818	7.871	6.425	6.124	4.916	4.175	3.167	2.082	1.387	1.462	97.931
4	Bl. Limbangan	4.580	7.542	7.716	6.037	7.797	6.437	5.105	5.828	5.310	5.003	4.271	3.509	2.680	1.767	1.063	1.196	75.841
5	Bungbulang	3.399	5.593	5.645	4.270	5.450	4.415	3.449	3.674	3.533	3.785	3.395	2.691	2.026	1.498	949	1.145	54.917
6	Caringin	1.963	3.156	3.095	2.210	3.007	2.677	2.172	2.143	2.102	2.304	1.919	1.374	1.032	719	516	773	31.162
7	Cibalong	3.181	4.287	4.270	3.111	4.234	3.881	3.155	3.121	2.944	3.149	2.728	2.189	1.559	1.017	703	839	44.368
8	Cibatu	4.691	6.746	7.044	5.937	6.795	5.845	4.995	5.315	5.160	4.719	4.178	3.644	2.960	2.165	1.287	1.663	73.144
9	Cibuk	2.298	3.454	3.566	2.828	3.448	3.072	2.921	2.590	2.211	2.072	1.733	1.469	1.128	790	448	483	34.209
10	Cigedug	3.101	4.859	4.499	3.185	3.787	3.746	3.447	3.376	2.657	2.470	1.951	1.528	1.091	745	463	546	41.451
11	Cihurip	1.236	1.617	1.551	1.267	1.734	1.600	1.355	1.372	1.394	1.387	1.222	888	767	444	385	397	18.616
12	Cikajang	5.314	8.531	8.073	5.759	7.543	6.976	6.046	6.224	5.857	5.324	4.261	3.399	2.634	1.814	927	1.059	79.741
13	Cikelet	3.034	4.376	4.379	3.131	4.118	3.592	2.994	2.940	2.886	2.937	2.556	2.081	1.311	946	745	877	42.903
14	Cilawu	6.550	9.994	10.058	7.742	9.664	8.973	7.796	8.327	7.657	7.321	6.020	5.002	4.120	2.854	1.632	1.949	105.627
15	Cisuwu	1.827	2.732	2.813	2.103	2.797	2.745	2.115	2.122	2.188	2.835	2.375	2.004	1.438	1.108	785	958	32.743
16	Cisompet	3.389	4.673	5.028	3.779	4.762	4.277	3.492	3.544	3.304	3.613	3.320	2.764	2.152	1.312	788	988	51.185
17	Cisurupan	6.787	10.185	9.580	6.813	8.427	8.379	7.050	7.000	6.402	5.925	4.610	3.793	2.788	1.919	1.229	1.233	92.120
18	Garut Kota	7.036	11.834	12.041	9.368	11.326	10.351	9.256	9.735	9.440	8.477	7.329	6.384	4.906	3.659	2.101	2.579	125.822
19	Kadungora	5.656	8.663	8.660	6.993	8.664	8.018	6.651	7.546	6.763	6.154	5.216	4.353	3.390	2.294	1.447	1.732	92.200
20	Karangpawitan	9.357	13.778	12.870	10.035	12.556	11.868	10.274	10.475	9.169	8.476	6.865	5.943	4.259	2.757	1.543	1.826	132.051
21	Karangtengah	1.283	1.811	1.794	1.492	1.803	1.595	1.333	1.419	1.159	1.171	1.060	845	691	363	281	347	18.337
22	Kersamanah	2.600	3.844	3.794	3.042	3.517	3.367	2.700	2.861	2.547	2.559	2.214	1.829	1.278	882	555	700	38.289
23	Leles	5.308	8.177	7.904	6.240	7.357	7.013	6.134	6.479	5.602	4.983	4.185	3.469	2.610	1.798	1.086	1.440	79.785
24	Lewiwong	3.128	4.685	4.236	3.559	4.421	3.953	3.317	3.516	3.071	3.035	2.488	2.221	1.703	1.129	699	879	46.040
25	Malangbong	9.903	13.966	13.233	10.675	12.236	11.272	9.290	9.603	8.118	8.160	6.660	5.720	4.278	2.478	1.547	1.783	125.568
26	Mekarmukti	1.318	1.819	1.677	1.244	1.712	1.471	1.245	1.125	1.137	1.355	1.168	859	679	509	372	486	18.176
27	Pakengjeng	4.800	7.065	6.943	4.948	6.963	5.604	4.547	4.588	4.357	4.596	3.681	2.614	1.634	1.114	902	1.049	64.975
28	Pameungpeuk	2.743	3.573	3.999	3.026	3.998	3.302	2.899	2.753	2.897	3.014	2.733	2.243	1.677	1.235	876	1.097	42.165
29	Pamulihan	1.237	1.677	1.669	1.264	1.844	1.512	1.211	1.296	1.184	1.348	1.022	892	704	583	311	458	18.212
30	Pangatikan	2.952	3.970	3.942	3.241	3.821	3.636	3.126	3.174	2.769	2.609	2.209	1.761	1.276	863	687	700	40.636
31	Pasirwangi	4.986	7.136	6.575	4.717	5.870	5.855	5.122	4.876	4.144	3.728	3.011	2.244	1.608	989	688	861	62.210
32	Peundeuy	1.734	2.294	2.268	1.699	2.513	2.092	1.561	1.674	1.498	1.495	1.371	959	849	494	321	400	23.222
33	Samarang	5.634	8.068	7.899	5.907	7.568	7.000	5.786	5.715	5.045	4.510	3.780	3.136	2.343	1.484	892	1.100	75.647
34	Selatani	2.446	3.515	3.950	3.287	4.092	3.529	2.863	2.985	2.885	2.903	2.476	2.159	1.604	1.037	722	921	41.474
35	Singajaya	3.120	4.368	4.639	3.584	4.460	3.717	3.451	3.531	3.050	2.869	2.572	2.091	1.729	1.098	717	766	45.762
36	Sucinaraja	2.125	2.756	2.639	2.057	2.788	2.522	2.143	2.274	1.943	1.842	1.721	1.448	1.042	723	374	519	29.616
37	Sukaresmi	2.952	4.295	4.215	2.990	3.814	3.605	3.048	3.122	2.525	2.175	1.835	1.451	1.059	743	410	539	38.778
38	Sukawening	3.730	5.418	5.497	4.511	5.210	4.783	4.168	4.178	3.803	3.490	3.101	2.632	2.011	1.395	815	1.117	55.859
39	Talegong	1.548	2.404	2.405	1.893	2.541	2.292	1.810	2.089	1.983	2.295	1.908	1.538	1.212	929	628	627	28.102
40	Tarogong Kaler	5.894	9.126	9.140	6.823	8.491	8.063	7.076	7.099	7.087	6.146	4.982	4.149	3.097	2.048	1.186	1.414	91.821
41	Tarogong Kidul	6.686	10.920	11.114	9.180	10.171	9.220	8.096	8.701	8.394	7.541	6.350	5.190	3.921	2.705	1.520	1.621	111.330
42	Wanaraja	3.206	4.474	4.398	3.565	4.307	4.168	3.515	3.627	3.260	2.986	2.675	2.191	1.573	1.078	571	739	48.333
	Jumlah	169.808	253.317	248.971	192.364	237.696	217.894	184.762	190.547	173.942	165.958	139.629	114.995	86.226	58.664	36.548	43.194	2.514.515
	presentase	6,75%	10,07%	9,90%	7,65%	9,45%	8,67%	7,35%	7,58%	6,92%	6,60%	5,55%	4,57%	3,33%	2,33%	1,45%	1,72%	100%

Gambar 1.2 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Di Kabupaten

(Sumber: Pemerintah Kabupaten Garut)

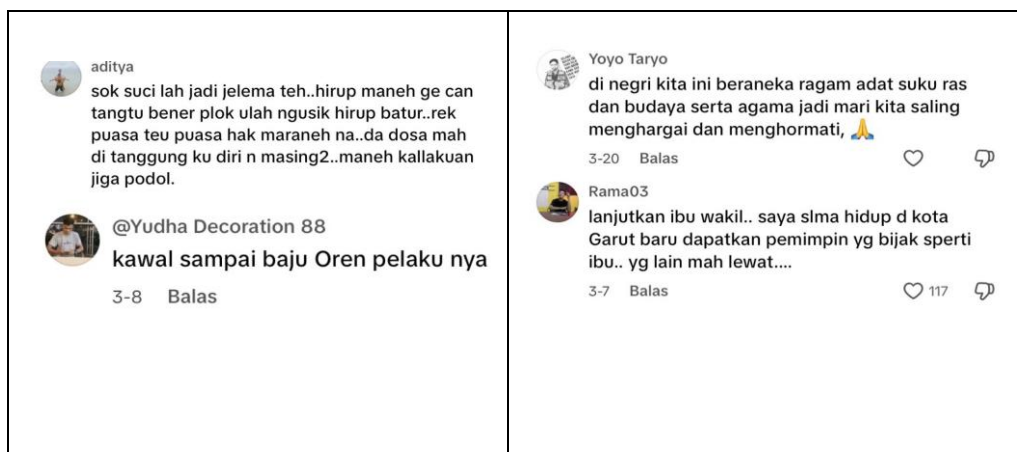
Melihat dari data yang diberikan Pemerintah Kabupaten Garut pada website garutkab.go.id terhitung kelompok usia 15-19 tahun berjumlah 192.364 atau sekitar 7,65%, kemudian usia 25-29 tahun berjumlah 237.696 penduduk dengan persentase sekitar 9,45% , usia 25-29 tahun berjumlah 217.894 penduduk dengan persentase sekitar 8,67% dan usia 30-34 tahun berjumlah 184.762 penduduk dengan persentase sekitar 7,35%. Dapat disimpulkan berdasarkan data tersebut bahwa penduduk kabupaten Garut didominasi oleh kelompok usia muda, yaitu Generasi Z dan Milenial dengan rentan usia 17-34 tahun yang jika di total secara keseluruhan mencapai 33,12% atau sekitar 832,716 penduduk. Oleh karenanya, komunikasi yang ditujukan kepada kaum muda harus sejalan dengan kebiasaan dan preferensi mereka dalam menerima dan memahami informasi. Penelitian ini penting untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan mampu mempengaruhi persepsi kaum muda dalam konteks budaya media yang serba cepat dan visual. Selain itu, kajian ini juga relevan secara akademik karena mengisi kekosongan literatur terkait komunikasi politik digital di Indonesia, khususnya yang melibatkan aktor muda perempuan di platform TikTok (Sugianto & Dulwahab, 2023).



Gambar 1.3 konten razia yang dilakukan ormas dikritik putri karlina

(Sumber: Tiktok @tehputria.karlina, 2025)

Salah satu contoh konten yang menjadi kegaduhan terkait dengan kritikan putri karlina terhadap ormas aliansi umat islam yang melakukan razia warung makan yang masih buka di siang hari ketika puasa ramadhan sedang berlangsung. Peralnya, dalam video unggahan di akun TikTok @gagal sarjana, seorang oknum anggota ormas tampak memarahi pembeli di warung lantaran makan di siang hari saat bulan ramadhan. Dan secara sontak oknum anggota ormas tersebut dengan sengaja menumpahkan minuman di depan pembeli tersebut. Dalam hal ini Putri Karlina menegaskan bahwa tindakan tersebut akan berdampak pada Kota Garut yang dicap sebagai kota yang tidak ramah. Di dalam unggahan tersebut lebih dari 200 ribu orang yang melihat konten tersebut serta terdapat 700 komentar atau tanggapan dari para pengguna tiktok terhadap tindakan yang dilakukan putri karlina tersebut dan secara keseluruhan komentar banyak yang mendukung tindakan dari putri karlina tersebut.



Gambar 1.4 Beberapa komentar dukungan dari pengguna tiktok warga garut khususnya Kaum muda

(Sumber: Tiktok @tehputria.karlina, 2025)

Banyak masyarakat yang mendukung tindakan yang dilakukan putri karlina karena merupakan hal positif yang mampu menjaga stigma Garut di mata masyarakat luar. Hal inilah yang menandakan bahwa putri mampu memanfaatkan media sosial tiktok sebagai sarana supaya tidak terjadi disinformasi dari kedua belah pihak dan tentunya juga untuk membangun citra positif di mata masyarakat dan membangun komunikasi dua arah dengan baik dalam komentar ataupun siaran live yang berlangsung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur secara langsung hubungan antara strategi komunikasi pesan politik (Variabel X) yang dilakukan oleh Luthfianisa Putri Karlina melalui platform media sosial TikTok terhadap kaum muda di TikTok (Variabel Y) Kabupaten Garut.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan data yang objektif, terukur, dan akurat mengenai seberapa besar pengaruh strategi komunikasi politik digital yang diterapkan Luthfianisa Putri Karlina terhadap pembentukan persepsi kaum muda di era digital, serta menjadi dasar dalam memahami efektivitas komunikasi politik melalui media sosial dalam konteks politik lokal (Aurellia, 2025).

Meskipun penelitian tentang strategi komunikasi sudah banyak dibahas dalam berbagai kajian, namun sebagian besar penelitian fokusnya masih pada partai politiknya saja dan masyarakat umum, tentu dalam hal ini masih belum

banyak penelitian sebelumnya mengenai strategi komunikasi yang fokus pada kaum muda di daerah tertentu yang sebenarnya punya akses informasi luas tapi literasi politiknya rendah (Tamba, 2025). Kondisi inilah yang menimbulkan tantangan sekaligus peluang strategis bagi para aktor politik dalam membentuk persepsi dan mempengaruhi keputusan politik kaum muda.

Dalam konteks ini, kehadiran aktor politik muda seperti Luthfianisa Putri Karlina kerap memanfaatkan tiktok sebagai media dalam berkomunikasi dengan masyarakat luas, khususnya kaum muda. Ia tak hanya menggunakannya untuk membagikan program kerja atau capaian pemerintah daerah, tetapi juga untuk menunjukkan sisi personal, gaya hidup, hingga nilai-nilai kepemimpinannya kepada kaum muda. Hal ini menunjukkan bagaimana seorang pemimpin daerah dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis untuk membangun citra politik sekaligus menjangkau kaum muda yang biasanya tidak peduli dengan isu-isu terkait pemerintahan (Hamadi, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada Pesan Politik dalam Konten TikTok Luthfianisa Putri Karlina dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut, dengan menekankan pada karakteristik kaum muda yang melek teknologi namun masih memiliki literasi politik yang terbatas (Hamadi, 2024).

Penelitian ini sangat penting dilakukan sekarang karena untuk menunjukkan perubahan dinamika dalam praktik komunikasi politik di Indonesia. Dalam konteks saat ini, kaum muda menjadi kelompok yang dominan baik secara jumlah ataupun pengguna aktif media digital (Fazrina, 2025). Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa efektif Pesan Politik dalam Konten TikTok Luthfianisa Putri Karlina dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menunjukkan pendekatan jenis konten serta gaya komunikasi yang digunakan oleh Luthfianisa Putri Karlina dalam menyampaikan pesan politik, dan menjalin kedekatan emosional dengan kaum muda.

B. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Pesan Politik dalam Konten TikTok Lutfiannisa Putri Karlina dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut?

C. Tujuan Penelitian

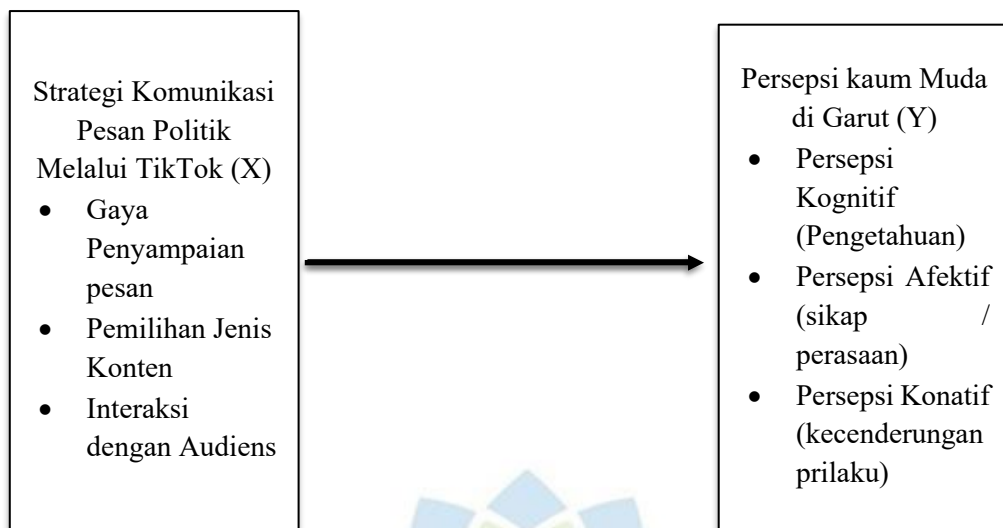
Adapun tujuan penelitian ini:
Untuk mengetahui Pesan Politik dalam Konten TikTok Lutfiannisa Putri Karlina dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan bantuan terhadap pengembangan kajian dalam ilmu komunikasi politik, khususnya dalam konteks media sosial, studi ini juga diharapkan bisa menjadi referensi baru untuk penelitian lebih lanjut dalam mengkaji Pesan Politik dalam Konten TikTok Lutfiannisa Putri Karlina dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut. Dengan menyoroti pola interaksi digital yang terjalin antara tokoh politik muda dengan kaum muda yang aktif di media sosial.

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi para politisi merancang strategi komunikasi serta penyampaian pesan politik supaya lebih efektif, menarik dan selaras dengan karakteristik kaum muda di media digital.

E. Kerangka Berpikir



Penelitian ini disusun berdasarkan hubungan antara dua variabel utama, yaitu Strategi Komunikasi Pesan Politik Melalui TikTok sebagai variabel bebas (X) dan Persepsi kaum Muda di Garut sebagai variabel terikat (Y). Hubungan antara kedua variabel ini didasari oleh teori-teori komunikasi politik yang menjelaskan bagaimana pesan politik yang disampaikan melalui media digital dapat membentuk persepsi dan sikap politik masyarakat, khususnya kalangan kaum muda.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara politisi berkomunikasi dengan publik. Platform media sosial seperti TikTok menjadi sarana efektif bagi politisi muda, termasuk Luthfianisa Putri Karlina, untuk membangun citra politik, menyebarkan pesan, dan menjalin kedekatan dengan kaum muda. Melalui konten video pendek yang kreatif, komunikatif, dan mudah dipahami, politisi dapat menarik perhatian dan membentuk persepsi positif di benak masyarakat.

Strategi komunikasi digital mencakup perencanaan dan penerapan pesan melalui media daring untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu seperti membangun kepercayaan dan citra. Dalam konteks penelitian ini, strategi komunikasi politik diukur melalui beberapa indikator, antara lain:

1. Gaya Penyampaian yaitu bagaimana cara Luthfianisa menyampaikan pesan politiknya kepada audiens (bahasa, ekspresi, dan gaya penyajian).
2. Pemilihan jenis konten, yaitu bentuk pesan yang ditampilkan di TikTok (video edukatif, kegiatan sosial, pesan motivatif, dll).
3. Interaksi dengan audiens, yaitu sejauh mana Luthfianisa berinteraksi dengan pengguna TikTok melalui komentar, likes, share, dan live streaming.

Pesan-pesan politik yang disampaikan melalui TikTok kemudian diproses oleh kaum muda melalui tahapan kognitif, afektif dan Konatif, yang pada akhirnya membentuk persepsi mereka terhadap figur Luthfiannisa Putri Karlina. Persepsi tersebut tercermin dalam penilaian mengenai kredibilitas, kedekatan personal, kapabilitas kepemimpinan, serta kepedulian terhadap isu-isu yang relevan dengan generasi muda.

Sementara itu, persepsi kaum muda dipengaruhi oleh bagaimana mereka menerima, memahami, dan menilai pesan politik yang disampaikan. Persepsi ini dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti:

1. Persepsi Kognitif (Pengetahuan)
Pengetahuan, yaitu tingkat pemahaman responden terhadap profil dan latar belakang tokoh politik.
Pemahaman pesan, yaitu kemampuan responden dalam menangkap isi pesan politik yang disampaikan.
Pengetahuan program, yaitu sejauh mana responden mengetahui program atau gagasan yang ditawarkan tokoh politik.
2. Persepsi Afektif (Sikap/Perasaan)
Ketertarikan, yaitu perasaan tertarik responden terhadap tokoh politik yang ditampilkan.
Simpati, yaitu rasa suka atau kedekatan emosional responden terhadap tokoh politik.
Kepercayaan, yaitu tingkat keyakinan responden terhadap kredibilitas tokoh politik.
3. Persepsi Konatif (Kecenderungan Perilaku)

Niat mengikuti, yaitu kecenderungan responden untuk terus mengikuti atau mengakses konten tokoh politik.

Interaksi, yaitu kesediaan responden untuk memberikan respons seperti menyukai, mengomentari, atau membagikan konten.

Dukungan politik, yaitu kecenderungan responden untuk mendukung atau memilih tokoh politik.

Dengan demikian, kerangka berpikir penelitian ini menegaskan bahwa semakin jelas isi pesan politik dan semakin konsisten intensitas unggahan yang dilakukan melalui TikTok, maka semakin positif pula persepsi kaum muda di Kabupaten Garut terhadap Luthfiannisa Putri Karlina. Hubungan inilah yang kemudian diuji secara empiris dan data akan dianalisis secara statistik guna mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara objektif dan terukur.

F. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan Teori Komunikasi Politik Dan Nimmo dan Teori Persepsi Jalaluddin Rakhmat.

Menurut Dan Nimmo, komunikasi politik merupakan kegiatan komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik yang bertujuan memengaruhi sikap, opini, dan perilaku masyarakat. Komunikasi politik dilakukan oleh aktor politik melalui berbagai media agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh khalayak. Dalam perkembangan teknologi digital, media sosial seperti TikTok menjadi salah satu sarana komunikasi politik yang efektif karena mampu menyampaikan pesan secara cepat, visual, dan interaktif kepada masyarakat, khususnya kaum muda.

Sementara itu, menurut Jalaluddin Rakhmat, persepsi adalah pengalaman seseorang terhadap objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui proses penginderaan, kemudian diinterpretasikan sehingga menghasilkan suatu makna. Persepsi terdiri atas tiga aspek, yaitu kognitif (pengetahuan atau pemahaman), afektif (perasaan atau penilaian), dan konatif (kecenderungan bertindak). Artinya, pesan politik yang diterima seseorang dapat memengaruhi

cara berpikir, penilaian, dan kecenderungan perilakunya terhadap seorang aktor politik.

Berdasarkan kedua teori tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi politik yang dilakukan melalui TikTok berpotensi membentuk persepsi kaum muda. Semakin baik strategi komunikasi politik yang dilakukan, maka semakin besar kemungkinan terbentuk persepsi yang positif terhadap aktor politik.

Selain didasarkan pada teori, hipotesis penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dibahas pada Bab II. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik melalui media sosial memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penyampaian pesan politik yang menarik, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik media sosial dapat meningkatkan pengetahuan, membentuk penilaian, serta memengaruhi persepsi masyarakat terhadap aktor politik.

Maka Dengan Demikian berdasarkan teori Dan Nimmo, teori persepsi Jalaluddin Rakhmat, serta hasil penelitian terdahulu tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0):

Tidak terdapat pengaruh Strategi Komunikasi Pesan Politik dalam Konten TikTok Lutfiannisa Putri Karlina terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut.

Hipotesis Alternatif (H_1):

Terdapat pengaruh Strategi Komunikasi Pesan Politik dalam Konten TikTok Lutfiannisa Putri Karlina terhadap Persepsi Kaum Muda di Kabupaten Garut.