

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara dengan Timses 02 Terkait Tesis "Komunikasi Politik Pemuka Agama dalam Kampanye Pemilu 2024 di TikTok"

Pembicara	Transkrip
Penanya	Jadi, Bang Ahmad, untuk judul tesisnya adalah "Komunikasi Politik Pemuka Agama dalam Kampanye Pemilu 2024". Fokusnya pada kampanye pemilu dari Paslon 02 di platform TikTok. Platform ini lebih spesifik lagi menyoroti peran dua pemuka agama, yaitu dari Islam dan Katolik. Yang pertama, Gus Miftah, dan yang kedua, Stefanus Gusma. Dari video yang sudah dianalisis: Gus Miftah memiliki 8 video, Stefanus Gusma memiliki 4 video. Karena video-video ini sudah dianalisis, saya ingin tahu sudut pandang dari Bang Ahmad selaku bagian dari tim sukses 02. Kira-kira, bagaimana tanggapannya terhadap kampanye dari pemuka agama tersebut? Kurang lebih, ada empat gambaran besar pertanyaan: 1. Dari tim SES Bang Ahmad sendiri, apakah ada strategi atau kampanye khusus di TikTok untuk Paslon 02? 2. Apakah ada segmentasi audiens tertentu yang menjadi sasaran utama? 3. Jika iya, siapa dan mengapa? 4. Apakah tim kampanye secara langsung melibatkan pemuka agama dalam konten digital TikTok?
Ahmad Bahtiar Sebayang	Ya, jadi TikTok itu merupakan salah satu media sosial yang penggunanya di Indonesia cukup besar. Jumlah pengguna TikTok di Indonesia kira-kira mencapai 90–100 juta. Kemudian, jumlah pemilih pemula pada Pilpres 2024 itu sekitar 58% dari total pemilih.

	<i>Jadi, menggunakan TikTok sebagai sarana kampanye merupakan pilihan yang efektif bagi pasangan Prabowo-Gibran. Karena itu, seluruh tim SES Prabowo-Gibran tentu menggunakan TikTok sebagai alat penyampai pesan, termasuk agenda-agenda kampanye dari Paslon 02. Konten kampanye di TikTok tentu disesuaikan dengan karakteristik platform: dibuat fun, kreatif, menggunakan bahasa yang membumi dan ringan, mudah diterima oleh pengguna sosial media, dan ditambahkan sound agar menarik.</i> <i>Intinya adalah bagaimana mendorong seluruh pemilih, khususnya pemilih pemula, agar bisa hadir ke TPS dan memilih Prabowo-Gibran. TikTok dipilih sebagai bagian dari strategi pendekatan kepada pemilih pemula karena jumlahnya sangat besar.</i>
Penanya	<i>Apakah ada segmentasi audiens tertentu yang menjadi sasaran utama kampanye?</i>
Ahmad Bahtiar Sebayang	<i>Iya, tentu ada. Dengan menggunakan TikTok, sasaran kampanye utamanya adalah: pengguna gadget, khususnya, pemilih usia produktif, yaitu dari umur 17 sampai 35 tahun, termasuk juga Generasi Milenial dan Gen Z. Kenapa mereka yang disasar? Karena data menunjukkan bahwa pemilih terbesar di Pilpres 2024 adalah kelompok usia produktif, yakni antara 17 sampai 40 tahun, yang mencapai 60–65% dari total pemilih.</i> <i>Dan mayoritas dari mereka menggunakan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook dalam kehidupan sehari-hari.</i>

Penanya	<i>Pertanyaan selanjutnya, apakah tim kampanye secara langsung melibatkan pemuka agama dalam konten digital di TikTok?</i>
Ahmad Bahtiar Sebayang	<i>Iya, tentu. Bangsa ini adalah bangsa besar, dan semua pemilih diharuskan memiliki agama. Islam adalah agama mayoritas. Maka dari itu, setiap pasangan calon pasti mendekati pemilih-pemilih berdasarkan latar belakang agama. Strateginya, tentu melibatkan tokoh-tokoh agama yang dianggap sebagai representasi dari pemeluk agama. Dalam Islam, kita mengenal ustaz, kyai, dan pemuka agama. Dalam Kristen ada pendeta. Mereka ini merupakan pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung dilibatkan dalam kampanye. Tentu, pemuka agama yang dilibatkan adalah mereka yang visi dan pemikirannya selaras dengan agenda pasangan calon. Termasuk dalam hal ini, pasangan Prabowo-Gibran. Contoh pemuka agama yang mendukung Prabowo-Gibran: Habib Luthfi, Gus Miftah dan banyak lainnya. Pemuka agama juga memiliki peran penting karena Indonesia sangat luas, dan tidak mungkin tim kampanye bisa menjangkau setiap individu secara langsung. Maka dari itu, pemuka agama menjadi jembatan untuk menjangkau massa yang lebih luas dan lebih cepat.</i>