

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di Indonesia telah berlangsung dengan sangat cepat, dan salah satu hasilnya adalah munculnya media baru, yaitu media sosial. Media sosial kini semakin populer dan perlahan-lahan mulai menggantikan peran media konvensional seperti televisi, radio, dan koran, yang sebelumnya menjadi pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa cara masyarakat berkomunikasi dan menyebarkan informasi telah berubah. Media sosial menawarkan platform yang lebih interaktif dan cepat, memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara langsung dan mendapatkan umpan balik dari orang lain. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan berita, tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi dan berdiskusi. Perubahan ini mencerminkan bagaimana masyarakat Indonesia beradaptasi dengan kemajuan teknologi, menjadikan media sosial sebagai cara baru yang lebih efisien dan efektif dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi.(Sari & Candrasari, 2023).

Salah satu platform yang mengalami lonjakan popularitas adalah media TikTok, yang tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan pesan politik dalam berkampanye politik. Dalam konteks Pemilu Presiden (Pilpres) 2024 di Indonesia, TikTok menjadi salah satu arena kampanye yang menarik perhatian, terutama di kalangan pemilih pemula.

Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform sosial, tetapi juga sebagai alat komunikasi politik yang efektif. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite (2023), TikTok memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif di seluruh dunia, dengan Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna terbanyak, mencapai 99 juta pengguna. Hal ini menunjukkan potensi besar TikTok sebagai media untuk menjangkau pemilih pemula yang merupakan kelompok yang signifikan dalam pemilu

Kepopuleran penggunaan media sosial khususnya tiktok di masyarakat terutama kalangan muda inilah yang membuat banyak para politisi memilih tiktok sebagai salah satu media sosial yang efektif untuk berkampanye karena mampu memberikan umpan balik dari pesan politik yang disampaikan kepada publik, khususnya para pemilih pemula yang memiliki potensi dengan jumlah yang cukup signifikan. Oleh karena itu, segala bentuk kegiatan komunikasi politik, kini dikembangkan melalui media sosial. (Laras Weninggalih & M.E Fuady, 2021)

Apalagi dalam Pilpres 2024 ini, fenomena media sosial telah menjadi *platform* bagi masyarakat Indonesia dalam mengikuti segala bentuk kegiatan ketiga calon presiden dimulai dari informasi mengenai kegiatan kesehariannya, termasuk segala konten berupa gagasan dan pandangan yang dikampanyekan oleh ketiga calon pasangan. Konten tersebut telah menjadi asupan berita utama bagi warga negara indonesia khususnya kalangan muda atau mahasiswa.

Bobot Informasi, makna pesan, serta konten yang berusaha disampaikan pada ketiga akun media social calon presiden tentu menghasilkan dampak opini publik. Opini jelas akan menimbulkan persepsi, tanggapan, dan pandangan

terhadap sesuatu yang disorotinya. Begitupun dengan sosok calon presiden yang secara tidak langsung memanfaatkan sosial media untuk membangun reputasi, citra, kredibilitas, bahkan keputusan memilih di masyarakat.

Sebagai bagian dari komunikasi massa, media sosial ini penting untuk digunakan sebagai saluran komunikasi politik. Dengan menggunakan media sosial, seorang komunikator politik dapat menyampaikan pesan-pesan politik kepada khalayak secara cepat, mudah dan tepat. Ia dapat memperkenalkan agenda-agenda politik, malahan dapat merubah perilaku politik khalayak dalam menentukan sikap politiknya. (Siagian, 2015)

Perilaku politik dan komunikasi politik pada mahasiswa pemilih pemula terkait kampanye politik di media sosial adalah topik yang sangat relevan dan penting dalam era digital yang semakin maju. Dalam konteks ini, komunikasi politik yang dilakukan melalui media sosial telah menjadi *platform* yang kuat untuk berbagi informasi, dan membentuk suatu opini. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami secara komprehensif pengaruh media sosial terhadap perilaku politik, partisipasi politik, dan persepsi publik.

Pemilih pemula, yang mungkin belum memiliki pengalaman politik yang mendalam, sering kali mencari panduan dari sumber yang mereka anggap kredibel dan berpengaruh. Influencer, dengan karisma dan kepercayaan yang mereka bangun di kalangan pengikut mereka, sering kali menjadi pilihan utama untuk mendapatkan informasi politik. Mereka juga bisa memengaruhi keputusan pemilih dengan cara yang lebih tidak langsung melalui endorsement atau opini yang mereka bagikan.

Salah satu fenomena menarik yang muncul dalam kampanye ini adalah penggunaan influencer dan kreator konten di TikTok untuk mempromosikan kampanye politik. Influencer di media sosial juga memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini dan perilaku pengikut mereka, termasuk dalam konteks politik. Dengan memanfaatkan popularitas influencer, kampanye politik dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas di kalangan pemilih pemula.

Oleh karena itu, keikutsertaan influencer dalam proses pemilu presiden tidak hanya mencerminkan perubahan dalam cara informasi politik disebarluaskan tetapi juga menunjukkan bagaimana dinamika kekuasaan dalam komunikasi politik telah bergeser. Pengaruh mereka terhadap pemilih pemula dapat menjadi salah satu penentu dalam hasil pemilu, mencerminkan kekuatan baru dalam dunia politik yang terus berkembang.

Secara keseluruhan, *TikTok* menjadi pilihan yang sangat strategis untuk kampanye politik karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas, menyediakan format yang menarik, serta menawarkan peluang interaksi dan personalisasi yang tinggi. Dengan menggunakan *TikTok*, kandidat presiden dapat mengoptimalkan kampanye mereka untuk meraih dukungan yang lebih luas dan lebih efektif dalam persaingan politik yang semakin ketat. Ada asumsi bahwa media sosial apalagi media tiktok dapat berkontribusi pada peningkatan partisipasi politik, tetapi juga dapat mempengaruhi persepsi publik dengan berita palsu atau

disinformasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media tiktok terhadap perilaku politik dan komunikasi politik.

Penelitian oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (2022) menunjukkan bahwa 70% pengguna TikTok di Indonesia merasa terpengaruh oleh konten politik yang mereka lihat di platform tersebut, dan 60% di antaranya merasa lebih terinformasi tentang isu-isu politik setelah menggunakan TikTok. Dengan algoritma yang mendukung penyebaran konten secara viral, informasi politik dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat. Namun, meskipun TikTok menawarkan peluang baru dalam kampanye politik, terdapat tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan. Konten yang disajikan sering kali bersifat superficial dan tidak mendalam, sehingga dapat memengaruhi pemahaman politik pemilih pemula secara negatif. Pada penelitian yang dilakukan oleh Susanto. A (2023) yang berjudul ""Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Politik Mahasiswa: Studi Kasus TikTok" menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih terpengaruh oleh konten yang menghibur daripada konten yang informatif, yang dapat berimplikasi pada keputusan politik mereka.

Selain itu, penelitian dilakukan oleh Rahmawati (2023) yang berjudul "Analisis Konten Politik di TikTok: Studi Kasus Mahasiswa PPKn" menemukan Mahasiswa bahwa konsumsi konten politik di TikTok meningkatkan kesadaran mereka terhadap isu-isu politik dan mendorong mereka untuk lebih aktif dalam diskusi politik. Namun, terdapat kekhawatiran mengenai kualitas informasi yang disajikan, di mana beberapa mahasiswa merasa bahwa konten sering kali tidak

menyajikan analisis yang mendalam dan lebih berfokus pada hiburan. Hal inilah yang membuat pada penelitian masih menemukan banyak mahasiswa PPKn merasa bahwa konten politik di TikTok tidak cukup mendalam untuk membentuk pandangan politik yang kritis.

Berdasarkan hal tersebut penting sekali untuk mengetahui persepsi mahasiswa khususnya mahasiswa PPKn sebagai pemilih pemula terhadap pentingnya kampanye politik di media sosial pada Pemilu Presiden 2024. Untuk mengetahui strategi yang lebih efektif dalam menggunakan media sosial untuk kampanye politik yang mendidik dan informatif agar menarik dukungan dari pemilih. Dengan perkembangan teknologi, terutama media sosial, cara kampanye politik dijalankan dan bagaimana hal itu mempengaruhi perilaku politik serta komunikasi politik telah berubah secara signifikan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: “Persepsi Pemilih Pemula Terkait Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pilpres 2024 (Studi Mahasiswa PPKn Unimed Stambul 2023)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah langkah yang sangat penting dalam proses penelitian. Menemukan dan mengidentifikasi masalah yang tepat sangat penting dalam proses untuk meneliti dan menyelesaikan masalah tersebut. Identifikasi masalah ini pada dasarnya adalah langkah selanjutnya setelah seorang peneliti memilih suatu fenomena yang akan diteliti. Langkah ini penting untuk memperinci apa saja yang sebenarnya harus diteliti lebih dalam dari fenomena

tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka identifikasi masalah yang kami dapat adalah sebagai berikut:

1. Pemilih Pemula rentan terhadap manipulasi informasi atau propaganda yang membuat mereka bingung terhadap pilihan mereka.
2. Pemilih Pemula sulit membedakan antara fakta dan opini di media sosial, sehingga rentan terhadap informasi palsu yang berefek pada persepsi mereka terhadap kandidat capres 2024.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilih pemula dalam menentukan pilihan pilpres melalui media sosial.
4. Ketidakpedulian atau ketidakminatan terhadap politik, seringkali disebabkan oleh ketidakpercayaan terhadap para calon pemimpin.
5. Pesan kampanye yang tidak jelas atau komunikasi yang buruk dengan pemilih dapat mengurangi efektifitas kampanye.

1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi meluasnya masalah yang akan di bahas dalam penelitian, maka dalam penelitian ini akan membahas mengenai Persepsi Pemilih Pemula Terkait Kampanye Politik Di Media Sosial Tiktok Pada Pilpres 2024 (Studi Mahasiswa PPKn UNIMED Stambuk 2023).

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan spesifikasi terhadap hakikat masalah yang akan diteliti. Agar penelitian yang dilakukan dapat mencapai tujuan yang

diharapkan, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Pemilih Pemula Terkait Kampanye Politik Di Media Sosial Tiktok Pada Pilpres 2024 (Studi Mahasiswa PPKn UNIMED Stambuk 2023)”.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Pemilih Pemula Terkait Kampanye Politik Di Media Sosial Tiktok Pada Pilpres 2024 (Studi Mahasiswa PPKn UNIMED Stambuk 2023)”.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1.6.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi semua kalangan dan memberi gambaran tentang bagaimana Persepsi Pemilih Pemula Terkait Kampanye Politik Di Media Sosial Tiktok Pada Pilpres 2024 (Studi Mahasiswa PPKn UNIMED Stambuk 2023).

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalahh sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa, menambah pemahamannya dalam berwawasan politik serta meningkatkan partisipasi politik khususnya kampanye politik di media sosila dalam pemilihan presiden.
2. Bagi Masyarakat, menambah wawasan tentang kampanye politik di media social memilih Presiden yang akan datang.
3. Bagi penulis, membah wawasan serta pengalaman dalam bidang politik khususnya mengenai kampanye politik di media sosial.

