BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan di bidang Teknologi Informasi semakin memperkuat peran media di tengah masyarakat. Media memiliki pengaruh besar dalam membentuk serta mengarahkan opini publik di berbagai bidang, termasuk politik. Dalam konteks politik, media berfungsi sebagai alat untuk memengaruhi persepsi dan opini masyarakat terhadap pesan-pesan politik. Saat ini, ada berbagai platform media sosial yang populer, namun TikTok menonjol sebagai salah satu platform dengan dampak signifikan, terutama bagi generasi muda.

Pemilihan umum 2024 merupakan momen politik penting bagi masyarakat Indonesia. Hal ini mendorong berbagai media untuk menyampaikan informasi dan isu-isu terkait melalui media sosial. TikTok, sebagai platform yang mampu memengaruhi opini publik mengenai calon presiden, menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Dalam dunia politik, kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial telah mendorong para politisi Indonesia untuk semakin memanfaatkan TikTok sebagai sarana membangun koneksi politik dengan membagikan video-video pendek yang menarik (Deriyanto & Qorib, 2018).

Dengan adanya media sosial TikTok, penyebaran informasi, komunikasi politik, membangun personal branding hingga pada pembentukan propaganda politik dapat terjadi dan tersampaikan kepada publik.Hal-hal ini adalah faktor yang sangat penting untuk mendukung dinamika politik.Dampaknya pun dapat terasa

hingga hasil dari pemilihan umum. Data dari *We Are Social* pada Januari 2024 menyatakan bahwa Indonesia menempati urutan kedua dalam jumlah pengguna TikTok yang berusia 18 tahun ke atas. Setelah itu, mendapati data yang dirilis oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada 23 Juni 2023.

Data tersebut mengungkapkan bahwa mayoritas pemilih, sebanyak 55%, berasal dari kalangan generasi muda. Pihak KPU juga berpendapat, bahwa dengan perkembangan teknologi yang ada, generasi muda diharapkan mampu menyaring dengan baik setiap informasi yang tersebar di media.

Pada Pemilu 2024, terdapat sedikit perbedaan dibandingkan dengan pemilu tahun 2019. Setiap calon presiden menampilkan karakter politik yang berbeda dan mengusung strategi politik unik dengan memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok. KPU memutuskan untuk menetapkan 3 pasangan calon Presiden pada tanggal 23 November 2023. Mereka adalah:- Pasangan nomor urut 1, Anies Rasyid Baswedan dan Muhaimin Iskandar,- Pasangan nomor urut 2, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, dan- Pasangan nomor urut 3, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

Di media sosial TikTok, pasangan calon presiden nomor urut 1 menampilkan keunikan dalam retorikanya. Namun, masyarakat melihat perbedaan antara apa yang dipublikasikan di TikTok dengan realitas kinerjanya yang kurang konkret. Pasangan calon no urut 2 sangat menonjol dalam pembentukan personal branding. Mereka memiliki pendekatan yang unik yang selaras dengan tren terkini dan memilih kata-kata yang mampu memikat perhatian publik. Pasangan calon nomorurut tiga meneguhkan citra diri melalui pendekatan yang penuh empati,

serta membagikannya melalui media sosial untuk menggambarkan interaksi mereka dengan masyarakat.

Penggunaan media sosial TikTok memudahkan akses terhadap kampanye politik dari pasangan calon presiden. Melalui peraturan KPU no 28 tahun 2018 yang berkaitan dengan kampanye politik, hal ini terjadi pada pemilihan umum calon presiden 2024. Penggunaan mediasebagai alat kampanye untuk menyalurkan informasi, membuat interaksi publik, dan meyakinkan pemilih dalam memberi dukungan.

Dengan jumlah pemilih muda terbanyak dan pengguna media TikTok kedua terbesar, banyak politikus menggunakan TikTok sebagai media untuk membentuk opini publik melalui video yang disertai dengan filter, musik, dan bahasa yang dapat mengarahkan opini publik. Hal ini terutama penting mengingat bahwa banyak generasi muda yang belum sepenuhnya memahami politik dan cenderung membentukpersepsi mereka berdasarkan apa yang mereka tonton dan dengar melalui media Penelitian terdahulu menemukan bahwa, Media sosial memiliki kemampuan untuk memberikan akses yang mudah kepada publik.

Dengan demikian,memungkinkan mereka untuk dengan cepat melihat berbagai konten yang disampaikan.Dengan adanya faktor ini, komunikasi pesan menjadi lebih efektif dan respon publik dapat diterima dengan cepat, hal ini juga berpotensi memengaruhi pandangan publik (Fauzi Syarif, 2017).

TikTok memberikan peluang bagi politisi untuk menyampaikan pesan politik secara inovatif dan menarik. Berkat fitur-fitur seperti musik, stiker, dan efek visual, politisi dapat menghasilkan konten yang tidak hanya memberikan

informasi tetapi juga bersifat menghibur. Pendekatan ini menjadi kunci dalam menarik perhatian generasi muda yang merupakan mayoritas pengguna platform tersebut. Studi menunjukkan bahwa kehadiran politisi di TikTok mampu meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan audiens, sekaligus membuka ruang untuk diskusi politik yang lebih aktif dan dinamis.

Di era digital, opini publik dapat terbentuk secara cepat melalui konten viral di media sosial. TikTok berperan sebagai platform untuk membangun citra dan menyebarkan informasi mengenai calon presiden. Melalui fitur komentar dan interaksi lainnya, politisi dapat langsung memantau tanggapan publik terhadap konten yang mereka unggah. Dengan begitu, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat kampanye, tetapi juga sebagai indikator untuk mengukur tingkat dukungan masyarakat terhadap kandidat tertentu.

Pembentukan opini publik melalui media sosial mungkin saja dapat terjadi dengan adanya berbagai konten yang diunggah.Dalam konteks konten politik, media sosial sebaiknya berperan dalam pembentukan pengetahuan politik di masyarakat.Pengetahuan tentang sesuatu tidak hanya diperoleh melalui media sosial, tetapi juga harus dapat ditemukan dalam media yang dipercayai kredibilitasnya (Zenti, Kuswanti & Maryam, 2023). Konten pada media sosial harus memuat sebuah informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan publik tentang isu tersebut.

Pemanfaatan media TikTok menjadi sebuah keunikan dalam pemilihan umum 2024.Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi dampak yang dimiliki media sosial TikTok terhadap khalayak. Dengan Fokus penelitian yang akan

menuju pada kontenyang dimuat dalam aplikasi TikTok tentang calon presiden 2024. Dengan menggunakan pendekatan analisis konten, kita dapat memahami dengan lebih baik isi dari konten politik dan dampaknya terhadap opini publik dalam menentukan pilihan calon presiden 2024.

Generasi muda adalah kelompok pengguna terbesar TikTok, menjadikan platform ini sebagai alat strategis bagi politisi untuk menjangkau segmen pemilih tersebut. Dengan menghadirkan konten yang menarik dan relevan, politisi dapat memberikan edukasi kepada pemilih muda mengenai isu-isu politik sekaligus mendorong partisipasi mereka dalam proses demokrasi. Studi mengungkapkan bahwa TikTok memiliki potensi signifikan dalam memengaruhi sikap dan perilaku pemilih muda, sehingga menjadi elemen penting dalam strategi kampanye politik.

Penggunaan media sosial, khususnya TikTok, semakin menonjol sebagai fenomena penting dalam transformasi politik di Indonesia, terutama menjelang pemilihan presiden 2024. Dengan format video pendek yang interaktif, TikTok menyediakan platform unik bagi politisi untuk menjalin komunikasi dengan pemilih, khususnya generasi muda. Di kelurahan Tegal Rejo, dampak TikTok dalam membentuk opini publik dan memengaruhi preferensi politik semakin nyata.

Mereka bisa dengan mudah mengakses berita, opini, dan diskusi politik melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok, Twitter, Facebook, Instagram, dan lainnya. Saat ini, TikTok menjadi salah satu platform yang sangat populer, terkenal karena konten-konten singkat dan kreatif yang mampu menarik minat terutama para pengguna muda (Windawati Pinem 2020).

Dengan kata lain, TikTok memainkan peran yang sangat penting dalam dinamika transformasi politik. menjelang pemilihan presiden 2024 Platform ini tidak hanya menjadi jembatan komunikasi antara politisi dan pemilih, tetapi juga turut andil dalam membentuk opini publik yang berpotensi memengaruhi hasil pemilu. Media sosial tiktok turut di gemari masyarakat khususnya di kelurahan tegal rejo, kelurahan tegal rejo terletak di Sumatera Utara, Kota Medan , Kecamatan Medan Perjuangan. Tiktok memungkinkan memiliki peranan dalam mempengaruhi partisipasi politik masyarakat kelurahan tegal rejo dalam hak pilihnya.

Mereka bisa dengan mudah mengakses berita, opini, dan diskusi politik melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok, Twitter, Facebook, Instagram, dan lainnya. Saat ini, TikTok menjadi salah satu platform yang sangat populer, terkenal karena konten-konten singkat dan kreatif yang mampu menarik minat terutama para pengguna muda (Windawati Pinem 2020). Dengan kata lain, TikTok memainkan peran yang sangat penting dalam dinamika transformasi politik. menjelang pemilihan presiden 2024 Platform ini tidak hanya menjadi jembatan komunikasi antara politisi dan pemilih, tetapi juga turut andil dalam membentuk opini publik yang berpotensi memengaruhi hasil pemilu. Media sosial tiktok turut di gemari masyarakat khususnya di kelurahan tegal rejo, kelurahan tegal rejo terletak di Sumatera Utara, Kota Medan , Kecamatan Medan Perjuangan. Tiktok memungkinkan memiliki peranan dalam mempengaruhi partisipasi politik masyarakat kelurahan tegal rejo dalam hak pilihnya.

Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) adalah disiplin ilmu yang memiliki sifat multidimensional atau multifaset, mencakup pengetahuan, sikap, dan keterampilan kewarganegaraan secara komprehensif. Konsep multifaset ini menegaskan bahwa PPKn tidak hanya berfokus pada teori kenegaraan, tetapi juga mendorong partisipasi aktif warga negara dalam aspek sosial, hukum, dan politik.

Sapriya (2017) menjelaskan bahwa PPKn merupakan suatu proses pendidikan yang berfokus pada nilai dan moral, dengan tujuan untuk membentuk warga negara yang cerdas, bertanggung jawab, dan aktif dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Sejalan dengan pendapat tersebut, Winataputra (2013) menambahkan bahwa PPKn menggabungkan berbagai dimensi ilmu, termasuk filsafat politik, pendidikan nilai, hukum, dan demokrasi, dalam konteks pendidikan karakter bangsa.

Dengan demikian, konsep multifaset dalam PPKn merujuk pada beragamnya aspek pembelajaran yang tidak hanya terbatas pada penguasaan materi, tetapi juga pada pengembangan kepribadian politik yang reflektif dan kritis terhadap situasi masyarakat dan negara.

Pendidikan Kewarganegaraan memiliki peran strategis dalam membekali siswa dengan kemampuan untuk menangkal disinformasi dan hoaks politik yang beredar di media sosial. Melalui penanaman nilai-nilai demokrasi, peningkatan literasi digital, serta pemahaman etika bermedia, peserta didik menjadi lebih siap dan cermat dalam menyikapi informasi menyesatkan selama masa kampanye di era digital (Fazli Rachman 2024).

PKN memiliki peran yang signifikan dalam membantu siswa memahami proses multifase politik serta memberikan keterampilan yang diperlukan untuk berpartisipasi secara aktif dalam berbagai tahap politik. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang politik dan kebijakan, siswa dapat menjadi warga negara yang lebih terlibat dan bertanggung jawab dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Dalam konteks Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn), partisipasi kewarganegaraan *(civic participative)* merupakan kemampuan yang penting untuk membantu individu memahami dinamika tahun politik secara lebih mendalam dan kritis, serta menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai warga negara yang aktif, beretika, dan beradab dalam merespons situasi tersebut (Batubara 2020).

Kota Medan yang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Utara termasuk salah satu kota yang mempunyai presentase penduduk yang relatif besar dan salah satu kelurahan yang ada di Kota Medan yaitu Kelurahan Tegal Rejo dengan jumlah penduduk mencapai 23.563 Manusia, baik laki-laki dan perempuan.

Sebelum munculnya era digital dan media sosial seperti TikTok, pola pikir dan perilaku pemilih di Kota Medan, terutama dalam konteks pemilihan umum, masih mengikuti cara-cara konvensional dan tradisional. Akses terhadap informasi politik pada waktu itu terbatas pada media massa utama seperti televisi, radio, dan surat kabar, serta melalui komunikasi langsung antarwarga. Akibatnya, proses pembentukan opini politik cenderung bersifat *top-down*, di mana masyarakat lebih

banyak menerima informasi dari pihak berwenang, tokoh masyarakat, atau elite politik secara sepihak.

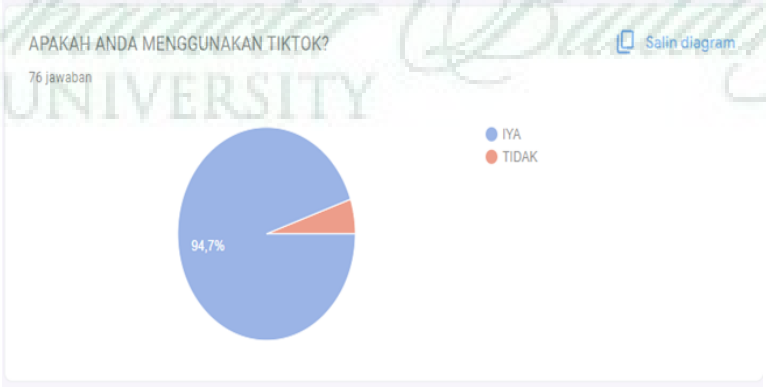
Aspinall (2014) mencatat bahwa karakteristik pemilih di daerah perkotaan seperti Medan sebelum era digital lebih mengutamakan hubungan sosial dan ekonomi lokal dibandingkan dengan isu atau gagasan yang bersifat nasional. Dengan demikian, politik yang bersifat transaksional dan emosional lebih dominan dibandingkan dengan pemahaman yang kritis terhadap visi dan misi para calon.

Tabel 1.1. Jumlah Penduduk Kota Medan Beserta Kelurahan Tegal Rejo

Kelurahan	Laki-laki	Perempuan
1. Pandu Hilir	3 620	3 749
2. Sei Kera Hulu	4 095	4 202
3. Pahlawan	3 846	3 989
4. Sei Kera Hilir I	5 197	5 785
5. Sei Kera Hilir II	4 107	4 512
6. Sidorame Timur	5 102	5 063
7. Sidorame Barat II	4 702	4 626
8. Sidorame Barat I	4 693	4 941
9. Tegal Rejo	11 931	11 632
Medan Perjuangan	47 293	48 497

Sumber : BPS Kota Medan

Bagan 1.1. Pengguna Tiktok



Sumber : G-Form Angket

Pada Bagan 1.1 di atas merupakan data pengguna tiktok pada Gen Z yang berada di kelurahan Tegal Rejo, yang dimana berdasarkan dengan data yang sudah terisi melalui angket sebagian besar Gen Z menggunakan TikTok Sebesar 94,7% sedangkan 0,053% tidak menggunakan TikTok, dengan jumlah 72 orang yang menggunakan TikTok dan 4 orang yang tidak menggunakan TikTok.

Berdasarkan seluruh pemetaan terhadap skripsi ini yang telah dijelaskan, penulis memutuskan untuk mengangkat skripsi berjudul "PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM TRANSFORMASI POLITIK GEN Z PADA PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024 DIKELURAHAN TEGAL REJO". Pemilihan judul tersebut juga diangkat melalui observasi awal yang diketahui terdapat suatu perdebatan antara Gen Z melalui sebuah postingan tiktok mengenai kampanye pada tahun 2024 sehingga membuat tanda tanya dan memunculkan argumen yang berbeda dari berbagai pihak Gen Z, oleh karena itu sang penulis menilai topik tersebut memiliki urgensi dalam pengaruh pemilihan presiden tahun 2024.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis paparkan, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Peran terhadap persepsi pemilih, khususnya generasi muda
2. Perubahan dinamika kampanye politik melalui media sosial tiktok
3. Regulasi dan Etika penggunaan tiktok dalam kampanye politik.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka batasan masalah pada penelitian adalah Peran Media Sosial TikTok Dalam Persepsi Pemilih, khususnya Generasi Muda Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 Di Kelurahan Tegal Rejo.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana peran media sosial TikTok dalam transformasi politik pada Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2024 di kelurahan Tegal Rejo?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui peran media sosial TikTok dalam kampanye politik pada Pemilihan Presiden Indonesia 2024.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dari proposal ini antara lain :

.1 Manfaat secara teoritis

Manfaat dari penelitian ini dapat membuka wawasan bagi pembaca mengenai Peran Media Sosial Tiktok Dalam Transformasi Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. Juga dari hasil penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai transformasi politik yang terjadi akibat digitalisasi media dan perkembangan media sosial.

.2 Manfaat secara praktis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman bagi pembaca tentang tentang Peran Media Sosial Tiktok Dalam Transformasi Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 Dan juga dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan praktis mengenai bagaimana strategi kampanye melalui TikTok dapat dimaksimalkan.