

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi modern terjadi sangat cepat dan hampir mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dunia politik yang semakin kompleks dan dinamis. Salah satu negara demokrasi terbesar di dunia yaitu Indonesia mengalami periode yang sering disebut sebagai "tahun politik." Salah satu agenda besar yang menjadi sorotan adalah penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak, yang belum lama dilaksanakan secara bersamaan di seluruh wilayah Indonesia pada tahun 2024. Dalam konteks ini, peran teknologi informasi dan komunikasi menjadi semakin signifikan.

Media sosial saat ini menjadi bukti kemajuan teknologi komunikasi, berperan sebagai sumber informasi utama selain media konvensional. Salah satu informasi yang banyak dicari melalui media sosial adalah informasi politik (Samsudin et al., 2024). Media sosial tidak hanya sebagai alat kampanye untuk menyebarkan pesan politik, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun persepsi publik (Revolusi, 2024). Salah satu kelompok pemilih yang menarik perhatian adalah pemilih pemula, sebagian besar dari kelompok ini merupakan Generasi Z yang lahir dan tumbuh besar di era digital dengan akses yang hampir tak terbatas terhadap informasi melalui internet. Keterhubungan mereka dengan dunia digital membuat Generasi Z memiliki karakteristik unik dalam menyerap informasi, termasuk informasi

politik, yang pada akhirnya berpotensi mempengaruhi arah dan hasil pemilu secara keseluruhan.

Berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Khusus Jakarta, pemilih pemula berusia 17 hingga 21 tahun yang tercatat sebagai bagian dari Daftar Pemilih Tetap (DPT) dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Daerah Khusus Jakarta 2024 sebanyak 1.634.432 dengan presentase 19.90%. Berdasarkan laporan Digital 2024 dari *We Are Social* dan *Meltwater*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai sekitar 139 juta pengguna, atau sekitar 49,9% dari total populasi (Kemp, 2024). Dilansir Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Daerah Khusus Jakarta bahwa sebesar 28,02% warga DKJ mengakses konten politik hukum di media sosial (Diskominfo, 2019). Dari data tersebut konten politik di media sosial sedikit banyaknya memiliki dampak pada dinamika perilaku pemilih.

Informasi yang dapat mempengaruhi kecenderungan politik dan pemahaman pengguna terhadap isu politik dapat dengan mudah diakses. Media sosial mempermudah dan mempercepat akses terhadap informasi politik, termasuk pandangan politik, platform kampanye, berita, dan analisis dari berbagai sumber (Razaqa et al., 2022). Fenomena ini semakin menguat, terdapat indikasi yang menunjukkan bahwa media sosial memegang peranan penting dalam demokrasi Indonesia. Media sosial memiliki tiga fungsi utama dalam ranah politik: 1. Sebagai media kampanye politik, 2. Berperan penting dalam menumbuhkan literasi politik di masyarakat

Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, dan 3. Meningkatkan partisipasi pemilih pemula (Munzir et al., 2019).

Di Indonesia, situs jejaring sosial terpopuler saat ini adalah TikTok. Berdasarkan laporan *Countries with the Largest TikTok Audience as of July 2024*, jumlah pengguna TikTok di Indonesia pada bulan Juli 2024 tercatat sebanyak 157,6 juta pengguna yang menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok tertinggi di dunia (Riyanto, 2024). Berdasarkan hasil riset "Tren Media Sosial di Indonesia" yang dilakukan oleh Indonesia Indikator (I2), pada tahun 2024 TikTok muncul sebagai platform jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh warganet. Total 107.998.788 unggahan warganet di TikTok dan 17.329.380.404 tanggapan (Hafil, 2024).

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat, menyediakan metode alternatif untuk menyebarkan pesan kampanye. TikTok memiliki banyak potensi untuk menarik pemilih, terutama pemilih pemula atau generasi muda, dengan gaya video pendeknya yang interaktif dan kreatif. Dengan bantuan platform ini, kampanye politik dapat dengan cepat menjangkau khalayak yang lebih luas (Luthfie et al., 2024). Generasi Z yang tumbuh di era digital, memiliki preferensi terhadap konten yang visual dan autentik, sehingga TikTok menjadi media yang ideal untuk menyampaikan isu-isu penting, program kerja, atau bahkan sekadar membangun citra personal kandidat.

Kampanye politik melalui TikTok sering kali menggunakan tren terkini, tantangan, atau musik populer untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pengguna, membuat pesan politik lebih mudah diterima. Selain itu, algoritma TikTok yang mampu mempromosikan konten berdasarkan minat pengguna memungkinkan kampanye politik menjangkau khalayak yang lebih luas (Nuryaningsih, 2023). Namun, potensi besar TikTok sebagai alat kampanye juga menghadirkan tantangan, terutama terkait risiko penyebaran misinformasi atau propaganda yang dapat mempengaruhi pemilih pemula yang masih rentan terhadap konten viral tanpa verifikasi. TikTok dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan kesadaran politik dan keterlibatan generasi Z dalam proses demokrasi jika digunakan secara tepat dan bijak.

Siswa Menengah Atas (SMA) merupakan bagian dari pemilih pemula. Pilkada 2024 adalah tahun pertama bagi mereka untuk menggunakan hak politiknya dan melakukan kegiatan politik secara langsung di masyarakat. Namun, siswa SMA juga telah terlibat dalam aktivitas politiknya di sekolah melalui partisipasi mereka dalam pemilihan ketua OSIS, yang mencakup kampanye, debat visi-misi, hingga pengambilan suara secara langsung. Hal ini mencerminkan praktik pendidikan demokrasi di lingkungan sekolah sekaligus menjadi wadah awal pembentukan preferensi politik yang mendukung pengembangan kesadaran berpolitik secara bertanggung jawab dalam dunia pendidikan. Preferensi politik pemilih pemula yang berasal dari kalangan pelajar sering kali dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu

keluarga, pendidikan, dan paparan terhadap media digital (Ariana et al., 2021). Sebagai individu yang masih dalam tahap pembentukan pola pikir kritis, siswa SMA cenderung mencari figur politik yang dianggap inspiratif dan relevan dengan aspirasi mereka. Isu-isu yang menarik perhatian mereka umumnya berkaitan dengan pendidikan, akses teknologi, kesetaraan, dan perubahan sosial.

Media sosial memiliki peran besar dalam membentuk pandangan politik mereka, karena menjadi sumber utama informasi sekaligus tempat mereka berdiskusi dan berbagi pendapat. Namun, keterbatasan pengalaman dan pemahaman politik dapat membuat mereka mudah terpengaruh oleh konten yang bersifat emosional, populis atau viral, baik itu dalam bentuk kampanye positif maupun negatif. Di sisi lain, pengaruh keluarga, teman sebaya, dan guru juga sangat signifikan dalam membentuk preferensi politik siswa, terutama jika diskusi mengenai nilai demokrasi dan isu politik sering dilakukan di lingkungan sekolah. Keterlibatan politik dan pemahaman kritis pemilih pemula dalam konteks aktivitas politik yang sedang berlangsung merupakan indikator utama literasi politik (Anshori et al., 2023).

Menurut temuan dari penelitian (Arifin et al., 2024) menunjukkan bahwa media sosial memainkan pengaruh penting dalam menentukan sentimen politik pemilih pemula. Pemilih pemula kini menggunakan situs media sosial untuk mengumpulkan informasi politik, mengembangkan opini, dan akhirnya memilih kandidat mana yang akan didukung. Selain memberikan kemudahan dalam mengakses berita politik secara cepat,

media sosial menjadi ruang diskusi bagi pemilih pemula. Ditemukan bahwa sudut pandang yang muncul di media sosial dapat menimbulkan efek domino yang berpotensi memengaruhi cara pemilih pemula memandang isu secara keseluruhan. Hasil penelitian (Sitompul et al., 2024) juga menunjukkan bahwa pada Pemilu 2024, media sosial dapat memberikan dampak yang besar terhadap partisipasi pemilih, khususnya pemilih pemula. Melalui media sosial, pemilih pemula dapat memilih kandidat secara rasional tidak hanya mengikuti arus atau politik uang, tetapi juga dengan menggunakan informasi faktual yang dibagikan secara luas. Media sosial dapat berdampak pada perilaku politik pemilih pemula karena mereka rentan terhadap perubahan, termasuk politikus yang mereka pilih untuk didukung dalam pemilu.

Berdasarkan data dari hasil penelitian (Arumsari et al., 2020) postingan di media sosial tentang kampanye politik lebih menarik dengan presentase 54,1%, melalui televisi 43,6%, dan 2,3% melalui media cetak, seperti majalah dan surat kabar. Karena itu, media sosial termasuk produk mutakhir di era digital saat ini. Mengingat betapa populernya media sosial saat ini, melakukan kampanye di media sosial merupakan salah satu pilihan yang tepat. Dengan konten kampanye yang di share dan dilihat oleh calon pemilih, hal ini membuat mereka berpotensi untuk terpengaruh setelah menyimak isi konten tersebut.

Fokus lokasi penelitian ini adalah SMA Negeri 45 Jakarta karena siswa SMA Negeri 45 Jakarta umumnya berusia 16-18 tahun menjadikannya

tempat yang relevan untuk meneliti pemilih pemula. SMA Negeri 45 Jakarta memiliki siswa dari berbagai latar belakang ekonomi, budaya, dan sosial. Keberagaman ini memberikan peluang untuk mengkaji preferensi politik yang lebih beragam, memberikan hasil penelitian yang lebih representatif, dan sebagai bagian dari komunitas lokal Jakarta. Siswa SMA Negeri 45 Jakarta memiliki potensi untuk mencerminkan dinamika politik lokal, hal ini penting untuk memahami bagaimana hubungan konten kampanye politik di TikTok dengan preferensi politik mereka dalam konteks Pilkada Jakarta 2024.

Merujuk pada uraian latar belakang yang telah disampaikan, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut terkait hubungan konten kampanye di TikTok dengan preferensi politik pemilih pemula pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta 2024. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana strategi kampanye di media sosial dapat berhubungan dengan preferensi politik pemilih pemula. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memiliki kontribusi pada literatur tentang politik digital dan perilaku pemilih, serta menjadi bahan evaluasi bagi para calon kandidat dalam menyusun strategi kampanye yang lebih efektif dan tepat sasaran.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Pemilih pemula cenderung belum memiliki pengalaman politik yang cukup sehingga rentan terhadap konten kampanye yang bersifat manipulatif atau emosional.
2. Dominasi *influencer* atau seleb TikTok dalam menyampaikan pesan politik dapat menghilangkan pesan inti dari calon kepala daerah.
3. Ketiadaan filter atau verifikasi konten kampanye di TikTok memungkinkan tersebarnya *hoaks* politik yang mempengaruhi pemilih pemula.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini perlu diberikan batasan yang jelas. Maka dalam penelitian ini pembatasan masalah dibatasi pada “Hubungan konten kampanye di TikTok dengan preferensi politik pemilih pemula pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta 2024.” Penelitian ini juga melakukan pembatasan terhadap objek dan lokasi penelitian yang akan diteliti, yaitu pada pemilih pemula siswa kelas XI SMA Negeri 45 Jakarta.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah “Apakah terdapat hubungan konten kampanye di TikTok dengan preferensi politik pemilih pemula pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta 2024?”

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi seluruh pihak yang terlibat. Adapun manfaat penelitiannya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya literatur terkait karakteristik pemilih pemula dan pengembangan teori-teori komunikasi politik, khususnya dalam konteks Indonesia, yang mungkin berbeda dari konteks politik di negara lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis, informatif, serta pemahaman terkait politik digital yaitu bagaimana hubungan media sosial TikTok sebagai platform digital dengan preferensi politik pemilih pemula. Ini akan menambah pemahaman tentang dinamika interaksi antara teknologi digital dan proses pembentukan opini politik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung dalam praktik pada beberapa pihak, yaitu: Bagi tim sukses kandidat, hasil penelitian ini dapat membantu tim kampanye kandidat mengembangkan konten yang lebih menarik yang sesuai dengan preferensi pemilih pemula. Tim kampanye dapat menentukan jenis konten tertentu yang memiliki dampak terbesar pada pilihan yang dibuat oleh pemilih pemula.

Bagi pemilih pemula, dapat memberikan pemahaman mengenai konten kampanye di media sosial TikTok, sehingga pemilih pemula diharapkan dapat lebih kritis dalam membuat pilihan politik yang bijak. Bagi Komisi Pemilihan Umum dan Badan Pengawas Pemilu dapat menggunakan temuan studi ini untuk membuat kebijakan terkait kampanye digital yang aman dan adil. Mereka dapat mengenali jenis konten yang paling efektif dan mengawasi segala bentuk manipulasi yang dapat memengaruhi pemilih pemula.



Intelligentia - Dignitas