

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terjadi secara pesat membawa perubahan pada kehidupan manusia. Di era yang semakin maju ini teknologi memudahkan manusia untuk mengakses informasi dan hiburan. Perkembangan informasi dan teknologi memberikan dampak positif dengan terbentuknya hubungan global tanpa batas dengan pengaruh besar dari perubahan sosial masyarakat hingga menempatkan Indonesia sebagai bagian dari masyarakat yang memahami teknologi. Sosial media tersedia dengan berbagai layanan dan fitur yang memudahkan penggunanya dapat berinteraksi dan melakukan pertukaran sosial salah satunya TikTok. TikTok merupakan salah satu platform sosial media yang menyediakan berbagai fitur konten berupa foto ataupun video memuat informasi maupun sekedar membagikan kegiatan sehari-hari. Pada TikTok pengguna dapat menemukan konten-konten hiburan ataupun informasi yang berguna pada kehidupan sehari-hari. TikTok awalnya hanyalah sebuah platform sosial media yang menyediakan video pendek memuat mengenai hiburan namun, saat ini TikTok mengalami perkembangan yang sangat signifikan mempengaruhi kehidupan penggunanya.

TikTok menjadi sebuah sosial media yang sangat populer saat ini yang digandrungi oleh seluruh kalangan. Konten – konten yang dikemas dalam bentuk menarik dan menghibur dalam durasi yang singkat ini mudah dicerna dan diterima oleh penggunanya. Di dukung oleh berbagai fitur yang tersedia membuat TikTok mudah untuk diakses oleh siapapun yang mengunduh aplikasi tersebut, melalui TikTok pengguna dapat mengekspresikan dirinya dengan bebas dan dapat menjangkau audiens dengan luas. Dengan berbagai daya tarik yang ada ini TikTok menjadi salah satu sosial media dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia. Menurut laporan *We Are Social* Indonesia adalah negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, mencapai 157,6 juta pengguna aktif per Juli 2024, mengalahkan Amerika. Rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna Indonesia di TikTok adalah 3,5 jam per hari, lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata global yang sekitar 2,8 jam per hari (Riyanto, 2024). Pengguna TikTok didominasi oleh

anak muda, data Business of Apps menyebut, pengguna paling banyak yakni usia 18-24 tahun yang mencapai 34,9% dari total pengguna pada 2022 (Santika, 2023). Banyak Gen Z Indonesia memanfaatkan sosial media sebagai sumber utama untuk mencari informasi. proporsi responden yang menjadikan sosial media sebagai acuan utama saat mencari informasi mencapai 73%. Kemudian ada juga 19% responden gen Z yang mencari berita melalui media digital (Muhamad, 2024).

Menurut studi yang dilakukan APJII pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kalangan gen Z (Fikrie, 2024). Gen Z menjadi target paling serius yang diincar oleh deretan kandidat capres dan cawapres pada Pemilu 2024. Bukan tanpa alasan Gen Z menempati urutan ketiga dengan jumlah 46,8 juta sebagai pemilih dalam pesta politik tahun ini (Sanita, 2024). Gen Z sebagai pemilih pemula memainkan peran penting pada proses demokratisasi namun, karakteristik dan preferensi mereka dalam hal politik seringkali dipengaruhi oleh faktor eksternal termasuk sosial media. Pemilih pemula terdiri dari pelajar, mahasiswa atau pemilih dengan rentang usia 17 hingga 21 tahun. Pemilih pemula memiliki antusiasme tinggi, relatif lebih rasional, mendukung perubahan. Menjadi pemilih untuk pertama kalinya tentu menjadi sebuah antusias tersendiri karena turut menentukan jalannya negara kedepan. Pemilih pemula cenderung memiliki pengalaman yang terbatas dalam menghadapi pemilu sehingga apa yang dijadikan acuan, ketika menentukan pilihan cenderung gamang, tidak stabil, atau mudah berubah-ubah sesuai dengan informasi dan preferensi yang melingkupinya. Dengan produksi pengetahuan politik yang masih awam, pemilih pemula terkesan mudah untuk dipengaruhi preferensi politiknya (Pardana, 2023).

Pemilih pemula memiliki antusiasme yang tinggi namun belum memiliki keputusan yang bulat dalam menentukan pilihan. Pemilih pemula disebut pula sebagai *swing voters* karena belum mampu konsisten pada pilihannya. Pilihan politik mereka didasari oleh motivasi ideologi tertentu dan dipengaruhi oleh kondisi lingkungannya. Pemilih pemula mudah untuk dipengaruhi oleh kepentingan-kepentingan tertentu, terutama oleh lingkungannya seperti orang tua, kerabat hingga teman. Pandangan politik pemula cenderung mengikuti preferensi pada salah satu pihak dan belum mampu untuk stabil pada satu point tertentu. Oleh karena itu, diskusi dan debat publik di sosial media dapat memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap persepsi mereka terhadap kandidat presiden. Pemikiran dan pandangan yang mereka lihat dari rekan-rekan mereka dapat memengaruhi sikap politik mereka (Lukman, 2024). Siswa SMA dapat berbagi pandangan politik, diskusi, atau bahkan mendorong satu sama lain untuk terlibat dalam aktivitas politik melalui sosial media. Pengaruh dari teman sebaya dapat memainkan peran penting dalam membentuk orientasi politik mereka (Razaqa, 2022). Selain itu, media massa juga mempengaruhi pilihan pemilih pemula seperti televisi, spanduk, poster, dan sebagainya. Sosial media dapat menjadi senjata ampuh untuk menarik simpati pemilih pemula karena pada sehari-hari mereka berinteraksi dengan sosial media. Dalam memahami pemilih pemula harus mengetahui strategi untuk menjangkanya terutama keberadaan sosial media sebagai bagian dari keseharian mereka

TikTok menjadi sosial media untuk menjalin interaksi dengan pemilih pemula. Para kandidat memanfaatkan sosial media Tiktok yang merupakan salah satu aplikasi yang sering digunakan oleh generasi Z sebagai platform yang mudah diakses dan menarik visual karena di dalamnya terdapat beragam video pendek (Drew, 2023). Sebagai pengguna dominan pada sosial media menjadikan pemilih pemula sering terpapar mengenai isu-isu politik yang terekspos di sosial media. Siapapun dapat merebut perhatian pemilih pemula untuk merasakan bagaimana keuntungan dengan dominasi yang dimiliki oleh pemilih pemula. Dengan sifatnya yang cepat, visual, dan mudah diakses, sosial media menjadi tempat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan politik. Lewat video singkat, *meme*, atau siaran langsung, informasi politik bisa dikemas dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh anak muda. Fungsi utama sosial media dalam agenda pemilihan adalah untuk memberi tahu publik tentang aktivitas politik yang sedang berlangsung, termasuk detail tentang partai politik, kandidat, dan isu lainnya (Hardyansyah, 2024).

Pada kontestasi politik 2024 ini sosial media berperan besar pada proses kampanye politik. Menurut Noris (dalam Damsar, 2010) kampanye politik sebagai proses komunikasi politik, di mana partai politik atau kontestan individu berusaha mengkomunikasikan ideologi atau program kerja yang mereka tawarkan. Dengan jumlah pengguna internet yang tinggi sosial media menjadi sebuah media untuk memperoleh suara pada pemilu. politisi di seluruh dunia telah mengadopsi sosial

media untuk menjalin hubungan dengan konstituen yang berdialog langsung dengan masyarakat dan membentuk diskusi politik (Musticho *et al*, 2023). Sosial media dianggap juga sarana yang murah namun efektif karena dapat menjangkau banyak pemilih dalam waktu yang singkat (Suryo, 2020). Melalui sosial media masyarakat dapat mengakses informasi mengenai pemilu, sosial media menjadi ajang pertarungan bagi partai politik atau kandidat untuk saling berhadapan. Menurut Hindarto (2022) sebagai salah satu alat komunikasi politik, TikTok dianggap ampuh mengumpulkan opini publik dan menjangkau pemilih muda lebih luas pada ruang publik digital. Para pasangan calon berlomba-lomba menyebarkan pesan politik, membangun citra diri sebaik mungkin ataupun untuk menyerang lawan pada kontestasi politik. Berbagai isu yang ada ditangkap oleh pemilih dan menjadikannya sebagai preferensi dalam menentukan calon kandidat yang akan dipilih (Musticho, 2023).

Berbagai isu politik dapat diangkat di sosial media untuk menciptakan persepsi tertentu pada salah satu pasangan calon. Dengan informasi yang terus update setiap waktu, kehadiran sosial media ini menjadi dampak baik, bahkan juga buruk bagi politik (Musticho, 2023). Dengan adanya sosial media TikTok, penyebaran informasi, komunikasi politik, membangun *personal branding* hingga pada pembentukan propaganda politik dapat terjadi dan tersampaikan kepada publik (Nababan, 2023). Namun disatu sisi hal ini menyebabkan terjadinya polarisasi, hal ini terjadi pada sosial media karena pada dasarnya algoritma sosial media cenderung mengekspos pandangan serupa yang memperlihatkan satu sudut pandang saja. Algoritma sosial media merupakan sebuah hal yang sulit untuk diprediksi karena sosial media hanya menampilkan hal sesuai dengan aktivitas yang dilakukan penggunaannya. Nababan (2023) Dengan jumlah pemilih muda terbanyak dan pengguna media TikTok kedua terbesar, banyak politikus menggunakan TikTok menjadi media sehingga dapat membentuk opini publik melalui video yang didukung dengan filter, musik hingga pada kalimat dan kata-kata yang mampu mengarahkan opini publik, apalagi mengingat banyak generasi muda yang belum terlalu paham akan politik itu sendiri dan hanya akan melihat dan berpersepsi sesuai dengan apa yang media tayangkan.

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang menyediakan konten video berdurasi pendek dengan tujuan sebagai hiburan dan sarana aktualisasi diri. Seiring perkembangan teknologi yang terjadi TikTok mengalami pergeseran manfaat yang awalnya sarana hiburan menjadi sarana kampanye pada kontestasi politik pemilu presiden 2024. TikTok bermanfaat untuk menyebarkan informasi tentang pemilu secara luas, mulai dari profil kandidat hingga isu-isu politik aktual yang dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa dan mendorong mereka untuk lebih terlibat dalam proses pemilu (Dewi dkk, 2024). Seperti yang ramai di TikTok menjelang pelaksanaan pilpres 2024 konten politik ini membanjiri laman *FYP* pengguna TikTok dengan berbagai macam bentuk konten. Terdapat konten “Desak Anies” yang menjadi salah satu strategi kampanye dengan membangun komunikasi publik melalui tanya jawab untuk menyampaikan visi, misi dan program kerja. Prabowo dengan *tagline* “gemoy” yang ramai diperbincangkan oleh masyarakat, dan Ganjar dengan menginap di rumah warga untuk menjalin hubungan emosional dan menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat. Selain itu terdapat konten yang bukan hanya diciptakan oleh tim sukses kandidat atau konten kreator yang terkenal saja, tetapi juga berbagai pengguna dari seluruh kalangan. Konten tersebut beragam terdapat memberikan pengetahuan politik, konten yang menyatakan dukungan, konten yang menjelekkan salah satu kandidat maupun konten yang bersifat netral.

Sosial media khususnya TikTok memiliki peran penting sebagai media untuk memberikan pengetahuan serta membangun kesadaran individu maupun kelompok terhadap nilai-nilai sosial, antara lain membangun kepekaan terhadap masalah sosial, kepekaan terhadap kekuasaan, kepentingan orang lain dan peka terhadap seluruh tindak kriminalitas dimana berbagai hal termasuk konteks pengetahuan politik (Akmal, 2024). Konten media memainkan peran dalam membentuk opini dan menetapkan agenda publik, yang dapat mempengaruhi pandangan, mengubah sikap, dan bahkan perilaku masyarakat secara keseluruhan (Sari dkk, 2024). Dengan pengalaman pemilih pemula menggunakan TikTok ini menjadi pengalaman subjektif bagi mereka dalam mengkonsumsi informasi politik yang dapat berguna sebagai pandangan baru. Pengalaman individu ini dapat menjadi cara bagi mereka memahami, memberikan makna akan sebuah hal yang mereka alami. Setiap orang memiliki pengalaman masing-masing yang berbeda

satu sama lain dan pengalaman seseorang dalam mengonsumsi konten TikTok berbeda-beda hal ini dapat menjadi sebuah cara bagaimana mereka memandang kandidat tertentu hingga pada menentukan preferensi.

Mahasiswa sebagai bagian dari pemilih pemula yang banyak menggunakan sosial media ini menjadi target bagi para kandidat untuk memperoleh suara. Penggunaan sosial media khususnya TikTok sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa membuat mereka terpapar berbagai konten hiburan maupun politik. TikTok menjadi budaya global dalam proses interaksi dan komunikasi, dengan mahasiswa yang adaptif terhadap perubahan dan mengikuti tren terbaru. Fenomena ini juga dialami oleh mahasiswa FISIB UTM. Mahasiswa FISIB UTM merupakan bagian dari populasi pemilih pemula yang menjadi target para kandidat, dengan mahasiswa FISIB yang mempelajari pengetahuan mengenai struktur sosial, kehidupan masyarakat, dan komunikasi hal tersebut dapat menjadi bekal dalam menghadapi *trend* TikTok yang berisi seputar isu politik menjelang pilpres 2024.

Penelitian mengenai penggunaan sosial media dalam menentukan preferensi politik di kalangan mahasiswa pemilih pemula dilakukan sebagai kajian sosial budaya, memahami budaya anak muda, dan komunikasi digital yang terjadi saat ini. Penggunaan TikTok sebagai elemen keseharian mahasiswa hingga pada pembentukan cara berpikir ini berusaha mengetahui bagaimana mahasiswa menerima informasi sebelum menentukan preferensi dan keputusan memilihnya berdasarkan tujuan masing-masing. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti mengambil penelitian berjudul "Analisis Preferensi Politik Pemilih Pemula pada Pemilu Presiden 2024 (Studi Terhadap Mahasiswa FISIB UTM)". Melalui penelitian ini kita dapat mengetahui bagaimana pemilih pemula menginterpretasikan dan memaknai informasi, opini, dan narasi yang mereka konsumsi di TikTok, serta bagaimana pengalaman tersebut membentuk pandangan dan preferensi politik mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, rumusan masalah masalah dalam penelitian ini, yaitu :

Bagaimana preferensi politik pemilih pemula pengguna TikTok dalam menentukan pilihan politik pada Pilpres 2024 di kalangan mahasiswa FISIB UTM?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu mengetahui, menjelaskan preferensi politik pemilih pemula yang menggunakan TikTok di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura (FISIB UTM).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada mahasiswa mengenai bagaimana sosial media, khususnya TikTok dapat membentuk preferensi politik pemilih pemula.
2. Menjadi referensi bagi pemangku kepentingan dalam memutuskan strategi kampanye untuk menjangkau pemilih pemula melalui sosial media khususnya TikTok.

1.4.2. Manfaat Teoritis

1. Menambah wawasan dan pengetahuan pada bidang ilmu sosial dan politik, khususnya terkait dengan perilaku pemilih pemula di era digital.
2. Menyediakan data empiris yang dapat menjadi referensi referensi penelitian khususnya yang ingin melakukan penelitian serupa berkaitan dengan sosial media dan preferensi politik.