

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan umum (Pemilu) di Indonesia merupakan suatu proses demokrasi untuk memilih anggota legislatif dan eksekutif, termasuk Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Presiden dan Wakil Presiden. Pemilihan umum di Indonesia diatur berdasarkan prinsip langsung, bebas, umum, rahasia, dan adil. Indikator implementasi menunjukkan sejauh mana masyarakat terlibat dalam pemerintahan negara demokrasi. Media sosial telah berkembang menjadi salah satu elemen utama dalam ruang demokrasi pada era digital. Kehadirannya memfasilitasi terciptanya platform komunikasi terbuka yang dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai individu hingga kelompok besar.

Pada dasarnya, media sosial berfungsi sebagai ruang diskusi, berbagi informasi, sehingga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dinamika politik dan sosial di berbagai negara. Di era digital, media sosial memungkinkan Masyarakat ikut serta dalam diskusi politik secara aktif dan menyuarakan pendapat mereka dengan lebih mudah didengar. Ini melibatkan sejumlah kegiatan mulai dari kampanye politik, perbincangan mengenai kebijakan publik, hingga gerakan sosial yang bisa tumbuh dengan cepat melalui berbagai platform terutama media TikTok.

Penggunaan media sosial untuk kampanye politik sedang populer di Indonesia saat ini. TikTok dapat berperan penting dalam memperluas akses terhadap informasi dan memungkinkan berbagai suara didengar dalam konteks demokrasi. Melalui platform ini, orang-orang dari latar belakang yang berbeda dapat berbagi pandangan mereka, menyebarkan informasi dengan cepat, dan berbagi pengalaman dengan audiens yang lebih luas. Hal ini dapat menjadi keuntungan dalam memperkuat demokrasi dengan memberikan akses kepada publik untuk mengeksplorasi beragam perspektif. Para aktor politik memanfaatkan media sosial TikTok untuk mengunggah konten-konten politik yang menarik untuk membangun citra calon aktor politik di media sosial (Komputer & Jikem, 2022 dalam Lestari et al., 2024). Para aktor politik menjadikan media sosial sebagai komunikasi politik untuk mendapatkan suara pada pemilihan umum tahun 2024. Platform

TikTok sangat berpengaruh penting dalam hal kampanye politik oleh aktor-aktor politik sebagai komunikasi politik.

Media TikTok memiliki cakupan yang luas, antarmuka yang mudah dipahami, dan video pendek yang efektif dalam menyampaikan pesan dengan cepat dan menarik. Di dunia politik, berbagai kalangan seperti politisi, aktivis, influencer, dan warga biasa menggunakan TikTok sebagai platform untuk berbagi pandangan mereka atau mempengaruhi opini publik mengenai isu-isu yang relevan. Pasangan calon pada pemilihan umum memanfaatkan media sosial termasuk TikTok, sebagai sarana komunikasi politik atau kampanye politik untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja, serta menjangkau pemilih secara lebih luas dan langsung melalui audiens digital yang beragam. Pada pemilihan presiden terkini, Prabowo Subianto berhasil meraih jabatan sebagai Presiden Republik Indonesia, didukung oleh strategi kampanye yang cerdas, termasuk penggunaan aktif platform media sosial seperti TikTok.



Gambar 1. Konten TikTok Akun Gerindra

Akun TikTok Partai Gerindra yang digunakan Prabowo selama masa kampanye berfungsi sebagai platform untuk menyampaikan visi dan misi, serta berkomunikasi dengan Masyarakat, guna menarik perhatian dan dukungan dari pemilih. Melalui platform ini, Prabowo membangun citra positif dan berinteraksi langsung dengan Masyarakat, memperkuat dukungan menjelang pemilu. Dengan tren digital yang semakin berkembang, beragam konten yang mencerminkan Prabowo tersebar luas di TikTok, menarik minat dari berbagai lapisan pemilih. Konten-konten tersebut tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga dirancang dengan gaya komunikasi yang mudah dipahami dan menarik, memberikan Prabowo eksposur yang signifikan di mata

masyarakat. Dibandingkan dengan kandidat lain, Prabowo tampak berhasil mengoptimalkan kekuatan TikTok, menjadikannya sebagai sarana yang efektif dalam menyebarluaskan visi, misi, serta membangun koneksi emosional dengan Masyarakat.

Media TikTok memiliki peluang yang besar pada pemilihan umum, karena banyak orang memanfaatkan platform tersebut untuk mempertimbangkan dan menentukan pilihan mereka. Berikut ini terdapat data pengguna media sosial yang banyak digunakan di Indonesia.

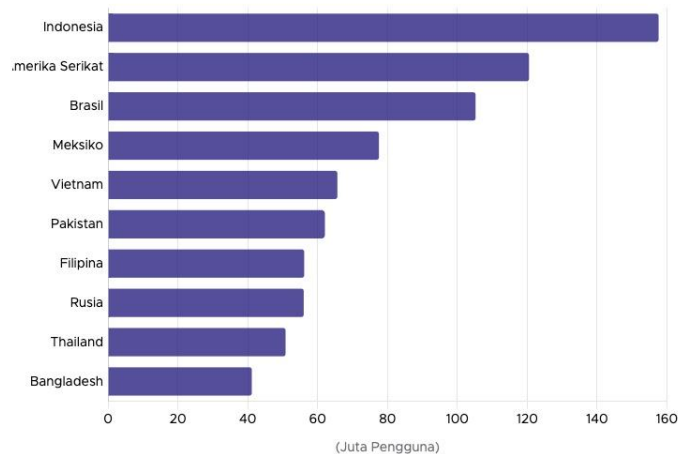


Gambar 2. Grafik Pengguna Media Sosial

Berdasarkan gambar 2 diatas dapat disimpulkan bahwa Platform Youtube masih menjadi media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Sedangkan TikTok berada pada posisi kedua media sosial yang banyak digunakan masyarakat di Indonesia. Sehingga ada potensi TikTok cukup kuat memberi pengaruh kepada masyarakat untuk menentukan pilihan. Berdasarkan penemuan yang diperoleh, media sosial dapat mengubah peran komunikasi politik, karena komunikasi itu sendiri merupakan strategi yang digunakan dalam seluruh aktivitas kampanye untuk menciptakan citra statis. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya Masyarakat yang menggunakan media sosial. Selain untuk komunikasi juga digunakan sebagai sarana pertukaran informasi, membangun bisnis, bahkan sebagai media kampanye dalam politik.

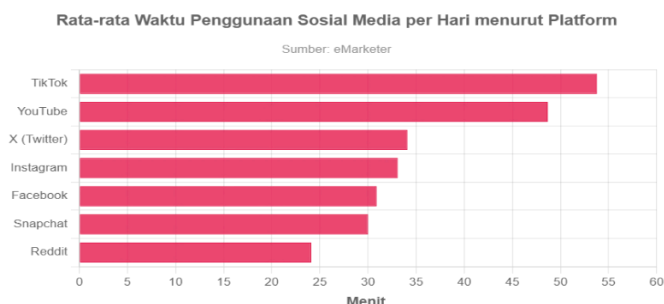
Pentingnya kehadiran media sosial terlihat dalam memberikan ruang alternatif bagi para pemilih. Media sosial tidak menggantikan media yang sudah ada, media sosial hanya menyediakan ruang untuk

menawarkan layanan baru. Untuk pertama kalinya, media sosial menjadi pilihan penting bagi pemilih dalam upaya partisipasi politik mereka (Mhlomi and Oluyinka 2017 dalam Ariana et al., 2021). Berikut ini adalah data 10 negara dengan pengguna TikTok terbesar pada Juli 2024.



Gambar 3. Negara Dengan Pengguna TikTok Terbesar Pada Juli 2024

Data terbaru pada DataReportal menyatakan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia dengan 157,6 juta pengguna. TikTok digunakan sebagai sarana menyebarkan informasi atau mendapatkan informasi dari konten-konten para pengguna TikTok. Ariana et al.,(2021) menyimpulkan dengan informasi yang didapatkan dengan beragam media sosial berdampak positif upaya pembentukan preferensi berdasarkan input-input tersebut, informasi memungkinkan mereka untuk lebih mempertimbangkan berbagai pilihan yang mungkin mereka pilih sebagai dasar tindakan politik.



Gambar 4. Data Waktu Pengguna Media Sosial Per Hari

Berdasarkan data dari We Are Social, saat ini terdapat sekitar 4,95 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia. Selain itu, rata-rata setiap pengguna menghabiskan waktu sekitar 2 jam 24 menit setiap hari untuk mengakses media sosial. TikTok telah berhasil meraih popularitas yang sangat tinggi di kalangan pengguna media sosial. Data dari eMarketer, TikTok merupakan platform media sosial dengan rata-rata waktu penggunaan tertinggi pada tahun 2023. Data ini menunjukkan bahwa rata-rata pengguna menghabiskan 53,8 menit setiap harinya saat menggunakan TikTok.

Dalam konteks pemilihan presiden 2024, TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang populer dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi pandangan dan preferensi pemilih melalui berbagai konten yang disajikan. Banyaknya informasi yang tersebar melalui TikTok, mulai dari opini publik, propaganda politik, hingga informasi terkait kandidat, membuka peluang bagi perubahan pandangan pemilih. Oleh sebab itu, maka penulis tertarik membahas permasalahan tersebut dengan judul: **“ANALISIS ISI TERHADAP AKUN TIKTOK GERINDRA TAHUN 2024”**

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana uraian yang telah disampaikan diatas dan berdasarkan latar belakang masalah dan luasnya cakupan judul, maka penulis membatasi dengan rumusan masalah “ Bagaimana Partai Gerindra membingkai citra Prabowo Subianto dalam konten TikTok selama periode kampanye November – Desember 2023? “

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah mendeskripsikan bagaimana citra Prabowo Subianto dibingkai dalam konten TikTok selama November – Desember 2023

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara akademis terutama pada ranah Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik sehingga menjadi rujukan pada penelitian selanjutnya. Kemudian dapat memberikan sumbangan teoritis bagi implementasi maupun pengembangan dan program studi ilmu politik.

2. Secara Praktis

Penelitian secara praktis diharapkan dapat memberikan kontribusi khususnya dalam informasi pemahaman dan pemikiran yang disajikan kepada masyarakat atau pembaca yang membaca penelitian skripsi ini.

1.5 Penelitian Terdahulu

Dalam memperkaya referensi tentunya pencarian penelitian terdahulu merupakan bagian dari usaha peneliti untuk mencari sumber data dan menjadikan perbandingan untuk penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu memberikan manfaat untuk menunjukkan urgensi dari sebuah penelitian. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis, diantaranya :

1. Jurnal yang ditulis oleh David Indra, Hasrul, Suryanef, Al Rafni (2024), tentang "Analisis Isi Pesan Politik Berbentuk Humor Melalui Media TikTok Jelang Pemilihan Umum" hasilnya Penggunaan humor memberikan gambaran bahwa pesan politik dapat disederhanakan pesan yang disampaikan dengan memilih kata-kata yang akan disampaikan kepada masyarakat sehingga membuat konten pemilu 2024 menarik di mata masyarakat. Pesan politik yang awalnya kaku dapat disederhanakan dan menjadi menarik dengan dibalut humor dalam menyampaikan pesan politik. Sejalan dengan konsep komunikasi politik bahwa dengan

menggunakan humor memungkinkan penyampaian pesan politik yang lebih menyenangkan, tetapi juga dapat menciptakan koneksi emosional dengan pemirsa. Konten pemilu 2024 yang biasanya menimbulkan perpecahan dengan pengikut atau pendukung salah satu pasangan calon, dengan konten tersebut disampaikan secara menyenangkan maka konten pemilu 2024 menjadi sebuah hiburan ketimbang membuat perpecahan antara sesama pengikut. Humor politik dianggap sebagai suara masyarakat yang paling akurat karena beberapa alasan penting.

2. Skripsi yang ditulis oleh Frofery F Nainggolan (2024), tentang "Pengaruh Isu Politik Negatif Calon Presiden Di TikTok Terhadap Preferensi Pilihan Generasi Z Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uma Pada Pemilu 2024" yang hasilnya pengaruh yang diberikan oleh Isu politik negatif calon presiden di Titok terhadap Preferensi pilihan generasi Z Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area pada pemilu 2024 dengan semakin banyaknya isu tersebut yang terekspos di Titok dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai seberapa pentingnya memilih calon presiden yang tepat serta mampu mendewasakan pemikiran politik generasi Z untuk tidak terpengaruh oleh isu-isu negatif tersebut. Bentuk paparan isu yang kerap terlihat di Titok adalah berupa video, hingga komen mengenai tentang isu negatif dan rekam jejak masing-masing calon presiden. Hal ini pada akhirnya dapat mempengaruhi preferensi politik generasi Z dalam memilih calon presiden pada Pilpres 2024.
3. Jurnal yang ditulis Qurratul Ain Adinda Sari dan Yuli Candasari (2013), tentang "Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z" yang hasilnya Tiktok sebagai sarana informasi politik memiliki keuntungan secara strategis. Di dalam penggunaan sarana ini dapat digunakan sebagai media sosial sebagai penyampai aspirasi bagi para generasi Z. Penggunaannya yang efektif, mudah dan praktis ini menjadikan TikTok sebagai sebuah media penyampaian informasi bagi generasi Z. Media utama dalam komunikasi politik ini memberikan kepada penguasa yang ada menjadi hal yang digunakan dalam penyampaian kebijakan publik, pernyataan dan juga segala fenomena yang berkaitan dengan publik. Dengan mudahnya dalam pengaksesan dan juga biaya yang rendah inilah menjadi nilai yang baik dalam penggunaan Tiktok. Media tidak bisa dua arah atau hanya terpusat. Namun, ketika media sosial digunakan sebagai alat komunikasi

politik, mereka mendapat reaksi dari masyarakat. Jangan lupa jangkauan media sosial, yang bisa menjangkau siapa saja, di mana saja. Oleh karena itu, media sosial merupakan sarana yang efektif dan fenomena yang menarik untuk dikaji dalam kajian komunikasi politik kontemporer.

Dari penelitian diatas, persamaan penelitian ini adalah titik fokus yang secara bersamaan membahas tentang bagaimana pemanfaatan *platform digital* yaitu sosial media dalam beberapa aktivitas dan dinamika politik. Dengan keterbukaan informasi yang ada baik aktor ataupun masyarakat menjadikan media digital sebagai salah satu bahkan utama untuk mengakses dan menyebar segala informasi yang berkaitan dengan politik yang menjadikan *platform* ini sebagai salah satu medium utama dalam proses komunikasi politik dengan maksud untuk mencapai dan mengakomodir kepentingan politik dalam agenda tertentu. Serta dalam konteks demokrasi, bagaimana hal tersebut mempunyai peran dan dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi preferensi memilih masyarakat dalam pemilu, terkhususnya pilpres pada tahun 2024. Perbedaan penelitian ini dibanding penelitian diatas adalah, bagaimana penulis melihat lebih jauh dan fokus terhadap pola komunikasi media di akun TikTok milik Partai Gerindra menuju Pemilihan Presiden 2024, dengan juga memperhatikan bagaimana keterkaitan antara muatan konten di akun tersebut dan respon masyarakat terhadapnya.

1.6 Komunikasi Politik

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu "*communis*" yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih, komunikasi juga dapat diartikan peralihan informasi untuk memperoleh tanggapan, saling berbagi informasi, gagasan atau sikap, sedangkan politik secara garis besar berarti berkenaan dengan gejala kekuasaan, kewenangan, pengaturan, dan pengaruh. Komunikasi politik sendiri didefinisikan sebagai pembicaraan secara influsif, yang berarti segala cara untuk menukarkan simbol yang mengatur perbuatan manusia didalam kondisi-kondisi konflik untuk membentuk opini publik. Meriam Budiardjo (1982) memahami komunikasi politik sebagai salah satu fungsi partai politik, yaitu meyalurkan beragam pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengaturnya sedemikian rupa untuk diperjuangkan menjadi kebijakan

politik. Sedangkan menurut Maswadi Rauf (1993), mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah, dan aktivitas komunikasi dalam kedudukan sebagai pekaku kegiatan politik. Komunikasi politik di bagi dalam dua demensi yaitu kegiatan politik, penyampaian pesan pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kedua, kegiatan ilmiah, kegiatan politik dalam system politik.

Komunikasi merupakan suatu proses dimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan untuk memberikan informasi atau mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung. Banyak orang menganggap komunikasi sebagai hal yang mudah, namun dalam konteks komunikasi politik yang sering kali bersifat tegas dan kaku, diperlukan strategi terencana. Komunikasi politik tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk mempengaruhi opini public dan perilaku pemilih, sehingga strategi yang tepat sangat penting agar pesan dapat diterima dengan baik. Selain itu, komunikasi politik memiliki karakteristik khusus yang memerlukan pendekatan sistematis, termasuk pemilihan kata yang tepat, pemahaman audiens, dan penggunaan media yang sesuai. Oleh karena itu, meskipun komunikasi tampak sederhana, penerapannya dalam konteks politik memerlukan perhatian dan strategi khusus untuk mencapai dampak yang diinginkan.

Menurut McNair (2013), Komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga komunikasi yang ditujukan kepada para politisi oleh pemilih dan kolumnis surat kabar, serta komunikasi tentang aktor politik dan aktivitas mereka, sebagaimana terdapat pada berita, editorial, dan bentuk diskusi politik media lainnya. Lebih lanjut, menurut Ramlan Surbakti (2010:152) komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah. Juga dikemukakan oleh Efriza dan Jerry Indrawan (2018), komunikasi politik didefinisikan sebagai suatu bidang yang mengintegrasikan ilmu politik dengan komunikasi, dimana keduanya saling berinteraksi untuk membentuk pemahaman dan pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan serta dinamika kekuasaan dalam Masyarakat. Dalam konteks ini, komunikasi politik tidak hanya melibatkan penyampaian

informasi dari para politisi kepada public, tetap juga mencakup bagaimana pesan-pesan politik tersebut diterima, dipahami dan diinterpretasikan oleh Masyarakat, serta dampaknya terhadap sikap dan perilaku dalam arena politik.

Nurani Soyomukti (2013:1-2) mengemukakan bahwa dalam konteks dunia saat ini komunikasi politik adalah suatu gejala yang tak terhindarkan, bahkan semakin nyata. Contoh yang paling mudah dan jelas terlihat dari gejala komunikasi politik adalah adanya pertarungan antara berbagai kepentingan muncul dalam tindakan politik. Tindakan politik merupakan tindakan menyampaikan pesan dan memilih media yang tepat agar pesan yang tersebut disampaikan secara efektif dan mengena. Dalam situasi politik formal, tindakan tersebut salah satunya tercermin dari kegiatan kampanye politik saat pelaksanaan pemilihan umum.

1.7 Teori Framing oleh Robert Entman

Framing merupakan penunjukkan dan penonjolan aspek-aspek tertentu dalam sebuah informasi atau isu yang bertujuan untuk membingkai informasi agar mampu mempengaruhi publik sesuai dengan kepentingan tertentu (Entman, 2007). Lebih lanjut, "*Framing* memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagaimana yang ditonjolkan/dianggap penting oleh pembuat teks" (Eriyanto, 2002:186). Entman melihat *framing* melalui dua dimensi besar yaitu, seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari sebuah realitas ataupun isu.

memahami *framing* bagi Entman digunakan untuk menonjolkan suatu aspek yang ingin ditonjolkan dengan menempatkan isu-isu tertentu sehingga berusaha untuk mengendalikan persepsi masyarakat terhadap suatu isu, dengan menonjolkan suatu aspek-aspek tertentu dalam sebuah konten media, framing dapat memengaruhi bagaimana masyarakat atau penonton memahami sebuah informasi yang mereka dapat melalui media. *Framing* Robert N. Entman memberikan kerangka kerja yang kuat untuk menganalisis peran media dalam membentuk persepsi dan representasi aktor politik. Dengan cara ini, media atau penggiat politik dapat memengaruhi persepsi dan interpretasi masyarakat terhadap suatu masalah atau kandidat politik, sehingga membentuk opini hingga preferensi serta pilihan pemilih.

Dikemukakan oleh Ismoko Widayana dan Wiji Setiawan (2023) *Framing* merupakan cara penyajian suatu informasi atau kejadian terkini dengan menekankan aspek-aspek tertentu, menarik perhatian

khalayak pada unsur-unsur yang dianggap penting oleh orang yang menyajikan informasi tersebut. *Framing* menentukan bagaimana masyarakat memahami dan mengevaluasi suatu isu atau peristiwa. Misalnya saja, dalam konteks penggambaran tokoh politik, seorang politisi dapat “digambarkan” sebagai pahlawan atau penjahat, tergantung pada bagaimana media memilih untuk menggambarkan tindakan mereka. Melalui *Framing* Entman dengan 4 elemen pengukuran yaitu :

1. Definisi Masalah merujuk pada cara suatu isu dikonstruksi sebagai sebuah "masalah" yang perlu mendapat perhatian. Dalam proses framing, tidak semua peristiwa atau kondisi otomatis dianggap sebagai masalah; media, politisi, atau aktor lain harus secara aktif membentuknya sebagai sesuatu yang penting, mendesak, atau mengancam. Misalnya, ketika media melaporkan tentang kenaikan harga bahan pokok, cara mereka mendefinisikan masalahnya akan sangat berpengaruh. Apakah mereka menyajikannya sebagai "inflasi global yang tak terhindarkan" atau "kegagalan kebijakan pemerintah"? Definisi yang berbeda akan mengarah pada pemahaman publik yang berbeda pula.
2. Diagnosis Penyebab berkaitan dengan penjelasan tentang mengapa suatu masalah terjadi. Elemen ini menentukan faktor-faktor atau pihak-pihak mana yang dianggap bertanggung jawab, baik secara eksplisit maupun implisit. Framing penyebab bisa bersifat simplistik atau kompleks, tergantung pada narasi yang ingin dibangun.
3. Penilaian Moral adalah dimensi framing yang memberikan pertimbangan etis atau normatif terhadap aktor, kebijakan, atau situasi yang terkait dengan masalah. Elemen ini sering kali melibatkan diksi atau citra yang bernada menghakimi, memuji, atau mengkritik. Penilaian moral bisa bersifat eksplisit (misalnya, dengan menggunakan kata-kata seperti "lalai," "korup," atau "heroik") atau implisit (misalnya, melalui pemilihan narasumber yang bias).
4. Rekomendasi Penanganan merupakan bagian dari framing yang menawarkan solusi atau tindakan yang dianggap tepat untuk mengatasi masalah. Rekomendasi ini bisa bersifat teknis, politis, atau bahkan ideologis, tergantung pada kepentingan aktor yang membingkai. Misalnya, jika masalah kemiskinan dibingkai sebagai "kurangnya akses pendidikan," maka rekomendasinya mungkin "program beasiswa."

Keempat elemen ini tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling berinteraksi untuk menciptakan narasi yang koheren. Framing yang efektif akan mampu menyatukan definisi masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penanganan dalam sebuah cerita yang persuasif. Dalam konteks media, framing bisa digunakan untuk memengaruhi opini publik, mendorong agenda tertentu, atau bahkan mengalihkan perhatian dari isu-isu lain. Sementara dalam politik, framing adalah alat kekuasaan untuk membentuk wacana dominan dan mengarahkan kebijakan (Eriyanto, 2002; 189-190).

1.8 Tiktok Sebagai Media Digital

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi interaksi, berbagi informasi, dan penciptaan konten oleh penggunanya melalui jaringan internet. Salah satu platform media sosial yang menjadi tren dan tengah populer adalah TikTok. Aplikasi berbagi video pendek ini dirilis pada tahun 2016 dan memungkinkan penggunanya untuk membuat serta mengunggah video dengan durasi yang cukup lama. TikTok menawarkan fitur-fitur menarik seperti efek visual, filter, dan alat edit video yang memudahkan pengguna dalam menciptakan konten kreatif. TikTok telah mengalami pertumbuhan popularitas yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Novita et al. (2023), pada tahun 2020, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia. Kesuksesan ini tidak terlepas dari algoritma unik yang dimiliki TikTok dalam merekomendasikan konten relevan kepada penggunanya, sehingga memfasilitasi penyebaran konten viral dengan mudah. Selain itu, fitur-fitur yang menarik dan kemudahan dalam membuat konten kreatif juga menjadi faktor pendorong popularitas TikTok.

Modernisasi yang setiap tahunnya meningkat, memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan teknologi seperti digital media. Indonesia merupakan negara yang termasuk memiliki persentase besar dalam penggunaan digital media. Besarnya antusiasme masyarakat dalam penggunaan TikTok sebagai salah satu platform digital untuk mendapat informasi dan hiburan juga menjadi hal yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia dan secara langsung juga dapat memengaruhi pandangan atau persepsi masyarakat terhadap suatu informasi yang diterimanya melalui aplikasi tersebut. Kebebasan berekspresi yang diberikan oleh platform sosial media menjadi hal yang sangat berpengaruh dalam

penerimaan masyarakat terhadap suatu *platform*, sehingga dewasa ini, sosial media salah satunya TikTok, merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan oleh kehidupan masyarakat pengguna internet di Indonesia dalam berbagai bidang, misalnya politik, ekonomi, dan sosial.

Dalam konteks politik, perkembangan TikTok sebagai salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan berbagai kebebasan dan fitur ditawarkan hingga saat ini juga menjadi salah satu platform yang digunakan oleh aktor politik, lembaga politik, maupun masyarakat untuk membagikan dan menerima informasi politik dengan berbagai kepentingan yang ingin mereka capai. Peran media sosial dalam dinamika politik elektoral telah banyak dibahas dalam lanskap akademik. Platform media sosial seperti Twitter dan Facebook telah memengaruhi berbagai pemilihan umum di dunia dalam berbagai bentuk. Pada pertengahan 2010-an, muncul media sosial baru yang pada tahun-tahun berikutnya akan mengalami pertumbuhan pesat, yakni TikTok. Besarnya audiens TikTok membuatnya dikonsiderasikan sebagai instrumen baru kandidat politik untuk bertarung dalam kontestasi politik di media sosial. Studi kasus di Filipina dan Malaysia menunjukkan tren awal penggunaan TikTok sebagai instrumen politik.

TikTok sebagai platform baru, memiliki potensi sebagai sumber informasi politik yang mudah disesuaikan, interaktif, dan dapat digunakan secara publik maupun privat. Media sosial yang sudah digunakan sebagai sebuah perantara komunikasi politik ini dapat digunakan dengan baik bagi masyarakat untuk menyampaikan beberapa program dan sifatnya lebih menarik sehingga generasi Z mampu menerima berbagai pembahasan informasi politik yang sedang berkembang. Hal ini sangat masif digunakan dalam pemilihan umum atau pemilu pada tahun 2024. Semua hal tersebut dapat terjadi berkat perkembangan teknologi yang luar biasa, khususnya internet, sehingga tercipta saluran-saluran baru di mana masyarakat dapat berkomunikasi tentang politik dengan lebih bebas, lebih cepat, dan tentunya dengan jangkauan yang sangat luas, karena terjadi di ruang publik yang disebut dunia maya (Efriza dan Indrawan, 2018: 167).

Menurut (Arianto, 2016) pengembangan kampanye, khususnya di media sosial, dapat sangat berdampak jika melibatkan kreativitas serta seni. Oleh karena itu, karya dan seni dapat diekspresikan oleh siapa saja, karena dengan adanya media sosial digunakan untuk memenuhi kebutuhan tertentu, contohnya dengan menggabungkan kegiatan kreativitas dan aktivitas seni sedemikian rupa sehingga

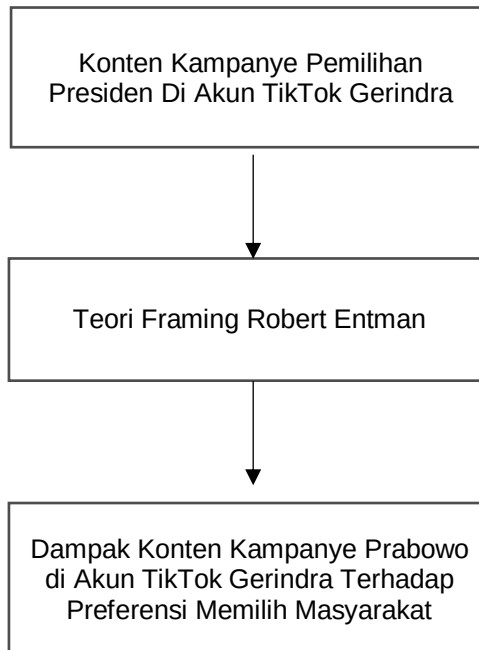
dipublikasikan dapat menjadi menarik, terutama untuk tujuan kampanye. TikTok menurut Purnomo dkk., (2022) media sosial baru yang sedang populer di kalangan masyarakat memiliki potensi besar dalam mendukung komunikasi politik para aktor politik. Ini disebabkan oleh berkurangnya minat masyarakat terhadap media tradisional, yang terkadang dianggap lebih terkendali oleh pemerintah dan digunakan untuk kepentingan elit, sehingga banyak orang lebih memilih mencari berita dan informasi politik melalui media sosial berbasis digital, termasuk TikTok.

1.9 Kerangka Pikir

Seiring perkembangan teknologi yang semakin cepat, setiap elemen dituntut untuk bisa beradaptasi akan hal tersebut dan memengaruhi setiap aspek dalam kehidupan. Kebutuhan untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi dengan cepat, diikuti oleh hadirnya media digital semakin mempermudah untuk mendapatkan akses tersebut. TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial, telah berkembang menjadi sebuah fenomena dan gaya hidup baru dalam kehidupan masyarakat, fitur yang mudah dan tampilan yang menarik menjadikan *platform* ini tumbuh begitu pesat di Indonesia. Hal ini juga menjadi indikasi bahwa TikTok sebagai media sosial secara perlahan tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari masyarakat pengguna internet di Indonesia dan juga menjadi salah satu sumber informasi untuk masyarakat dalam berbagai sektor baik ekonomi, sosial, hingga politik. Dalam konteks politik, hadirnya TikTok sebagai *platform* media yang besar menjadi sebuah hal yang dimanfaatkan sebagai salah satu media kampanye yang sangat strategis untuk kelompok maupun aktor-aktor politik tertentu dalam mendapatkan perhatian atau atensi masyarakat sehingga dapat mencapai kepentingannya melalui komunikasi politik. Dengan meningkatnya tren kampanye politik di media digital khususnya TikTok dalam beberapa tahun terakhir, ini terus berlanjut dalam kontestasi politik yaitu Pemilihan Presiden yang dilaksanakan pada tahun 2024. Dalam Pemilihan Presiden tahun 2024 yang diikuti oleh 3 pasangan calon menunjukkan tingginya aktivitas kampanye yang dilakukan oleh setiap calon di media sosial TikTok terlebih lagi dalam periode waktu menjelang pemilihan. Maka dari itu, melalui penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana peran TikTok dalam memengaruhi preferensi memilih masyarakat sebagai platform sosial yang bebas melalui *Framing* Robert Entman.

Teori *Framing* Robert Entman relevan terhadap penelitian ini karena membahas bagaimana pengaruh framing atau penyajian konten-konten calon presiden di media sosial TikTok terhadap preferensi pemilih. Media sosial dengan konten videonya dapat memberikan penekanan khusus terhadap isu atau pesan-pesan tertentu sehingga dapat memengaruhi pilihan pemilih. Selain itu, konsep *framing* juga membantu dalam memahami bahwa media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk memengaruhi opini dan pilihan politik pemilih melalui penyajian informasi yang disesuaikan oleh tujuan maupun kepentingan yang berusaha dibangun oleh aktor politik.

1.10 Skema Kerangka Pikir



BAB II

METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang tipe penelitian, jenis penelitian, Lokasi dan objek penelitian, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data. Penguraian diatas digunakan untuk memenuhi tujuan penelitian.

2.1 Tipe dan Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Menurut John W. Creswell (2010:4-5) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang atau oleh sejumlah individu tau sekelompok orang, yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Pendekatan kualitatif adalah metode untuk menggali dan memahami makna yang dimiliki oleh individu atau kelompok, yang terkait dengan masalah sosial atau kemanusiaan. Dengan mengutip pendapat John W. Creswell, menurut Silalahi (2009:77) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif didefinisikan sebagai proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial berdasarkan pada penciptaan Gambaran holistic lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah. Pendekatan kualitatif adalah proses untuk memahami masalah sosial dengan cara menggambarkan secara menyeluruh menggunakan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara detail dan menyusun dalam konteks ilmiah.

Pendekatan analisis isi adalah metode penelitian untuk mengidentifikasi, mengelompokkan dan menafsirkan pentingnya konten media atau dokumen. Dengan demikian, penerapan metode ini dalam penelitian memungkinkan kajian terhadap suatu fenomena dilakukan secara lebih menyeluruh dan mendetail tentang bagaimana konten-konten politik dalam akun TikTok Gerindra dapat mempengaruhi preferensi memilih Masyarakat.

2.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Media TikTok yang berfokus pada konten politik yang tersebar pada masa kampanye yang berlangsung pada pada November 2023 – Desember 2023.

2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data ada Penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada Peneliti. Dalam penelitian ini, sumber data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Maka, data primer dalam Penelitian ini berasal dari hasil observasi atau pengamatan langsung dari konten-konten TikTok pada akun Gerindra yang berhubungan dengan Pemilihan Presiden Tahun 2024. Dari konten tersebut, Peneliti menganalisa secara seksama terhadap konten-konten Tiktok yang berhubungan dengan Pemilihan Presiden Tahun 2024.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang dapat diperoleh Peneliti dari berbagai sumber lainnya untuk melengkapi data. Data sekunder tersebut berupa jurnal, buku, skripsi dan referensi akan dimasukkan menjadi data sekunder.

2.4 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan. Beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Fokus pada Konten : Analisis ini akan terbatas pada jenis konten yang diposting pada akun TikTok Gerindra yang berkaitan langsung dengan kampanye Prabowo Subianto sebagai calon presiden, termasuk video dan interaksi dengan pengguna, tanpa membahas konten dari akun politik lainnya.
2. Periode Waktu : Penelitian ini akan mencakup konten yang diunggah di akun TikTok Gerindra selama periode kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2024, peneliti mengambil waktu pada November – Desember 2023.
3. Media Sosial : Pada media sosial saat ini ada berbagai macam seperti, Instagram, Facebook, X, Youtube. Penelitian ini akan memfokuskan pada media sosial TikTok

4. Aspek Analisis : Analisis akan difokuskan pada tema, pesan, dan komunikasi yang digunakan dalam konten yang berkaitan dengan Prabowo Subianto pada Akun TikTok Gerindra, serta respons dan interaksi dari pengguna TikTok, tanpa mengeksplorasi aspek teknis atau algoritma platform.
5. Konteks Politik : Analisis ini akan dilakukan dalam konteks Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Indonesia, dengan fokus khusus pada Prabowo Subianto, tanpa membahas isu-isu politik yang lebih luas atau perbandingan dengan pemilihan presiden pada calon lain.

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam Penelitian ini sebagai berikut:

1. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan suatu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan memeriksa teks atau dokumen tertulis di media TikTok.

2. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan proses yang melibatkan tinjauan terhadap karya-karya literatur yang relevan dengan topik penelitian. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan metode studi pustaka untuk memperkaya hasil Penelitian yang sedang diteliti melalui buku-buku, karya ilmiah, jurnal, internet, dan sumber lainnya.

2.6 Teknik Analisis Data

Semua data yang diperoleh dalam Penelitian ini dianalisis dengan metode analisis kualitatif melalui pendekatan analisis wacana sehingga dapat menghasilkan suatu Kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Setelah data-data tersebut terkumpul sebagaimana yang diperlukan yaitu dokumentasi, studi kepustakaan, serta data lain yang mendukung Penelitian, maka selanjutnya data tersebut dianalisis melalui pendekatan analisis wacana.

1. Reduksi Data

Untuk meningkatkan efisiensi olahan dan analisis data, reduksi data adalah proses penyederhanaan dan abstraksi data dan

informasi. Dengan reduksi data, peneliti memfokuskan pada informasi yang paling penting dan relevan untuk menjawab pertanyaan atau tujuan analisis yang telah ditetapkan.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan penyajian dalam bentuk uraian singkat, gambar, kategori dan bagan. Pada tahap ini, memudahkan perencanaan Langkah-langkah selanjutnya dan membantu dalam memahami dinamika yang terjadi.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, membaca hasil yang telah disajikan kemudian Peneliti mengambil poin-poin penting dan menyesuaikan dengan konsep dan teori yang telah peneliti tentukan