

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Telah selesainya Pemilihan Umum (Pilpres) 2024 menjadi momen krusial dalam sejarah politik Indonesia, terutama karena tingginya partisipasi dari Generasi Z dengan populasi terbanyak kedua setelah Generasi Y (Millennial) sebagai pemilih pemula. Generasi Z lahir serta besar dalam era internet dan media sosial yang menjadikan mereka *digital native* yang terbiasa dengan kecepatan informasi dan interaksi serba instan (Rinaudo, 2023). Tak hanya itu, mereka karena dikenal adaptif juga terhadap teknologi ataupun media sosial yang memiliki akses informasi tanpa batas, sering kali membuat mereka merasa paling paham serta paling cepat merespons berbagai isu/tren ataupun seolah merasa paling tahu, paling *update* dan *well-literated* dengan informasi yang ada.

Generasi Z hampir tidak mengenal dunia tanpa internet hingga memiliki kecenderungan dalam menggunakan internet dan media sosial untuk berbagai keperluan, termasuk memperoleh informasi sehari-hari. Menurut laporan DataIndonesia.id, Generasi Z pada tahun 2022 menggunakan TikTok sebagai *platform* yang paling banyak diakses untuk berdiskusi dan mencari informasi dengan persentase mencapai angka 24% (Widi, 2023). Hal ini berbeda dengan generasi sebelumnya, seperti Generasi X atau Y yang mendapatkan informasi dari media konvensional-elektronik seperti koran, televisi atau diskusi di lingkungan sekitarnya.

Perubahan kebiasaan dalam mendapatkan informasi dari internet dan media sosial ini telah membawa perubahan besar dalam komunikasi politik (Casero-Ripollés, 2020), salah satunya ialah pemimpin opini digital yang

seringnya memiliki agenda pribadi dan menggunakan ruang publik digital untuk menyebarkan opini politiknya ke pengguna media sosial. Pada hal ini Generasi Z di satu sisi menganggap dirinya memiliki pemahaman yang baik (*well literated*) dalam mengakses informasi karena kedekatan mereka dengan teknologi. Namun, di sisi lain mereka sangat mungkin terjebak dalam ilusi pengetahuan yang dibentuk oleh algoritma media sosial, terutama karena sifatnya yang berorientasi pada bisnis dan komersil, bukan berorientasi pada demokrasi.

Berperan menjadi sumber perolehan informasi Gen Z, TikTok menyajikan berbagai bentuk konten yang ringan dan fitur-fitur yang memudahkan penggunaannya, seperti komentar biru, bagikan ulang (*repost*), menyukai (*like*), kolom pencarian dan *live streaming*. Konten yang dikemas dengan ringan dan ringkas pada penggunaan TikTok oleh pemilih pemula ini sangat berpotensi membentuk opini dan bertransformasi menjadi tindakan politik, baik penggunaan hak pilih hingga berpartisipasi dalam kegiatan politik lainnya di Pilpres 2024.

Kekhawatiran peneliti ialah banyak dari Generasi Z merasa sudah merasa memiliki literasi yang baik, tapi kenyataannya mereka belum cukup kritis dalam memilih mana konten yang manipulatif dan informatif, terkhususnya dalam hal politik. Sebab, pemilih pemula menurut Siregar (2024) sebagai kelompok individu yang baru pertama kali mendapatkan dan menggunakan hak suara pilihannya cenderung dipengaruhi oleh media sebagai sumber informasi. Mereka masih mudah mengubah pilihan karena masih labil dalam mengambil keputusan, kurangnya pemahaman politik dan mudah terbawa perubahan suasana hati (Azirah, 2019; Beniman et al., 2022).

Sejalan dengan itu, Gen Z memiliki faktor pembentuk preferensi politik yang cukup kompleks, terdiri dari pengalaman di sekolah, interaksi dengan teman

sebaya dan seperti sebelumnya paparan dari berbagai media (Martinez et al. dalam Solihat, 2024). Terlebih Gen Z dalam sekali kesempatan mengakses TikTok rata-rata menghabiskan waktu paling banyak selama satu jam dilansir dari Jakpat (dalam Rainer, 2024). TikTok juga berperan sebagai sumber informasi utama bagi generasi muda yang sangat mengandalkan media sosial dibandingkan dengan media massa yang mencakup sumber jurnalistik yang jauh lebih kredibel (Hasebrink et al., 2022; Lukman, 2024).

Opini (sikap atau pandangan dalam rupa kata-kata) dan tindakan politik (manifestasi dari opini ke bentuk aksi nyata) yang dihasilkan oleh pemilih pemula Gen Z dalam mengelola dan mencerna pesan politik yang beredar di media sosial TikTok akan menjadi perhatian penelitian ini. Kemampuan TikTok memobilisasi konten yang membentuk opini publik dikhawatirkan peneliti mampu mengarahkan perubahan terhadap keputusan dalam memilih berdasarkan apa yang dinilai dan dinyatakan oleh media dalam kontennya. Hal ini menjadikan pemilih pemula Gen Z menjadi target pasar menarik bagi para selebriti atau tokoh politik yang menggunakan media sosial yang mungkin terafiliasi dengan kelompok politik tertentu untuk bisa mengajak dan mengarahkan pandangan ataupun persepsinya (Kurniawati, 2023).

Penggunaan TikTok oleh masyarakat dibuat semakin *segmented* karena algoritmanya, dan khawatirnya pada konteks pemilihan presiden (Pilpres) 2024 dalam menyebarkan konten politik yang secara signifikan berisiko membentuk opini dan tindakan pemilih, terkhususnya Gen Z. Artinya, semakin lama menonton suatu konten, memberikan suka atau ikut berkomentar di akun pemilik konten, semakin besar pula kemungkinan konten serupa akan muncul di beranda pengguna TikTok tersebut. Kemudian, TikTok tidak hanya memfasilitasi akses informasi

saja, tetapi juga berpotensi mengisolasi pengguna dalam ruang gema (*echo chamber*) yang memperkuat dan mengunci pandangan mereka (Judijanto et al., 2023).

Hal ini selaras dengan teori determinisme teknologi yang menyatakan bahwa teknologi hadir membawa perubahan terhadap masyarakat, mulai dari budaya, gaya komunikasi dan interaksi sosial (Hidayat et al., 2024). Teori ini menempatkan teknologi sebagai entitas yang memiliki kekuatan independen yang mampu menentukan perubahan dari segi ekonomi, sosial budaya dan politik menurut Alvares (dalam Jehalut, 2023). Kemajuan dari teknologi yang dibuat manusia (TikTok) ini memberikan perubahan signifikan terhadap masyarakat (pemilih pemula Gen Z) yang membentuk gaya dan ketergantungan baru terhadap teknologi dalam mencari informasi (terutama politik) di kehidupan sehari-harinya.

Perubahan perilaku ini juga bisa dijelaskan dengan teori *selective exposure*. Teori ini menjelaskan bahwa orang cenderung mencari dan menerima informasi yang cocok dengan keyakinan atau pandangan mereka, sambil menghindari informasi yang bertentangan (Humanes, 2019). Di TikTok, meskipun banyak konten disajikan oleh algoritma TikTok, pemilih pemula Gen Z aktif memilih dan menghindari informasi yang sesuai minat hingga memperkuat pandangan mereka.

Masyarakat dalam konteks penelitian ini ialah pemilih pemula Gen Z telah terjadinya perubahan budaya dalam mencari informasi politik di media sosial TikTok dan aktif berdiskusi di halaman komentar atau berdasarkan konten politik TikTok di kelompok sebayanya. Sebagai media baru, kehadiran TikTok dalam menyebarkan informasi politik perlu disikapi kritis. Mengingat

karakteristik *platform* ini yang mengutamakan kecepatan dan algoritma berbasis tren, memungkinkan informasi yang tersebar manipulatif, bahkan ekstremnya mungkin menyesatkan.

Penelitian ini akan menyoroti TikTok oleh peneliti sebagai objek penelitian. Media sosial TikTok tersebut sebagai *new media* membentuk konvergensi media yang lebih praktis, cepat hingga mudah diakses kapan dan di mana saja asal terkoneksi dengan jaringan internet (Utami, 2021; Roem & Sarmiati, 2021). Medina Serrano (dalam Cervi et al., 2023) mengatakan aplikasi media sosial TikTok juga sudah digunakan untuk memengaruhi pemilihan umum dengan menjadikan ruang untuk berdiskusi politik kaum muda.

Berdasarkan hasil dari survei pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap 53 pemilih pemula Gen Z terdapat 94,3% yang aktif menggunakan TikTok selama masa Pilpres 2024. Dari seluruh responden survei pra-penelitian tersebut juga terlihat bahwa pemilih pemula paling banyak 88,7% mengikuti isu hiburan. Diikuti dengan isu sosial sebesar 64,2% dan di posisi ketiga terdapat politik dan gaya hidup dengan angka sekitar 60,4%. Dapat ditarik kesimpulan dari hasil survei pra-penelitian ini menggunakan TikTok fokus terhadap isu hiburan, disusul dengan sosial, gaya hidup dan politik.

Salah satu penelitian terdahulunya fokus melihat TikTok ialah penelitian dari Cervi (2023) yang menjelaskan kandidat wali kota Pilpres Barcelona 2023, Ada Colau yang mencoba menggunakan TikTok untuk menjadi sarana strategi komunikasi dan kampanye politiknya. Hasil penelitiannya menggambarkan bahwa Ada Colau membangun kedekatan terhadap audiens melalui kontennya di TikTok hingga mendapatkan kepercayaan dari komunitas.

Cervi (2023) menegaskan bahwa karena Generasi Z menyukai TikTok

untuk berdiskusi dan berekspresi isu sosial dan posisi politik mengakibatkan para politisi menggunakan *platform* ini untuk terhubung dengan pemilih pemula. Hal ini meningkatkan kemungkinan para politisi menggunakan platform ini untuk terhubung dengan kaum muda (Cervi, 2023). TikTok fokus dengan video singkat sebagai basis utamanya dan Instagram lebih fokus terhadap konten foto dan gambar walaupun memiliki fitur video juga (Herrman, 2019; Shutsko, 2020). Kemudian, studi lain yang meneliti TikTok yakni Ramdani Bur, Fitri Ayuningtyas & Munadhil Abdul Muqsith dengan judul “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z” menghasilkan temuan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media informasi yang populer di khalayak luas dan telah berhasil membangun keyakinan pada penggunaannya untuk bertindak sebagaimana informasi yang menarik oleh konten yang ada.

TikTok di era digital saat ini berperan krusial dalam membentuk opini dan tindakan politik pemilih pemula Gen Z karena penggunaan media sosial dan internet yang masif. Eksistensi dari media sosial memang krusial hingga tak dapat dilepaskan dari bagaimana manusia berkomunikasi selama satu dekade terakhir (Rinaudo, 2023). Bahkan, sesuai dengan laporan survei dari Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan judul “Status Literasi Digital di Indonesia pada Tahun 2022,” media sosial menjadi sumber utama dalam mendapatkan informasi oleh masyarakat selama beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan dengan pemaparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana TikTok menjadi sumber informasi bagi pemilih pemula terkhususnya terhadap pesan pada konten politik hingga membentuk opini serta tindakan politik pada Pemilihan Presiden 2024. Dengan ini, peneliti memberi judul Opini Dan Tindakan Politik Gen Z Pada Pemilihan Presiden 2024 (Studi

Kasus Perilaku Bermedia Sosial Pemilih Pemula Pengguna TikTok).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikaji oleh peneliti berdasarkan uraian di atas adalah bagaimana opini dan tindakan politik pemilih pemula gen z di pemilihan presiden 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menjelaskan bagaimana TikTok digunakan oleh pemilih pemula Gen Z dalam membentuk opini politik tentang Pilpres 2024.
2. Menjelaskan bagaimana informasi politik di TikTok mendorong pemilih pemula Gen Z untuk melakukan tindakan politik memilih presiden 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Segi akademis, peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat menambah wawasan serta meningkatkan pengetahuan dan referensi terkait bidang Ilmu Komunikasi seperti konsep atau model terkhususnya pada studi komunikasi massa dan politik dalam pembentukan opini serta tindakan politik pada pemilih pemula Gen Z di TikTok yang berperan sumber informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian dapat menjadi sumber informasi dan bahan masukan dari berbagai kalangan (tidak hanya Gen Z) untuk dapat lebih memahami, memilah, serta mengevaluasi setiap informasi yang diterima agar tidak mudah terprovokasi terhadap informasi dari pemikiran dan tindakan oleh isu politik yang dibangun yang ada di media sosial.