

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak media yang menyebarkan berbagai informasi kepada masyarakat. Informasi ini dapat dikemas dalam format audio, teks, gambar, dan audiovisual. Dengan hadirnya media, pemirsa tidak lagi sendirian. Pemirsa tidak hanya menjadi subjek informasi, tetapi juga dapat berinteraksi secara aktif dengannya. Teknologi berbasis internet disebut media baru. Media baru secara sederhana dapat diartikan sebagai media interaktif, yang mengacu pada perangkat media baik perangkat keras maupun perangkat lunak.

Menurut data riset *We Are Social*, banyaknya pemakai internet di Indonesia mencapai hampir 213 juta pada Januari 2023. Nominal tersebut menggambarkan 77% dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa. Mayoritas pengguna internet dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dari tahun 2020 hingga 2021 berusia di atas 25 tahun, dengan rata-rata sebesar 56%, menurut temuan Badan Pusat Statistik dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (Media Republik, 2023) Hingga Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 203 juta orang. Melihat perkembangan selama ini, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2012, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya 39,6 juta. Tahun ini, jumlah pengguna Internet di Tanah Air meningkat lima kali lipat dibandingkan sepuluh tahun lalu. Pada tahun 2017,

jumlah pengguna meningkat pesat menjadi 136 juta. Selain itu, 94,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon seluler. (Karnadi, 2022)

Jumlah pengguna media sosial yang dilacak oleh We Are Social ini terus meningkat setiap tahunnya di seluruh dunia. Jumlah tersebut meningkat menjadi 4,2 miliar pada Januari 2021, mewakili 13,2% dari total jumlah tahun lalu. Sejak tahun 2020 dan seterusnya, jumlah rata-rata pengguna media sosial baru meningkat menjadi lebih dari 1,3 juta. (Bayu, 2021)

Menurut data pengguna internet di Indonesia, hal ini turut mempengaruhi perubahan lingkungan sosial. Kemunculan internet atau memberikan informasi yang komprehensif juga bersifat terlibat. Jejaring sosial ialah bagian dari bentuk sarana baru yang mencerminkan kehidupan sehari-hari penggunanya. Instagram, Facebook, X, dan TikTok merupakan jejaring sosial yang digunakan untuk berbagi konten seperti kegiatan, dan opini pengguna, serta menciptakan ruang komunikasi dan interaksi. (Bayu, 2021)

Jejaring Sosial bukan sekadar alat komunikasi; mereka juga dapat digunakan untuk tujuan bisnis dan untuk berbagi informasi. Jejaring Sosial adalah platform yang unik. Kontribusi video atau gambar yang tidak mengandung aspek negatif apa pun (seperti asal suku, agama, ras, atau hubungan antarpribadi) dapat diterima. Semakin memesonakan sebuah konten yang diunggah, maka semakin banyak orang yang mengikuti akun Jejaring Sosial yang Anda gunakan. Disamping itu, masyarakat juga bisa berekspresi secara bebas di Jejaring Sosial. Namun, karena Jejaring Sosial dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja, maka ada kelebihan dan kekurangan dalam

menggunakannya. Selain itu, ketersediaan perangkat yang relatif murah membuat Jejaring Sosial dapat diakses oleh semua orang. (Studi et al. 2023)

Jejaring Sosial mempunyai kapasitas untuk memengaruhi publik. Dengan meningkatkan tunjangan audiens melalui Jejaring Sosial, audiens dapat menyampaikan lima pesan lebih cepat. Dengan ini jejaring sosial telah menciptakan ruang demokratis baru untuk komunikasi politik.

Jejaring Sosial sebagai menunjang komunikasi politik yang berfungsi untuk mendorong masyarakat berpartisipasi aktif dengan berpartisipasi secara terbuka dan berkontribusi, bertukar informasi dan merespons dengan cepat.

Jejaring Sosial menjadi bagian penting bagi partai politik untuk menginformasikan aktivitas politiknya kepada masyarakat. Selain itu, karena media dapat mempengaruhi berbagai faksi politik, media juga dapat dimanfaatkan oleh partai politik. dengan tujuan yang berbeda. Meningkatnya pengguna Jejaring Sosial di Indonesia menyebabkan semakin meluasnya penggunaan Jejaring Sosial, terutama untuk tujuan politik.

Salah satu Jejaring Sosial yang digunakan sebagai media komunikasi politik adalah TikTok. TikTok adalah salah satu platform komunikasi digital berupa audio visual yang didalamnya Sebagian besar berupa hiburan berbentuk audio visual, namun setiap pengguna masih dapat berkomunikasi dan berpartisipasi untuk berbagi secara terbuka maupun individu. TikTok merupakan Jejaring Sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menggunakan banyak fitur, antara lain membuat video, mengirim pesan melalui *direct message* layaknya platform komunikasi digital lainnya.

Menurut data yang diberikan dari situs demandsage.com, di tahun 2023 sampai tahun 2024 jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 126,83 juta jiwa. Jumlah tersebut menduduki posisi kedua dunia setelah Amerika Serikat (sekitar 148,92 juta pengguna), Brasil (98,59 juta pengguna), Vietnam (67,72 juta pengguna), dan Rusia (58,59 juta pengguna). Dari data tersebut dapat dikonfirmasi bahwa TikTok menjadi media sosial yang sangat populer dan banyak digunakan oleh khalayak nasional maupun internasional. (Singh, 2024)

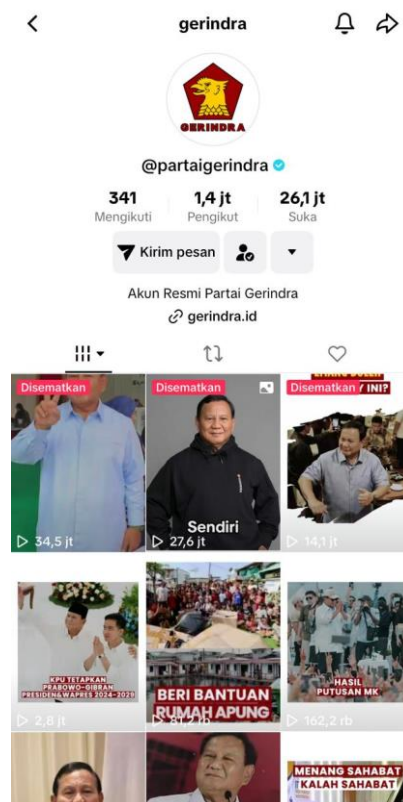
TikTok menjadi populer sehingga dapat digunakan untuk segala tujuan, termasuk sebagai media komunikasi politik karena kontennya yang tak terbatas. TikTok berada di urutan keempat daftar media sosial yang paling populer. TikTok bukan salah satu dari tiga media sosial dengan jumlah pengguna tertinggi, tetapi itu memiliki beberapa keuntungan. Salah satunya adalah bahwa itu memungkinkan kita mengakses informasi dengan cepat menggunakan Algoritma pengguna dan yang paling populer, sehingga berbagai informasi muncul secara otomatis di *For Your Page* (laman utama).

TikTok saat ini banyak digunakan oleh politisi di dalam negeri dan di luar negeri untuk mendukung kebijakan dan berinteraksi dengan orang awam dan pejabat lainnya. Sebagian besar pejabat, eksekutif, kementerian, dan partai politik memiliki akun resmi di TikTok di mana mereka mendokumentasikan aktivitas mereka.

TikTok digunakan sebagai platform komunikasi politik, yang saat ini digunakan sebagian besar oleh partai politik Indonesia. Tujuannya adalah untuk melakukan kegiatan kampanye guna meraih dukungan dari mayoritas

publik dan menang di Pemilihan Umum dan juga mendorong pengguna untuk berpartisipasi dalam diskusi online, berbagi data, dan merespons dengan cepat melalui postingan terbuka dan komentar. Targetnya adalah generasi muda dari berbagai usia. (Erfan & Adnan, 2020)

Hal ini pun dimanfaatkan Partai Gerindra melalui akun TikTok @Partaigerindra yang kini memiliki 1,4 juta pengikut. Akun TikTok Partai Gerindra berisi postingan mengenai kegiatan dan penyajian berita mengenai Partai Gerindra disajikan melalui audio Visual.



Gambar 1.1 Akun TikTok Partai Gerindra

Tetapi, yang membedakan akun TikTok Partai Gerindra dengan akun TikTok partai lainnya adalah adanya interaktivitas antara akun TikTok Partai Gerindra dengan Pengguna media TikTok. Admin akun TikTok Partai Gerindra

ini sendiri berupaya berintegrasi ke dalam masyarakat yang difokuskan kepada anak muda. Maka dari itu, admin TikTok Partai Gerindra berusaha memberikan pelayanan terbaik, mengikuti perkembangan tata bahasa dan *content* yang disajikan untuk menyikapi keluhan, aduan, dan reaksi Netizen. Bukan itu saja akun TikTok Gerindra juga menawarkan jam kerja yang sangat fleksibel dan cepat menjawab segala pertanyaan dan *request* netizen.

Menurut Analisa peneliti setelah perbandingan dengan akun akun TikTok Partai Politik di Indonesia, Gerindra menjadi akun Tiktok Partai Politik yang cukup terkenal dengan pengikut sebanyak 1,4 Juta pengikut, telah dibandingkan dengan Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sebanyak 954,3 ribu pengikut, lalu Partai Amanat Nasional (PAN) sebanyak 647,9 ribu Pengikut, lalu Partai Golongan Karya (Golkar) sebanyak 347,1 ribu pengikut, dan juga Partai Keadilan Sejahtera (PKS) memiliki pengikut sebanyak 116,1 ribu pengikut.

Partai Gerindra yang menggunakan akun. TikTok di media sosial untuk menjalin hubungan komunitas yang baik dan menciptakan hubungan antar tingkatan politik atas. Banyak sekali manfaat yang didapat dengan memanfaatkan sosial media TikTok bagi Partai Gerindra, antara lain informasi-informasi yang dapat diterima oleh netizen di TikTok, seperti ide-ide, atau ajakan kegiatan yang berkaitan dengan Partai Gerindra. Termasuk interaksi. Transmisi informasi dan berita melalui TikTok juga dinilai lebih cepat dan efektif dibandingkan melalui media konvensional. Partai Gerindra juga menjadi partai politik dengan akun jejaring sosial X yang paling banyak diikuti. Berikut

data jumlah pendukung partai politik yang menggunakan jejaring sosial di Indonesia.

Tabel 1.1 Pengikut Jejaring Sosial Partai Politik

No	Nama Partai	Pengikut Youtube	Pengikut Instagram	Pengikut Twitter	Pengikut Tiktok
1	Partai Gerindra	302 Ribu	1 Juta	748 Ribu	1,4 Juta
2	Partai PSI	119 Ribu	386 Ribu	169 Ribu	954,3 Ribu
3	Partai PAN	77,6 Ribu	579 Ribu	79 Ribu	647,9 Ribu
4	Partai Golkar	17,1 Ribu	270 Ribu	32 Ribu	347,1 Ribu
5	Partai PKS	291 Ribu	452 Ribu	516 Ribu	116,1 Ribu

Sumber: Dokumentasi jejaring sosial masing-masing partai politik

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa Partai Gerindra menempati akun jejaring sosial yang paling banyak diikuti di jejaring sosial YouTube, Instagram, X, dan TikTok. Fokusnya saat ini tertuju pada akun TikTok milik partai tersebut. Partai politik menyasar generasi muda yang mendominasi masyarakat dan mempengaruhi dinamika politik. Generasi ini, dengan akses terhadap pendidikan tinggi, menawarkan potensi yang cukup besar. Menargetkan dan merekrut generasi muda dapat membantu mengurangi stigma negatif politik dan mengatasi tantangan saat ini.

Untuk pemilu 2024, partai politik sedang membuat rencana baru. Memanfaatkan generasi muda untuk mencapai keberhasilan partai. Banyak partai politik yang aktif menggunakan jejaring sosial seperti TikTok, yang

populer di kalangan remaja. Salah satu cara untuk memperkenalkan partai politik kepada generasi muda melalui platform jejaring sosial adalah melalui interaksi aktif antara partai politik dan generasi muda; ini dianggap dapat mendorong dukungan serta meningkatkan kesadaran kritis mereka. Suatu generasi yang cerdas akan menggunakan hak politiknya.

Kajian mengenai interaktivitas jejaring sosial dan juga mengenai penerapan jejaring sosial sebagai jejaring komunikasi politik sudah banyak diangkat oleh peneliti terdahulu, salah satunya jurnal penelitian dari Ayu Nenden Assyfa Putri dari Universitas Indonesia, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang diterbitkan di Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, berjudul **“Gaya Komunikasi Politik Twitter Partai Gerindra”**, jurnal ini menjelaskan aktivitas dari akun sosial jejaring Twitter Partai Gerindra yang memiliki gaya komunikasi politik yang berbeda, konten atau tweet yang disampaikan kepada audiens tentu masih bersifat informatif untuk melakukan branding terhadap partainya, namun komunikasi yang dikemas kini sangat santai dan menyesuaikan anak-anak twitter.

Dilihat dari perspektif teori difusi inovasi, strategi yang digunakan oleh akun twitter Partai Gerindra memiliki maksud untuk lebih dekat dan berbau dengan masyarakat, namun selain itu tujuan dari Hal tersebut terkait dengan pernyataan Joseph (2012:33) yang menjelaskan bahwa jejaring sosial dapat menjangkau berbagai kalangan termasuk para pemilih muda untuk berpartisipasi lebih besar.

Pada akhirnya kita melihat bahwa jejaring sosial telah memungkinkan serangkaian keterjangkauan teknologi yang akan berguna sejauh mana mereka dapat dipisahkan dari bisnis rakus di ruang publik. Namun kekhawatirannya adalah jejaring sosial lebih memungkinkan para penguasa untuk menghindari segala pertanyaan kritis dari masyarakat. (Putri A. N., 2021)

Penelitian lain dalam bentuk jurnal dari Umi Jazilatul Khanifah dan Pia Khoirotun Nisa dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang diterbitkan di Al Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, berjudul **“Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Jejaring TikTok”**, jurnal ini menjelaskan bagaimana Kevin Nguyen sebagai Content Creator yang membahas mengenai isu politik, gaya komunikasi Kevin Nguyen dapat memancing khususnya anak muda untuk tertarik dengan isu politik yang dibahas Kevin Nguyen dengan akun sosial jejaring TikTok Miliknya.

Penelitian ini menggunakan teori Gaya komunikasi (communication style) menurut Robert Norton sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan nonverbal untuk memberi isyarat bagaimana makna sebenarnya yang ingin dipahami dan dimengerti. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang peneliti lakukan bahwa berikut merupakan Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Jejaring TikTok diantaranya, Gaya Dominan (Kevin memiliki keberanian dan ketegasan dalam menyampaikan isu politik), Gaya Argumentasi (Kevin memiliki pemikiran yang kritis terhadap isu-isu politik yang ada di Indonesia), Animasi Ekspresif (Kevin Nguyen sering menggunakan bahasa tubuh salah satunya gerakan tangan).

Selanjutnya Gaya Meninggalkan Kesan (Kevin menunjukkan gaya komunikasi yang menonjol dan mudah diingat salah satunya dari cara penyampaian Kevin terlihat sekali bahwa Ia memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas), Gaya Santai (Kevin ketika menyampaikan isu politik menggunakan bahasa yang santai dan pembawaan yang terlihat tenang), Gaya Bersahabat (Kevin terlihat sering membalas komentar pengikutnya dengan balasan yang positif) Adanya gaya komunikasi karena terdapat faktor yang mempengaruhinya. Dari tujuh faktor pendukung gaya komunikasi tersebut, ada empat faktor yang terlihat mempengaruhi gaya komunikasi Kevin Nguyen diantaranya, kondisi fisik, peran, bahasa dan hubungan. (Khanifa & Nisa, 2023).

1.2 Fokus Penelitian dan Pernyataan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang Penelitian diatas maka fokus dalam penelitian ini adalah “Gaya Komunikasi Politik Melalui Akun TikTok Partai Gerindra”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Partai Gerindra mengetahui cara komunikasi politik melalui media TikTok?
2. Bagaimana Partai Gerindra menyesuaikan cara berkomunikasi di media TikTok dengan audiensnya?

3. Bagaimana sistem bermedia Partai Gerindra melalui akun media TikTok?
4. Bagaimana Partai Gerindra mengevaluasi gaya komunikasi politik melalui media TikTok?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bentuk gaya komunikasi politik Partai Gerindra melalui jejaring TikTok.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Partai Gerindra mengetahui cara komunikasi politik melalui media TikTok.
2. Untuk mengetahui cara Partai Gerindra menyesuaikan cara berkomunikasi di media TikTok dengan audiensnya.
3. Untuk mengetahui bagaimana sistem bermedia Partai gerindra melalui akun media TikTok.
4. Untuk mengetahui bagaimana Partai Gerindra mengevaluasi gaya komunikasi politik melalui media TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan khususnya bagi mahasiswa yang meneliti dan mempelajari

topik yang sama, atau sebagai bahan referensi berdasarkan teori difusi inovasi di jejaring sosial. Kajian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pemikiran dan wawasan serta referensi dan ilustrasi untuk memahami Gaya Komunikasi Politik Melalui Akun TikTok Partai Gerindra.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pihak Universitas Garut dalam perbaikan proses pembelajaran serta meningkatkan khazanah pembelajaran ilmu komunikasi khususnya mengenai interaktivitas jejaring di Fakultas Komunikasi dan Informasi Universitas Garut.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber, masukan, dan penjelasan bagi jejaring baru yang ingin menerapkan konsep jejaring baru

Selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang akademik yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, serta diharapkan dapat meningkatkan literasi politik masyarakat khususnya generasi muda dan maju dalam dunia politik.

3. Bagi Partai Politik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perencanaan strategi partai politik dalam jangka Panjang data tren politik, perubahan demografi, dan faktor-faktor ekssternal lainnya dapat digunakan untuk merencanakan Langkah-langkah strategis di masa depan, serta meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan public bagi partai politik yang penulis teliti.