

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, seiring dengan perkembangan zaman yang semakin cepat, memungkinkan setiap orang untuk mendapatkan informasi dengan mudah, dengan menggunakan berbagai media sebagai salah satu alat untuk mendapatkan informasi. Selain untuk mendapatkan informasi media juga dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dengan waktu yang singkat dengan orang lain yang berada di belahan dunia lain. Terdapat berbagai macam media yang dapat memberikan informasi, tetapi sekarang ini yang menjadi banyak perbincangan adalah media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi bahkan untuk melakukan sebuah pekerjaan dapat dilakukan dengan media sosial.

Dengan adanya media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan informasi, banyak konten-konten digital yang dibuat oleh individu-individu yang memiliki berbagai tujuan untuk sekedar menghibur ataupun memberikan fakta-fakta tentang berbagai hal yang belum diketahui oleh banyak orang. Seiring dengan berjalannya waktu media sosial terus memberikan dampak yang luar biasa bagi masyarakat yang ada di setiap negara, bahkan konten yang diberikan lebih beragam lagi seperti konten-konten politik yang dibuat oleh akun partai yang ada di dalam media sosial tersebut.

Penggunaan media sosial di Indonesia sekarang ini berdasarkan data yang ada pada bulan Januari tahun 2023 terdapat 167 juta orang yang menggunakan media sosial, atau mencapai 78 persen dari jumlah total pengguna internet yang ada di Indonesia (Muhtar, 2023). Data tersebut membuktikan bahwa di zaman sekarang ini media sosial menjadi salah satu alat yang dapat memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk mendapatkan informasi dan juga untuk melakukan komunikasi. Selain itu data juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia sekarang ini kebanyakan adalah remaja yang berkisar di usia 18-24 tahun dan selanjutnya berada pada kisaran usia 25-34 tahun (Yonatan, 2023). Dengan adanya data tersebut, sekarang ini media sosial banyak dilihat oleh remaja

yang memiliki keingintahuan tinggi untuk mendapatkan berbagai informasi dari media sosial.

Media Sosial sendiri dapat didefinisikan sebagai satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa (Brogan, 2010:11). Sedangkan, Dailey, 2009:3 menyatakan media sosial sebagai konten yang dibuat menggunakan teknologi dengan penerbitannya sangat mudah dikases dan terukur. Hal yang paling utama dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang lain, memperoleh bacaan dan berita, serta mencari konten-konten informasi lainnya. Terdapat ratusan media sosial yang beroperasi diseluruh dunia saat ini, media sosial yang termasuk dalam tiga besar seperti halnya Facebook, Instagram dan Twitter.

Media sosial yang belakangan ini banyak menjadi sorotan adalah *You Tube* dan Tik Tok, di Indonesia kedua media sosial ini banyak digemari karena konten-konten yang dibuat lebih beragam dibandingkan dengan media sosial lainnya yang hanya digunakan sebagai alat untuk melakukan komunikasi. *You Tube* adalah sebuah situs web berbagi video yang populer, dimana para pengguna dapat menonton, maupun men-*download* dan berbagi klip video secara gratis. *You Tube* pertama kali didirikan pada bulan Februari tahun 2005, pada awalnya *You Tube* hanya berisikan video-video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. (Faiqah, 2016). Tetapi seiring dengan berkembangnya zaman, *You Tube* menjadi sebuah media yang menampilkan lebih banyak konten-konten yang beragam yang menjadikan namanya lebih besar dibandingkan TV.

You Tube menjadi lebih besar karena kehadiran para *content creator* yang memberikan warna baru dengan menghadirkan konten-konten yang lebih bervariasi dibandingkan sebelumnya yang hanya berisikan klip video saja. Konten yang dibuat sekarang oleh para *content creator* lebih tersusun secara sistematis karena mereka menjadikan *You Tube* sebagai tempat untuk mencari uang, sehingga mereka harus memberikan konten-konten yang dapat menarik minat dari masyarakat agar mendapatkan penonton yang banyak. Dengan perkembangan yang sangat pesat membuat sekarang masyarakat lebih sering untuk menonton

tayangan menggunakan *You Tube* dibandingkan televisi, karena cara penggunaannya yang lebih fleksibel hanya dengan menggunakan *smartphone* sudah dapat mengakses tontonan yang mereka ingin lihat.

Selain *You Tube* ada juga TikTok yang merupakan aplikasi baru di media sosial yang berkembang dengan cepat dibandingkan aplikasi lainnya, TikTok memudahkan para penggunanya untuk dapat membuat video dengan durasi pendek, yang di dalamnya disertakan *music*, *filter*, dan beberapa fitur lainnya (Pardianti, 2022). Aplikasi TikTok ini menjadi sarana baru bagi masyarakat luas dalam menjelajahi kemajuan teknologi, aplikasi ini tidak hanya digemari oleh masyarakat melainkan banyak juga *public figure* yang turut serta meramaikan konten-konten dalam aplikasi ini. Berbeda dengan *You Tube* yang membutuhkan waktu lama untuk menjadi populer, TikTok menjadi populer dikarenakan konten yang dihadirkan lebih singkat jika dibandingkan dengan *You Tube*, tetapi tidak jarang juga pemilik akun TikTok juga merupakan *content creator* dari *You Tube*.

Dengan adanya aplikasi *You Tube* dan juga TikTok membuat perkembangan dalam dunia digital semakin pesat lagi, dengan menghadirkan konten dengan memperlihatkan visual menjadikan kedua aplikasi media sosial ini menjadi yang cukup populer dikarenakan masyarakat lebih senang ketika sebuah sajian diberikan dalam bentuk visual dan bukan dalam bentuk sebuah tulisan. Penyajian konten yang ada di dalam kedua media sosial tersebut cukup beragam termasuk di dalamnya ada konten-konten yang berkaitan dengan politik. Konten-konten politik yang dibuat oleh para *content creator* dapat dinilai cukup beragam dikarenakan tidak jarang konten yang disampaikan dengan banyak cara seperti *roasting*, *impersonate*, maupun kritik yang dibalut dengan sentuhan komedi di dalamnya.

Media sosial menjadi bagian terpenting dan telah memberikan dampak positif maupun negatif dalam kehidupan masyarakat. Para generasi muda yang dikategorikan sebagai generasi z merupakan kelompok masyarakat yang lahir di antara tahun 1980 hingga tahun 2000. Keunikan pada generasi Z tersebut adalah adanya budaya serta minat yang lebih terhadap teknologi informasi. Salah satu dampak dari perkembangan media sosial adalah hadirnya berbagai jenis konten,

salah satunya konten politik. Keberadaan konten politik di media sosial dapat terjadi karena terus bertumbuhnya dunia perpolitikan di Indonesia. Sebagai contoh yang mendasar di Indonesia konten politik yang sekarang ini banyak ditemui adalah adanya partai yang membagikan kegiatan mereka di media sosial, bukan hanya partai tetapi masyarakat juga ikut serta membuat konten yang banyak kaitannya dengan politik seperti melakukan *roasting* kepada calon presiden atau dengan memberikan kritik terhadap kasus-kasus politik yang ada di Indonesia.

Studi yang dilakukan oleh McKinsey (2018) dalam jurnal (Saktiri), generasi z dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok yang dapat dijadikan sebagai landasan bahwa generasi z adalah generasi yang datang untuk mencari sebuah kebenaran. "*the undefined ID*" merupakan sebutan pertama bagi generasi Z komponen ini menjelaskan bahwa generasi z akan mampu untuk dapat menerima semua ekspresi yang diberikan oleh setiap individu tanpa memberikan label tertentu kepada mereka, hal ini yang disebut sebagai proses pencarian jati diri sehingga generasi Z memiliki pemikiran yang lebih terbuka dan dapat memahami setiap keunikan individu lainnya.

"*the communaholic*" sebutan kedua bagi para generasi z, komponen ini menjelaskan bahwa gen z merupakan generasi yang memiliki banyak minat untuk dapat terlibat di dalam berbagai komunitas dan kegiatan yang memanfaatkan kemajuan teknologi yang sedang berkembang sekarang ini, dengan memanfaatkan kemampuan mereka menggunakan teknologi generasi Z berusaha untuk memberikan banyak dampak positif dari setiap kegiatan yang mereka lakukan. Ketiga, adalah "*the dialoguer*" generasi yang percaya bahwa komunikasi menjadi unsur yang sangat penting dalam melakukan sebuah kegiatan dan dalam menyelesaikan sebuah masalah, generasi Z dengan keterbukaan wawasan dan pemahaman terhadap karakter setiap individu-individu meyakini bahwa sebuah penyelesaian masalah akan menemukan sebuah jalan keluar apabila melakukan sebuah dialog atau berkomunikasi satu sama lain.

Keempat, "*the realistic*" merupakan sebutan bagi para gen z, generasi ini merupakan generasi yang paling realistis jika dibandingkan dengan generasi sebelum-sebelumnya. Generasi Z adalah generasi yang akan menikmati proses

belajar dan mencari informasi dengan kemandirian, sehingga generasi Z sekarang ini cenderung ingin memegang kendali akan sebuah keputusan yang akan mereka ambil. Gen Z menyadari pentingnya kestabilan secara finansial di masa yang akan datang sehingga mereka akan membuat keputusan yang lebih matang apabila berkaitan dengan masa depan.

Melihat hal tersebut, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat. Pesan politik ini dapat disampaikan dalam berbagai bentuk, baik tertulis maupun tidak tertulis, secara lisan maupun non-verbal, baik secara tersembunyi maupun terbuka, dan bisa disadari atau tidak disadari, namun selalu mengandung unsur politik. Keberadaan konten politik di media sosial juga memiliki dampak terhadap perilaku individu dan masyarakat selaku penikmat dari konten tersebut salah satunya adalah munculnya preferensi politik. Pilihan tindakan yang berdasarkan kepada nilai-nilai yang diyakini untuk dapat memberikan respon kepada isu politik yang ada pada diri seseorang merupakan pengertian dari preferensi (Unila, 2020). Seseorang yang sering menggunakan media sosial akan banyak melihat konten-konten politik yang berada di dalam media sosial tersebut, dengan banyak melihat konten politik akan membuat seseorang dengan sendirinya membuat preferensi politik.

Preferensi politik ini dapat terjadi karena adanya konten digital sebagai bentuk komunikasi politik. Menurut Gaber dalam Tabroni, 2012:16 komunikasi politik adalah proses belajar, proses menerima, proses improvisasi kebiasaan-kebiasaan, aturan-aturan, struktur- struktur, dan faktor-faktor lingkungan yang membentuk kehidupan dalam perpolitikan. Sosial media telah membuka akses yang begitu luas kepada siapapun bisa menjadi content writer, sehingga tidak mengherankan ketika media sosial benar-benar telah menjadi media yang bebas tentunya dapat diisi dengan konten-konten positif maupun negatif. Tidak ada batasan pula terhadap akses media sosial, karena itulah media sosial kini menjadi tantangan tersendiri dalam kehidupan masyarakat.

Melihat hal ini, tidak sedikit partai politik yang menggunakan media sebagai alat dalam kampanye, masing-masing peserta pemilu terus berlomba-

lomba untuk mencuri minat dan perhatian pengguna media sosial dengan saling menyampaikan pesan politik yang kreatif dan menarik. Selain bertujuan untuk meraup suara politik, penyampaian pesan politik pada media sosial juga dianggap mampu meningkatkan minat serta literasi politik generasi muda dibanding kegiatan kampanye secara langsung atau tatap muka.

Pemilihan umum akan menjadi tujuan terakhir dari setiap partai politik dan juga para politisi. Pemilu menjadi akan menjadi tempat penentu hasil dari kerja keras partai dan politisi setelah melakukan kampanye politik. Dari setiap tahun yang menjadi tahun pemilu, generasi z menjadi salah satu aktor penting dalam berlangsungnya pemilihan umum. Data menunjukkan pada tahun 2014 generasi z yang ikut serta dalam pemilihan umum adalah 11% dari 186 juta jumlah penduduk Indonesia pada saat itu. Jumlah ini meningkat cukup jauh jika dibandingkan dengan pemilihan umum sebelumnya pada tahun 2004 dan 2009, kenaikan ini juga terus berlanjut pada tahun 2019 dan tahun 2024. Pada tahun 2019 jumlah pemilih pemula menyentuh angka 54,5% dimana pemilih ini masih berusia diantara 17 sampai 22 tahun. Memasuki tahun 2024 pemilu kali ini menjadi ajang generasi z untuk menunjukkan peranan mereka yang semakin berpengaruh dengan menggugah antusiasme dan menyuarakan isu-isu politik, jumlah pemilih pada tahun 2024 menyentuh angka 46 juta menjadi kedua terbanyak setelah generasi milenial. Hal ini menunjukkan bahwa di zaman sekarang telah banyak orang yang *aware* terhadap isu-isu yang berkaitan dengan politik terkhusus para generasi z yang terlihat cukup antusias dalam menyambut pemilihan umum pada tahun ini.

Persentase pemilih muda pada Pemilu meningkat

Usia 17-21 tahun



Source: Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia

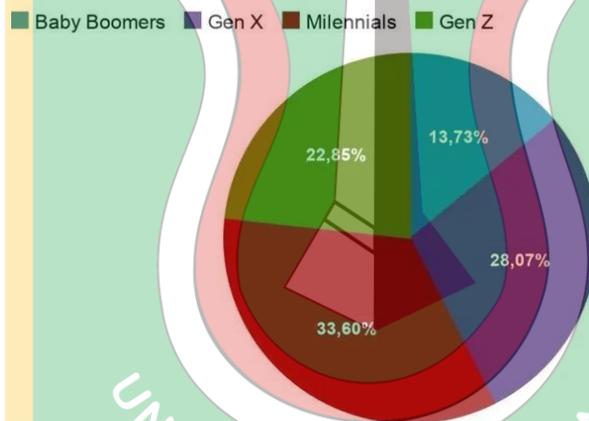
BBC

Gambar 1. 1 Presentase Pemilih Muda Pada Pemilu

(Sumber: bbc.com, 2024)

Generasi Milenial menjadi pemilih terbanyak pada Pemilu 2024

Persentase Daftar Pemilih Tetap



Source: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia

BBC

Gambar 1. 2 Presentase Daftar Pemilih Tetap Tahun 2024

(Sumber: bbc.com, 2024)

1.2 Rumusan Masalah

Oleh karena itu rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran konten politik di media sosial TikTok terhadap preferensi politik generasi z di kalangan mahasiswa ilmu politik?

2. Bagaimana pengaruh konten politik di media sosial TikTok terhadap preferensi politik generasi z di kalangan mahasiswa ilmu politik?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana peran konten politik di media sosial TikTok terhadap preferensi politik generasi z di kalangan mahasiswa ilmu politik.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh konten politik di media sosial TikTok terhadap preferensi politik generasi z di kalangan mahasiswa ilmu politik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Beberapa manfaat teoritis yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah dan memperluas pengetahuan serta wawasan penulis mengenai ilmu politik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi pada penelitian – penelitian selanjutnya. Manfaat kegunaan penelitian teoritis ini dapat membantu dan menjadi pedoman penelitian yang dilakukan oleh para peneliti dalam bidang politik. Penelitian ini akan dapat membantu penelitian lain yang akan dilakukan peneliti lain.

1.4.2 Manfaat Praktis

Beberapa kegunaan praktis yang ingin dicapai oleh peneliti diantaranya:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi mengenai bagaimana para generasi z dalam menentukan preferensi politik mereka melalui media sosial.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada bidang ilmu politik. Manfaat kegunaan penelitian dari segi praktis ini adalah, penelitian ini dapat membantu penelitian dari segala bidang yang berkaitan dengan preferensi politik generasi z melalui media sosial. Penelitian ini juga dapat

digunakan sebagai bahan objek penelitian. Serta membantu untuk menjadi pedoman penelitian dimasa mendatang.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Dalam bab pertama ini akan memaparkan secara garis besar latar belakang dari permasalahan yang akan dilakukan dalam penelitian, menyajikan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Pada bagian ini penulis menjelaskan secara singkat tentang pengaruh konten politik di sosial media terhadap preferensi politik perilaku pemilih individu.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Pada bab kedua ini akan menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kemudian pada bab ini juga memaparkan teori-teori yang akan digunakan untuk membahas mengenai penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teori perilaku pemilih untuk menganalisa permasalahan terkait dengan preferensi politik perilaku pemilih individu setelah melihat konten-konten politik di media sosial.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ketiga akan menjelaskan jenis metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Pada bab ini akan menjelaskan pendekatan penelitian, jenis penelitian, unit analisis, populasi dan sampel, penarikan sampel, jenis data penelitian, rencana teknik pengolahan data, rencana analisis data, serta batasan dan keterbatasan dalam penelitian yang dilaksanakan. Penelitian kali ini penulis menggunakan metode kualitatif.

BAB IV: Pembahasan

Dalam bab ini peneliti akan memaparkan hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait dengan peran konten politik di media sosial terhadap preferensi politik perilaku pemilih individu generasi Z di kalangan mahasiswa ilmu politik.

BAB V: Penutup

Pada bab penutup ini peneliti akan memaparkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan analisa, dan juga memberikan saran berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sehingga dapat memberikan solusi terhadap masalah yang dibahas.

