

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan arus globalisasi yang diikuti dengan berkembangnya teknologi memaksa Indonesia untuk beradaptasi dengan teknologi internet. Sejak kelahirannya, internet terus memperkenalkan fitur baru yang memungkinkan penggunaannya menggunakan internet untuk waktu yang lama. Media berbasis internet membuat pencarian informasi menjadi lebih mudah serta sebagai sarana untuk berbagi informasi dan berkomunikasi satu sama lain (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Media sosial adalah salah satu komponen penting yang membentuk pola pikir politik masyarakat dan telah berkembang menjadi alat yang sangat berpengaruh dalam lanskap politik. Menurut Teasell (2020) situs web seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Tiktok* telah menjadi alat penting bagi politisi, partai politik, dan kandidat untuk berkomunikasi dengan konstituennya.

Saat ini, internet dan media sosial merupakan media kedua yang paling banyak digunakan untuk berita politik setelah televisi. Menggabungkan kepentingan politik dengan platform media internet memudahkan perolehan informasi secara cepat dan membuka ruang bagi partisipasi publik. Sebaliknya, hal ini dapat berdampak negatif jika pemahaman literasi di kalangan publik rendah, dan mereka hanya menelan informasi yang beredar tanpa menyaring dan memperivikasinya dengan informasi dari media lain.

Indonesia menghadapi tahun politik pada tahun 2024, ditandai dengan pemilihan langsung untuk menentukan presiden sekaligus para anggota legislatif. Para politisi bersaing untuk meyakinkan pemilih agar mereka mendapatkan sebanyak mungkin suara dengan memanfaatkan media. Media memainkan peran penting dalam komunikasi politik, dari era media lisan di mana komunikasi politik disampaikan melalui pidato dan ceramah, media cetak, media audio, media audiovisual, hingga media baru yang disebut internet. Pengaruh dan jangkauan media baru terus berkembang dengan cepat, lebih

cepat daripada kecepatan yang dicapai oleh media lama dalam periode yang jauh lebih lama (Adnan & Mona, 2024).

Salah satu platform media sosial paling populer saat ini adalah Tiktok. Platform media sosial Tiktok ini semakin populer dan digunakan oleh para politisi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan politik mereka kepada publik dalam bentuk video yang dikemas dalam berbagai konten kreatif. Meskipun relatif baru dalam konteks politik, penggunaan Tiktok sebagai alat komunikasi politik di Indonesia dianggap efektif dalam membentuk citra politik dan mempengaruhi opini publik (Kamindang et al., 2024). Salah satu motif favorit para politisi untuk menggunakan Tiktok adalah karena platform ini memungkinkan mereka untuk dengan mudah mengunggah video politik singkat tanpa batasan, dengan berbagai fitur yang tersedia seperti musik, stiker, filter, dan efek kreatif, serta dapat langsung membagikan konten mereka di media sosial lain seperti Instagram dan YouTube yang mereka miliki (Rahardaya & Irwansyah, 2021).

Berdasarkan laporan *We are Social*, jumlah pengguna Tiktok Indonesia pada Januari 2024 mencapai 126,83 juta, naik 19,1% dari 106,52 juta pada tiga bulan sebelumnya. Sedangkan pada bulan Agustus 2024 berdasarkan data yang diungkap oleh Statista, Indonesia memiliki 157,6 juta pengguna Tiktok. Dan dari angka tersebut, tercatat Indonesia menjadi pengguna Tiktok terbanyak di dunia, melebihi Amerika dan Rusia. Dengan begitu, media sosial Tiktok ini bisa menjadi platform kampanye yang menjanjikan bagi para tokoh politik. Selama masa kampanye pemilu 2024, internet menjadi sarana untuk menyebarkan informasi. Informasi tersebut dapat digunakan untuk sara edukasi, mengubah, atau mempertahankan opini publik, terutama bagi pemilih pemula. Partai politik dapat menggunakan informasi tersebut untuk mengarahkan perspektif masyarakat ke arah yang mereka inginkan (Mutia, 2023).

Penggunaan TikTok sebagai media kampanye tidak lepas dari berbagai permasalahan. Banyak konten politik yang beredar cenderung bersifat satu arah, menampilkan sisi positif kandidat secara berlebihan dan mengabaikan informasi yang kritis atau faktual mengenai rekam jejak calon. Hal ini

berpotensi menyesatkan pemilih pemula yang masih berada dalam tahap awal dalam memahami dinamika politik. Mereka cenderung menerima informasi dari media digital tanpa proses penyaringan atau analisis yang mendalam. Selain itu, konten-konten politik di TikTok kerap kali dikemas dalam bentuk yang lebih menghibur daripada mendidik, sehingga pesan substansial terkait visi, misi, atau program kerja kandidat menjadi kabur. Akibatnya, potensi TikTok sebagai media edukasi politik kurang dimanfaatkan secara optimal dan justru dapat menghambat perkembangan literasi politik pemilih pemula.

Secara umum, pemilih pemula adalah mereka yang pertama kali berpartisipasi dalam pemilu karena mereka baru mendapatkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai syarat untuk memilih. Pemilih pemula merupakan generasi baru yang untuk pertama kalinya berpartisipasi dalam pemilihan (Nur Wardhani, 2018), sering kali menghadapi tantangan unik dalam memahami proses pemilihan dan menentukan preferensi mereka. Keterbatasan dalam pengalaman politik dan pemahaman yang belum matang tentang isu-isu politik dapat membuat pemilih baru merasa bingung atau bahkan enggan untuk berpartisipasi dalam proses pemilihan (Jibril et al., 2024).



PENANGANAN SEBARAN ISU HOAKS PEMILU				
Periode sampai dengan 2 Januari 2024				
Temuan Isu Hoaks Pemilu		Pengajuan Takedown		
203		Total Sebaran	Ditindaklanjuti (Take Down)	
		2.882	1.399	
PENGAJUAN TAKEDOWN SEBARAN HOAKS PEMILU				
	Total	Diajukan	Tindak Lanjut (Take Down)	Sedang Ditindaklanjuti
Facebook	1.325	1.325	1.015	310
Twitter	947	947	10	937
Instagram	198	198	148	50
TikTok	342	342	198	144
Snack Video	36	36	16	20
Youtube	34	34	12	22
Total Keseluruhan	2.882	2.882	1.399	1.483

Gambar I.1 Sebaran Isu Hoaks Pemilu pada Media Sosial

Sumber: Website Kominfo (2024)

Dalam penggunaan media sosial selama kampanye pemilu, banyak informasi menyesatkan disebarkan di berbagai media sosial, dan jumlahnya relatif meningkat setiap bulan. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Januari 2024) telah mengidentifikasi 203 hoaks pemilu dengan total

penyebaran di platform digital sebanyak 2.882 konten sesuai dengan penyebaran pada gambar di atas. Dari jumlah tersebut, sebagian besar hoaks ditemukan di media sosial *Facebook* dan *Twitter*, dengan masing-masing 1.325 konten dan 947 konten terkait pemilu. Platform lain di mana banyak hoaks pemilu ditemukan adalah *Twitter/X* dengan 947 konten. Selanjutnya ada *TikTok* dengan 342 konten, *Instagram* dengan 198 konten, *Snack Video* dengan 36 konten, dan 34 konten di *YouTube* (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2024).

Maraknya ujaran kebencian dan hoaks dianggap menantang kemampuan generasi muda untuk memilih secara bijaksana dan rasional karena pemilih muda adalah golongan yang paling rentan terhadap hoaks dan ujaran kebencian. Literasi politik sangat penting agar warga negara menjadi lebih terampil dalam berpartisipasi dalam kegiatan kenegaraan, baik secara procedural maupun substansial dalam pemilihan umum. Melalui keterampilan dan pengetahuan ini, akan membentuk dan menumbuhkan pemahaman nasionalisme, terutama di kalangan generasi muda sebagai penunjang kelestarian Pancasila dan UUD 1945 (Sanusi, 2020).

Pemahaman masyarakat terkait literasi politik pasti bervariasi tergantung pada jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, lingkungan sosial serta budaya dan lain sebagainya. Sebagai pemilih pemula diharapkan memiliki sikap yang rasional (cerdas dan kritis) yang tidak hanya memiliki pengetahuan dan kesadaran elektoral (kepemiluan), tetapi juga bebas dari berbagai bentuk intimidasi, memiliki daya tahan terhadap serangan atau bujukan transaksional yang tidak sehat dan melanggar aturan, seperti politik uang, serta sepenuhnya memahami pentingnya suara mereka serta konsekuensi politik dari pilihan mereka di masa depan (Sutisna, 2017).

Esensi dari berliterasi secara kritis dalam masyarakat demokratis dirangkum dalam lima kata kerja: memahami, terlibat, menggunakan, menganalisis, dan mentransformasi teks. Menurut Bernard Crick (2006) seperti yang dikutip oleh Bakti (Setiawan et al., 2020) literasi politik adalah pemahaman praktis tentang konsep-konsep yang berasal dari kehidupan sehari-hari dan bahasa. Kecerdasan

politik adalah upaya untuk memahami isu-isu politik, keyakinan para kandidat, dan bagaimana kecenderungan mereka mempengaruhi diri mereka sendiri dan orang lain. Individu yang literat secara politik mampu menganalisis dampak politik terhadap diri mereka sendiri dan orang lain, serta membuat keputusan yang lebih baik (Harahap et al., 2024). Dengan literasi politik yang baik, warga negara dapat berpartisipasi aktif dan bermakna dalam politik, tidak hanya dengan memberikan suara, tetapi juga dengan berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih luas.

Literasi politik adalah fondasi untuk membangun kebiasaan demokratis yang baik bagi bangsa Indonesia, dan yang terbaik adalah memulainya dengan pemilih pemula yang mana didominasi oleh generasi Z yang sudah akrab paham dengan teknologi. Pemilih pemula yang merupakan bagian dari generasi Z adalah generasi yang sangat aktif mencari informasi, salah satunya melalui media sosial Tiktok, dengan kehidupannya yang sudah banyak bergantung pada teknologi membuat sebagian besar generasi Z lebih menyukai hal-hal yang berifat instan, real time bebas berekspresi, dan hyper teknologi (Wirawan, 2018). Menurut Santoso, 1967 (Amanda, 2024) pemilih pemula diharapkan memahami dinamika yang terjadi dalam politik yang berkembang di Indonesia, mereka harus memiliki dasar yang kuat sesuai dengan karakter bangsa Indonesia, sehingga pendidikan politik bagi pemilih pemula dapat berfungsi sebagai filter terhadap ide-ide baru, ideologi baru, dan berbagai tantangan dan hambatan.

Namun, terdapat fakta yang cukup mengkhawatirkan menurut data dari EACEA (The Education, Audiovisual, and Culture Executive Agency) yang menyatakan bahwa formulir partisipasi politik kaum muda saat ini sering kali bersifat individualistis, spontan, berdasarkan isu-isu tertentu, dan kurang terkait dengan perbedaan sosial (Heryanto et al. 2021). Survei yang dilakukan oleh Pusat Strategis dan Studi Internasional (CSIS) juga menunjukkan rendahnya minat pemilih pemula terhadap politik, dengan 85,2% tidak tertarik mencalonkan diri di masa mendatang sebagai kandidat untuk kepala daerah, 84,7% tidak tertarik menjadi anggota DPR/DPRD, dan hanya 1,1% yang telah

bergabung dalam partai politik (CSIS, 2022). Data tersebut menunjukkan kesan negatif di benak pemilih muda ketika berbicara tentang politik. Persepsi negatif terhadap kebijakan ini adalah apa yang membuat sebagian besar pemilih muda mengambil jarak dari politik atau menghindari diskusi tentang politik.

Minimnya ketertarikan warga negara terhadap politik sering dikaitkan dengan rendahnya pengetahuan politik. Seseorang yang tidak tertarik terhadap politik, mereka akan cenderung menghindari semua informasi politik dan akan memiliki tingkat pengetahuan politik yang rendah (Widjanarko et al. 2023). Keadaan ini berfungsi sebagai bukti bahwa literasi politik di kalangan anak muda masih belum mendapatkan banyak perhatian dan banyak dari mereka yang berpikir bahwa kehidupan politik bukanlah dunianya. Selain itu, permasalahan yang teridentifikasi di kalangan pemilih pemula adalah terkait dengan persepsi pemahaman dalam literasi politik, seperti fenomena politik uang dan penyebaran isu melalui media sosial (Fitria & Rahmadi, 2024).

Ternyata banyak dari mereka yang merasa cemas dan tidak memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menentukan kandidat secara objektif, pemilih pemula dikhawatirkan akan terpengaruh oleh opini dan persepsi politik negatif yang tersebar melalui konten di media sosial. Penyebaran informasi yang tidak valid di *platform* Tiktok juga memperlihatkan peran algoritma *filter bubble* yang memicu terjadinya fenomena *echo chamber*. Fenomena ini merujuk pada kondisi ketika pengguna internet dengan ketertarikan pada topik tertentu dikondisikan oleh sistem untuk lebih sering berinteraksi atau menerima konten dari pengguna dengan preferensi serupa (Wulandari et al., 2021). Akibatnya, pemilih pemula mengalami keterbatasan akses terhadap berbagai sudut pandang, yang pada akhirnya mempersempit pemahaman mereka terhadap isu-isu politik yang kompleks dalam pemilu 2024.

Penggunaan media oleh khalayak untuk memenuhi kebutuhannya sejalan dengan teori *uses and gratifications*. Teori ini berfokus pada individu atau khalayak sasaran pengguna media, khalayak dipandang aktif dan penggunaan media ditujukan untuk memenuhi kebutuhan khalayak atau individu itu sendiri. Teori *uses and gratifications* mempertimbangkan bagaimana dan sejauh mana

media dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Dalam konteks ini, Katz (Fatin, 2024) berpendapat bahwa kondisi sosial psikologis individu menciptakan kebutuhan yang menciptakan ekspektasi terhadap media massa dan sumber informasi lainnya, yang pada akhirnya mengarah pada penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lain) yang pada akhirnya memenuhi kebutuhan tersebut, serta konsekuensi lain, termasuk yang tidak terduga sebelumnya (Humaizi, 2018).

Penggunaan media dapat disebabkan oleh kebutuhan setiap individu. McQuail (Fatin, 2024) mengungkapkan motif penggunaan media yaitu informasi, integritas dan interaksi sosial, identitas pribadi, dan hiburan. Penggunaan media itu sendiri adalah aktivitas atau tindakan di mana perangkat elektronik digunakan untuk mencapai atau memenuhi tujuan tertentu. Dalam teori *uses and gratifications* penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media, jenis konten media yang digunakan, dan hubungan antara individu yang menggunakan media dan konten media atau media secara keseluruhan (Humaizi, 2018).

Salah satu kebutuhan yang dapat dipenuhi melalui penggunaan media adalah kebutuhan akan informasi. Elihu Katz, dkk (Itqiya, 2018) menyebutkan bahwa kebutuhan akan informasi, yang juga dikenal sebagai kebutuhan kognitif khalayak adalah kebutuhan yang terkait dengan upaya untuk memperkuat informasi, pengetahuan, dan pemahaman tentang lingkungan mereka (Humaizi, 2018). Kebutuhan informasi menurut Guha (Fatin, 2024) dibagi menjadi empat jenis, yaitu: *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaustive need approach* dan *Catching-up need approach*. Pendekatan kebutuhan informasi yang diusulkan oleh Guha menggambarkan kebutuhan pengguna akan informasi yang mutakhir, informasi spesifik yang berkaitan dengan rutinitas dan masalah sehari-hari, informasi yang luas dan terperinci, serta informasi ringkas yang dapat memberikan gambaran informasi yang lengkap.

Desa Sarijaya merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Karawang, desa Sarijaya memiliki jumlah pemilih pemula yang cukup signifikan, yaitu 118 orang dengan rentang usia 17 hingga 21 tahun,

Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 90% dari jumlah pemilih pemula tersebut menggunakan hak pilihnya pada pemilu tahun 2024, sedangkan sisanya, yaitu sekitar 10%, memilih untuk tidak menggunakan hak pilihnya (golput) atau tidak datang ke TPS.

Sebagai bagian dari generasi muda, pemilih pemula di desa ini hidup di era perkembangan teknologi informasi yang pesat, terutama dalam penggunaan media sosial. Di sisi lain, minimnya sosialisasi politik dari pemerintah dan lembaga terkait bisa berkontribusi pada rendahnya literasi politik pemilih pemula, rendahnya literasi politik dapat mempengaruhi kualitas partisipasi politik seperti pemahaman terhadap program calon, kemampuan mengevaluasi informasi politik, atau malah ikut terlibat dalam politik yang salah.

Tiktok sebagai platform yang banyak digunakan oleh generasi muda yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi termasuk informasi politik. Berbagai konten politik beredar di Tiktok mulai dari kampanye dan opini publik, bahkan fenomena seperti hoaks dan penyebaran kebencian masih sering terjadi, hal tersebut tentu dapat mempengaruhi rasionalitas pemilih dalam membuat pilihan politik mereka.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana penggunaan media sosial Tiktok berkontribusi terhadap peningkatan atau justru penurunan literasi politik pemilih pemula di Desa Sarijaya. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Literasi Politik Pemilih Pemula pada Pemilu Tahun 2024 di Desa Sarijaya Kabupaten Karawang”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Minimnya upaya edukasi politik dari pemerintah yang menyebabkan pemilih pemula lebih bergantung pada informasi yang tersedia di media sosial.

2. Maraknya isu-isu politik di Tiktok bisa memengaruhi pandangan pemilih pemula dan berpotensi mengubah preferensi politik mereka.
3. Faktor usia dan minimnya pengalaman politik pemilih pemula lebih terpengaruh oleh citra dan popularitas kandidat daripada kebijakan yang ditawarkan.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya pembahasan serta terarah dan lebih mudah, maka penulis menetapkan batasan masalah pada penelitian ini hanya akan mencakup pengguna tiktok yang aktif dan mengakses konten politik secara teratur, pemilih pemula yang berusia 17 hingga 21 tahun di Desa Sarijaya, dan pemahaman politik akan diukur berdasarkan tingkat pengetahuan pemilih pemula tentang isu-isu politik yang beredar di media sosial Tiktok. Batasan ini dibuat untuk membantu menentukan ruang lingkup penelitian dan memastikan bahwa hasil penelitian konsisten dengan pertanyaan penelitian dan relevan.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap literasi politik pemilih pemula pada pemilu tahun 2024?
2. Seberapa signifikan penggunaan TikTok untuk literasi politik kalangan pemilih pemula?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Tiktok terhadap literasi politik pemula Desa Sarijaya dalam pemilu 2024.
2. Untuk mengetahui seberapa signifikan penggunaan TikTok untuk literasi politik pemilih pemula.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan dapat menjadi salah satu referensi atau rujukan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya ilmu komunikasi dan penyiaran islam (broadcasting), untuk mengetahui

bagaimana pengaruh dari penggunaan media sosial Tiktok terhadap literasi politik pemilih pemula dalam pemilu.

2. Kegunaan Praktis

- a. Pemilih Pemula: penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan tentang pemilih pemula yang mahir dan tidak mudah terpengaruh oleh konten media sosial, sehingga dapat meningkatkan literasi politik mereka dan membuat keputusan bijak dalam pemilu.
- b. Orang Tua: menjadi sumber informasi dan panduan orang tua tentang pemahaman pentingnya literasi politik dan bagaimana membimbing anak-anak mereka untuk lebih bijak dalam memilih dan menyaring informasi politik di media sosial.
- c. Pemerintah Desa: diharapkan memberikan masukan kepada pihak desa dalam merancang program sosialisasi politik yang sesuai dengan karakteristik desa, terutama para generasi muda yang aktif di media sosial.
- d. Peneliti Selanjutnya: semoga penelitian ini menjadi acuan awal dalam mengkaji pengaruh media sosial terhadap literasi politik pemilih pemula, khususnya di desa. Diharapkan peneliti selajutnya dapat mengembangkan metode yang lebih inovatif.