

**PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PARTISIPASI
POLITIK PEMILU PRESIDEN 2024 PADA MAHASISWA
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
IAIN CURUP**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)

Dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam



OLEH:

MUHAMAD FARRAS A

NIM: 19521044

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USLUHUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN CURUP**

2025

LEMBAR PENGAJUAN

Hal: Pengajuan Skripsi

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah (IAIN) Curup

Di-

Curup

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Muhamad Farras A mahasiswa IAIN CURUP yang berjudul "Peran Media Sosial Tiktok Dalam Partisipasi Politik Pemilu Presiden 2024 pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup" sudah dapat diajukan dalam ujian munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima kasih

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

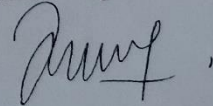
Curup, Agustus 2025

Pembimbing I



Dita Verolyna, M. I. Kom
NIP. 198512162019032004

Pembimbing II



Intan Kurnia Syaputri M.A
NIP. 199208312020122001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Farras A

NIM : 19521044

Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam refrensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Agustus 2025

Peneliti



Muhamad Farras A

NIM.19521044



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

Jl. Dr. Ak Gani No. 01 Kontak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Homepage :
<http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor 438/In.34/1/FU/PP.019/08/2025

Nama : Muhamad Farras A
NIM : 19521044
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Peran Media Sosial Tiktok Dalam Partisipasi Politik Pemilu Presiden
2024 Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

pada :
Hari/ Tanggal : Kamis, 21 Agustus 2025

Pukul : 14:00 s/d 15:30 WIB

Tempat : Aula Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

TIM PENGUJI

Ketua


Intan Kurnia Syaputri, M.A.
NIP 199208312020122001

Sekretaris


Dita Verolyna, M.Ikom.
NIP 198512162019032004

Penguji I

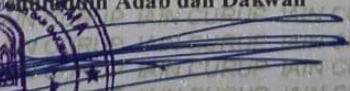

DR. Robby Aditva Putra, M.A.
NIP 199212232018011002

Penguji II


Anrial, M.A.
NIP 198101032023211012

Mengesahkan
Dekan Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah




Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd.I.
NIP 197501122006041009

SISTEM TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	tsa'	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Tha'	Th	Tet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	'En
و	Waw	W	We

هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbutah* di akhir kata

1. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al-Aulia'</i>
----------------	---------	--------------------------

3. Bila *ta' Marbutah* hidup atau harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

زكاة الطر	Ditulis	<i>Zakat al-Fitr</i>
-----------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

.....	Fathah	Ditulis	A
.....	Kasrah	Ditulis	I
.....	Dhammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fattahah + Alif جاهلية	Ditulis Ditulis	A <i>Jahiliyah</i>
2.	Fathah + Ya' mati تنسا	Ditulis Ditulis	A <i>Tansa</i>
3.	Kasrah + Ya' mati كريم	Ditulis Ditulis	L <i>Karim</i>
4.	Dhammah + Wawu mati فرو	Ditulis Ditulis	U <i>Furu</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fattahah + Ya' mati بيننا كوم	Ditulis Ditulis	ai <i>Bainakum</i>
2.	Fattahha + Wawu mati	Ditulis Ditulis	Au <i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لنن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

دوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

Muhamad Farras A NIM. 19521044 “Peran Tiktok Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilu Presiden 2024 Pada Mahasiswa KPI IAIN Curup”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik online pada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Curup. Fokus penelitian ini adalah menganalisis sejauh mana penggunaan Tiktok dapat mendorong keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas politik berbasis daring, baik dalam bentuk konsumsi, interaksi, maupun distribusi informasi politik yang berkembang di platform tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif KPI IAIN Curup yang menggunakan Tiktok untuk mengakses atau berinteraksi dengan konten politik. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tiktok berperan signifikan dalam meningkatkan partisipasi politik mahasiswa. Platform ini menjadi sarana utama penyebaran informasi politik yang cepat, kreatif, dan interaktif, sehingga mampu menarik perhatian pemilih muda. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam memberikan komentar, berbagi informasi, serta mengkritisi isu-isu politik yang berkembang. Hal ini membuktikan bahwa pemanfaatan Tiktok dengan literasi digital yang baik dapat memperkuat pendidikan politik generasi muda serta mendorong terciptanya ruang publik digital yang lebih partisipatif.

Kata Kunci: Tiktok, Media Sosial, Partisipasi Politik, Mahasiswa, Pemilu 2024

ABSTRAK

Muhamad Farras A NIM. 19521044 “The Role of Tiktok in Enhancing Political Participation in the 2024 Presidential Election among Students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program (KPI) at IAIN Curup”

This study aims to examine the role of Tiktok in enhancing online political participation among students of the Islamic Communication and Broadcasting (KPI) Study Program at IAIN Curup. The focus of this research is to analyze the extent to which Tiktok usage can encourage students' engagement in online political activities, including the consumption, interaction, and distribution of political information available on the platform.

This study using a qualitative method with a descriptive approach. The informants were selected using a purposive sampling technique, with criteria including active KPI students at IAIN Curup who use Tiktok to access or interact with political content. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed using the Miles & Huberman interactive model, which involves data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results indicate that Tiktok plays a significant role in enhancing students' political participation. The platform serves as a primary medium for the dissemination of political information that is fast, creative, and interactive, thereby attracting the attention of young voters. Students are not merely passive consumers but also actively involved in commenting, sharing information, and critically responding to political issues. This demonstrates that the proper use of Tiktok, supported by adequate digital literacy, can strengthen political education among the younger generation and foster the creation of a more participatory digital public sphere.

Keywords: *Tiktok, Social Media, Political Participation, Students, 2024 Election.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, dan pada hari ini kita masih diberikan kesehatan jasmani maupun rohani, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Peran Media Sosial Tiktok Dalam Partisipasi Politik Pemilu Presiden 2024 Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup”** Sholawat beserta salam tidak lupa pula kita hanturkan kepada baginda kita nabi agung Muhammad SAW karena berkat beliau kita pada saat ini berada pada zaman yang terang benderang penuh dengan ilmu dan juga teknologi seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir dari peneliti yang disusun guna untuk melengkapi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Fakultas Usluhuddin Adab dan Dakwah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, peneliti sepenuhnya juga menyadari bahwa dalam proses penulisan tidak terlepas segala bantuan, motivasi, serta bimbingan dan juga arahan dari segala pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Usluhuddin Adab dan Dawkah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Bapak Dr. Robby Aditya Putra, M.A, selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

4. Ibu Dita Verolyna, M. I. Kom., selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya dan bersedia membimbing peneliti dalam penyelesaian skripsi.
5. Ibu Intan Kurnia Syaputri M.A., selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya dan bersedia membimbing peneliti dalam penyelesaian skripsi.
6. Segenap dosen dan staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu masa perkuliahan dan proses penelitian peneliti.
7. Para keluarga, sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan motivasi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang telah berpartisipasi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala bantuannya, semoga mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya.

Curup, Agustus 2025

Peneliti,

Muhamad Farras A

NIM. 19521044

MOTTO

Allah tidak memberi mimpi kedalam hatimu tanpa alasan, tapi Allah memang
mau kamu berjuang untuk itu

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

*“Sebuah Pelajaran tanpa rasa sakit itu tidak ada artinya. Karena kamu tidak bisa
mendapatkan sesuatu tanpa mengorbankan sesuatu yang lain sebagai gantinya”*

(Edward Elric - Anime Fullmetal Alchemist)

“Mistakes are not the end, they are life’s way of showing us how to grow”

-Muhamad Farras A-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahim

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. yang telah memberikan nikmat yang luar biasa, memberikan saya kesehatan, kekuatan serta membekali saya dengan ilmu pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan untuk orang hebat yang selalu menjadi penyemangat. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orangtuaku tersayang. Ayah ku Zulyan Jaya dan pintu surgaku Herlina, serta Mbah ku Djamaliah. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan penyemangat bagi peneliti, selalu memberikan kasih sayang yang tulus, tak pernah berhenti mendoakan, serta berjuang demi kehidupan peneliti. Walau beliau tidak sempat menempuh pendidikan hingga bangku kuliah, namun mampu mendidik peneliti, menanamkan semangat, memberikan motivasi, dukungan moral maupun materi, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anaknya. Perjalanan hidup sebagai sebuah keluarga memang penuh tantangan, tetapi semua yang telah dilalui memberikan pelajaran berharga bagi peneliti tentang arti menjadi seorang laki-laki yang tegar, bertanggung jawab, pantang menyerah, dan mandiri. Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini, Ayah dan bunda serta mbah merasa bangga karena berhasil mengantarkan putranya dan cucunya meraih gelar sarjana sebagaimana yang diimpikan. Peneliti pun berharap Ayah dan bunda serta mbah senantiasa diberikan kesehatan, umur panjang, dan kesempatan untuk menyaksikan keberhasilan-keberhasilan lain yang akan diraih di masa depan.

2. Kepada saudara kandung Muhamad Dzakwan Zahir yang menjadi salah satu sumber motivasi dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
3. Untuk teman saya Muhamad Fikri, Deone, Faiz, Fitra, Gina, terimakasih juga sudah menemani peneliti, mengorbankan waktunya juga untuk mengantarkan peneliti bimbingan dan banyak hal lainnya. Sehingga peneliti bisa sampai dititik sekarang ini.
4. Untuk teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Peneliti mengucapkan banyak terimakasih atas semua kebaikan yang kalian berikan baik dari segi materi, waktu dan tenaga serta motivasi dan semangat kepada peneliti untuk tetap bertahan hingga akhir. Walaupun hanya sekedar kata semangat, namun itu sangat berarti. Terimakasih juga telah menjadi partner bertumbuh disegala kondisi yang terkadang tidak terduga. Semoga Allah membalas semua kebaikan kalian dengan setimpal.
5. Terakhir, terima kasih untuk peneliti sendiri, Muhamad Farras. Terima kasih sudah terus berusaha dan meyakinkan diri bahwa kamu mampu menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih sudah terus berjalan walau perjalanan ini terasa sendirian. Jaga dirimu baik-baik, hargai setiap langkahmu sebagai berkah. Jangan lupa ada tanggung jawab dan cita-cita yang menunggu untuk kau wujudkan. Percayalah, Allah selalu menyiapkan jalan terbaik untukmu. Semoga langkahmu selalu dimudahkan, diridhai, dan dijaga oleh-Nya. Aamiin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	
SISTEM TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA.....	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	
MOTTO	
PERSEMBAHAN.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	14
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Manfaat Penelitian	15
F. Tinjauan Kajian Terdahulu	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	20
B. Landasan Teori.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	40

B. Pendekatan Penelitian	41
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
D. Subjek Penelitian.....	43
E. Sumber dan Jenis Data	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Analisis Data	48
H. Keabsahan Data.....	50

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN HASIL

A. Gambaran Objektif Wilayah/Sasaran Penelitian.....	53
B. Profil Informan.....	60
C. Temuan Hasil Penelitian	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Nama Informan Penelitian.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Jumlah Pemilih Muda Pemilu 2024.....	3

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Masalah

Politik merupakan salah satu pilar utama dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Ia menjadi wadah penyaluran aspirasi, pengaturan kepentingan, serta pengelolaan kekuasaan secara kolektif. Dalam pandangan klasik, Aristoteles menyebut manusia sebagai *zoon politikon*, yaitu makhluk sosial yang secara kodrati hidup dalam struktur yang diatur demi tercapainya kebaikan bersama.¹ Di Indonesia, konsep politik berakar pada nilai-nilai luhur Pancasila, seperti musyawarah untuk mufakat, gotong royong, dan prinsip keadilan sosial.² Demokrasi Pancasila memposisikan rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi, di mana suara rakyat menjadi dasar legitimasi pemerintahan.

Partisipasi politik menjadi indikator utama kualitas demokrasi. Menurut Verba, Nie, dan Kim dalam penelitiannya, partisipasi politik tidak hanya mencakup pemberian suara dalam pemilu, tetapi juga berbagai bentuk keterlibatan seperti menghadiri rapat umum, bergabung dalam partai politik, melakukan advokasi, hingga berpartisipasi melalui media digital.³ Milbrath dan Goel membagi partisipasi politik dari tingkat *apathetic* (tidak peduli) hingga *informed crusader* (aktivis yang terinformasi).

¹ Aristoteles. (2022). *Politik*. Jakarta: Pustaka Filsafat Nusantara.

² Hidayat, A. W. A. (2024). Literasi Digital dan Efikasi Politik Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 112–130.

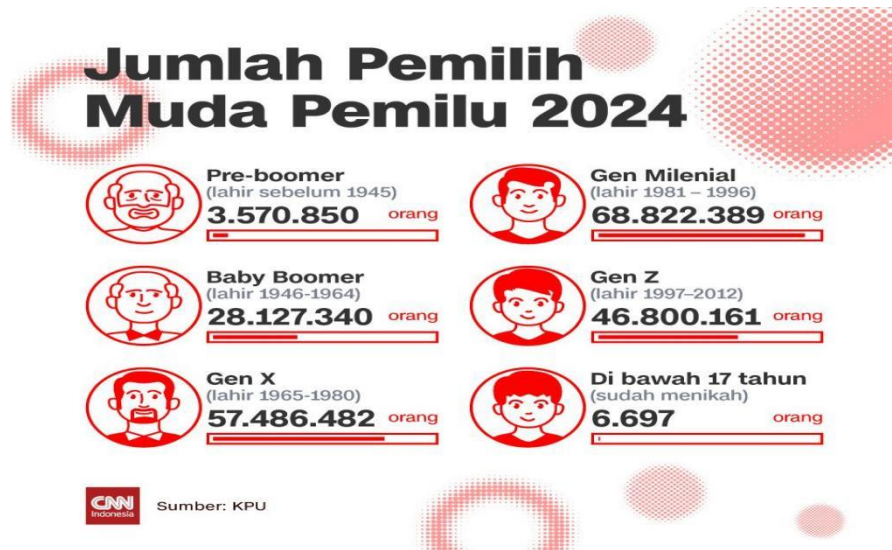
³ Verba, S., Nie, N. H., & Kim, J. (2023). *Participation in America*. Cambridge: Harvard University Press.

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan instrumen utama dalam sistem demokrasi untuk melaksanakan kedaulatan rakyat. Di Indonesia, Pemilu diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.⁴ Sejak reformasi 1998, sistem pemilu di Indonesia mengalami berbagai perubahan signifikan: dari sistem proporsional tertutup menjadi proporsional terbuka, penyelenggaraan pemilu serentak untuk legislatif dan eksekutif, hingga penguatan peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga independen.

Sejarah pemilu pasca reformasi menunjukkan perkembangan partisipasi rakyat: Pemilu 1999 sebagai pemilu multipartai pertama, Pemilu 2004 yang pertama kali memilih presiden secara langsung, Pemilu 2009 dan 2014 dengan peningkatan penggunaan teknologi informasi, Pemilu 2019 dengan distribusi logistik terbesar dalam sejarah, dan Pemilu 2024 yang menandai era baru politik digital dengan dominasi pemilih muda.⁵

⁴ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.

⁵ KPU RI. (2024). Sejarah Pemilu di Indonesia. Jakarta: Komisi Pemilihan Umum



Sumber: CNN Indonesia, 2024

Gambar 1.1 Jumlah Pemilih Muda Pemilu 2024

Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang dimuat oleh CNN Indonesia, jumlah pemilih pada Pemilu 2024 menunjukkan dominasi generasi muda, khususnya Generasi Milenial dan Generasi Z. Generasi Milenial (lahir 1981–1996) tercatat sebagai kelompok pemilih terbesar dengan jumlah 68.822.389 orang, diikuti oleh Generasi X (57.486.482 orang) dan Generasi Z (lahir 1997–2012) dengan 46.800.161 orang. Jika digabungkan, jumlah pemilih dari Generasi Milenial dan Generasi Z mencapai 115.622.550 orang atau lebih dari setengah total pemilih nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemilih muda memiliki peranan strategis dalam menentukan hasil Pemilu 2024.⁶

Dominasi generasi muda dalam Pemilu Presiden 2024 tidak hanya sebatas angka statistik, tetapi juga mencerminkan besarnya harapan sekaligus

⁶ CNN Indonesia, 2024

tantangan bagi masa depan demokrasi Indonesia. Sebagai kelompok dengan jumlah pemilih terbesar, suara generasi milenial dan generasi Z memiliki potensi besar untuk menentukan arah kebijakan nasional dan siapa yang akan memimpin Indonesia lima tahun ke depan. Keterlibatan mereka dalam proses demokrasi dapat memperkuat legitimasi hasil pemilu, meningkatkan kualitas partisipasi politik, sekaligus memperluas basis kontrol sosial terhadap jalannya pemerintahan. Namun, di sisi lain, rendahnya literasi politik sebagian kalangan muda, tingginya penggunaan media sosial, serta deras arus informasi yang bercampur antara fakta dan disinformasi menjadi tantangan serius yang harus dihadapi. Oleh karena itu, Pemilu Presiden 2024 tidak hanya menjadi ajang pertarungan antar-elite politik, tetapi juga ujian bagi generasi muda dalam menunjukkan kedewasaan berdemokrasi di era digital.

Pada Pemilu Presiden 2024, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden, yaitu Anies Baswedan berpasangan dengan Muhaimin Iskandar (Anies–Muhaimin), Prabowo Subianto berpasangan dengan Gibran Rakabuming Raka (Prabowo–Gibran), serta Ganjar Pranowo berpasangan dengan Mahfud MD (Ganjar–Mahfud). Kehadiran tiga pasangan calon dengan latar belakang, pengalaman, dan visi yang berbeda menambah dinamika kompetisi politik nasional. Pemungutan suara dilaksanakan serentak pada tanggal 14 Februari 2024, bersamaan dengan pemilihan legislatif DPR, DPD, dan DPRD. Momen ini menjadi kesempatan bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk

menyalurkan aspirasi politiknya secara langsung guna menentukan arah kepemimpinan bangsa.

Pada konteks inilah media sosial memainkan peranan penting dalam jalannya Pemilu Presiden 2024. Laporan Indikator Politik Indonesia menunjukkan bahwa generasi muda lebih sering mengakses informasi politik melalui media sosial dibandingkan televisi atau surat kabar. Hal ini menandakan adanya pergeseran pola komunikasi politik dari media konvensional menuju media digital.⁷ Sementara itu, laporan dari *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) menegaskan bahwa platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi saluran kampanye utama bagi kelompok usia 17–30 tahun.⁸ Fakta tersebut semakin memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai instrumen politik yang efektif dalam memengaruhi persepsi dan perilaku pemilih muda. Perubahan perilaku pemilih muda dalam mengakses informasi politik tersebut tidak terlepas dari kemajuan teknologi digital, khususnya perkembangan internet yang semakin pesat. Internet telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, membuka berbagai peluang baru dalam komunikasi dan penyebaran informasi. Di antara inovasi yang muncul, media sosial mengambil peran sentral sebagai platform yang mudah diakses dan interaktif, sehingga menjadi sarana utama generasi muda dalam memperoleh berita dan berdiskusi mengenai isu politik.

Dengan demikian, transformasi cara memperoleh informasi melalui

⁷ Indikator Politik Indonesia. (2024). Survei Nasional Perilaku Pemilih Muda

⁸ CSIS. (2024). Tren Media Sosial dalam Politik Indonesia

media sosial mencerminkan adaptasi masyarakat Indonesia terhadap era digital yang terus berkembang. Transformasi ini sejalan dengan arus globalisasi dan perkembangan teknologi yang menuntut Indonesia beradaptasi dengan kemajuan internet. Sejak awal kemunculannya, internet telah menarik perhatian berbagai lapisan masyarakat dan terus menghadirkan inovasi baru yang memperkuat penggunaannya dalam jangka panjang. Salah satu dampak terbesar dari internet adalah munculnya media sosial, yang kini menjadi alat penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam konteks politik di tingkat nasional maupun global⁹.

Media sosial sudah memberikan banyak warna pada kehidupan akhir-akhir ini. Semua urusan mulai dari hal kecil hingga besar pasti melibatkan media sosial, baik urusan ekonomi, sosial, lingkungan bahkan politik sekalipun semuanya tak luput dari media sosial. Dari laporan berjudul "*Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" yang diterbitkan tanggal 21 Februari 2024, dari total populasi Indonesia sebanyak 274,5 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 202,6 juta dengan penetrasi 73.7 persen.

Berdasarkan data yang didapat dari *Hootsuite* terkait media sosial yang menguasai di Indonesia.¹⁰ Facebook menjadi urutan pertama sebagai media sosial dengan *user* terbanyak sekitar 140 juta. Disusul oleh Youtube dengan

⁹ Kamindang, I, Amijaya "Tiktok Sebagai Media Komunikasi Politik Aktor Partai Politik di Kota Palu, *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal penelitian kajian ilmu sosial dan informasi*" Vol 9(1), Hlm. 1-15

¹⁰ www.datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia, "Digital Indonesia 2024" diakses pada 19 Oktober 2024 pada pukul 22.00 WIB

user sekitar 139,0 juta, youtube pun dianugrahi sebagai media sosial teraktif yang digunakan masyarakat Indonesia. Di posisi ketiga ada Tiktok dengan *user* sekitar 126,8 juta, Tiktok sendiri mengalami kenaikan pengguna yang cukup masif dengan 11.5%. Diposisi terakhir ada Instagram dengan *user* sekitar 100,9 juta, berbanding terbalik dengan aplikasi lain, Instagram mengalami fase stagnan dalam soal pengguna yakni hanya mengalami kenaikan sekitar 0,22%.

Penguasa media sosial saat ini adalah generasi milenial, atau yang bisa disebut dengan generasi Z. Para ahli biasanya mendefinisikan batas Gen Z menggunakan pertengahan 1995-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1997-an hingga awal 2012-an sebagai akhir kelahiran.¹¹ Penelitian lain dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa sembilan puluh satu persen dari 16 hingga 24 tahun menggunakan internet untuk media sosial.¹²

Hal itu dibuktikan dengan data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hampir separuh dari total pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia 19-34 tahun (49,52%). Jumlah pengguna internet dan media sosial dari kalangan pemuda diperkirakan akan terus melesat. Hal tersebut bisa terjadi mengingat dimulai tahun 2020 sampai dengan tahun 2035 usia produktif akan terus meningkat, fenomena itu yang disebut dengan bonus demografi.

¹¹ <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7436833/gen-z-itu-tahun-berapa-ini-rentang-tahun-kelahiran-dan-karakteristiknya> “Gen Z itu tahun berapa ini rentang tahun kelahiran dan karakteristiknya” oleh Kholidia qotrunada. Diakses pada 19 Oktober 2024 pada pukul 22:04 WIB

¹² Op.cit www.datareportal.com/digital-2024-indonesia

Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi personal, tetapi juga menjadi ruang publik digital yang mempertemukan aktor politik, media, dan masyarakat sipil. Di satu sisi, ia menawarkan akses informasi yang cepat, luas, dan interaktif. Di sisi lain, media sosial juga membawa tantangan serius berupa arus informasi yang masif, termasuk potensi penyebaran berita bohong (hoaks) dan disinformasi. Islam memberikan pedoman tegas dalam menyikapi informasi, Hal ini selaras dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا

قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika datang kepada kalian seorang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kalian tidak menyebarkan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kalian menyesal atas perbuatan itu."
(Q.S. Al-Hujurat: 6)

Ayat ini menegaskan bahwa setiap informasi yang datang, apalagi melalui media yang begitu terbuka dan cepat seperti media sosial, harus disaring dan ditelaah terlebih dahulu. Sikap tabayyun atau verifikasi informasi ini penting agar tidak terjadi kesalahan dalam mengambil sikap atau keputusan politik yang berdampak luas.

Di antara berbagai platform media sosial, Tiktok menjadi fenomena global dengan pertumbuhan pengguna yang luar biasa. Diluncurkan oleh

ByteDance pada 2017, Tiktok menawarkan format video singkat dengan durasi 15 detik hingga 10 menit, lengkap dengan fitur *algorithm For You Page* (FYP) yang memungkinkan konten menjangkau audiens luas meski pembuatnya memiliki sedikit pengikut. Data Hootsuite 2024 mencatat bahwa pengguna aktif Tiktok di Indonesia mencapai 126,8 juta jiwa. Mayoritas pengguna Tiktok adalah generasi muda, yang juga menjadi mayoritas pemilih pada Pilpres 2024, sehingga platform ini memiliki peran strategis dalam kampanye politik.

Tiktok bukan sekadar media hiburan, ia telah menjadi ruang diskursus politik di mana kandidat, partai politik, *influencer*, dan warga biasa dapat menyampaikan pandangan, mengkritik kebijakan, atau menggalang dukungan. Format video singkat yang kreatif memudahkan pesan politik dikemas secara menarik dan mudah dibagikan, sehingga memperbesar peluang viral. Pada Pilpres 2024, banyak kandidat memanfaatkan Tiktok untuk membangun citra, menyampaikan program, bahkan merespons isu-isu terkini dengan gaya yang dekat dengan generasi muda. Namun, sebagaimana platform media sosial lain, Tiktok juga rawan menjadi saluran penyebaran hoaks politik, yang menuntut literasi digital tinggi dari penggunanya.

Fenomena pemanfaatan Tiktok sebagai ruang diskursus politik oleh generasi muda menimbulkan perhatian akademis terhadap pengaruh platform tersebut dalam meningkatkan partisipasi politik. Berbagai studi mencoba mengidentifikasi kontribusi media sosial ini dalam membentuk perilaku politik, khususnya pada kelompok mahasiswa dan generasi Z sebagai

pengguna dominan. Dengan demikian, pemahaman mengenai hubungan antara penggunaan Tiktok dan keterlibatan politik generasi muda menjadi penting untuk mengukur efektivitas media sosial sebagai alat komunikasi politik dalam konteks Pemilu 2024

Beberapa penelitian terbaru telah mengkaji hubungan antara penggunaan Tiktok dan partisipasi politik generasi muda. Rifki Ichwanusafa dan Muhammad Prakoso Aji melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif *survey*, menemukan bahwa Tiktok memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik mahasiswa Gen Z, dengan kontribusi sebesar 49,4% terhadap keterlibatan mereka dalam Pemilu 2024.¹³ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dimas Graciano dengan judul penggunaan media sosial Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik gen z pada pemilu 2024 menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengungkap bahwa Tiktok dipandang efektif membentuk persepsi politik Gen Z melalui konten kreatif dan interaktif.¹⁴ Dalam penelitian Nevy Rusmarina Dewi menunjukkan bahwa konten politik di Tiktok berpengaruh langsung terhadap keputusan politik generasi muda dengan memadukan narasi visual dan ajakan eksplisit.

Persamaan penelitian tersebut terletak pada fokus pada generasi muda, penggunaan Tiktok sebagai variabel utama, dan kesepakatan bahwa format video singkat efektif meningkatkan partisipasi politik. Perbedaan muncul

¹³ Ichwanusafa, R., & Prakoso Aji, M. (2024). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Generasi Z di UPN Veteran Jakarta. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.

¹⁴ Graciano, D. (2025). Penggunaan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Gen Z pada Pemilu 2024 (Skripsi, Universitas Mercu Buana Jakarta)

pada metode, ada yang menggunakan kuantitatif korelasional, ada yang memakai kualitatif naratif serta fokus kajian. Beberapa menyoroti pengaruh konten terhadap pilihan politik, sementara lainnya menekankan literasi digital sebagai mediator.

Mempertimbangkan temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini fokus pada mahasiswa generasi Z di Institut Agama Islam Negeri Curup sebagai subjek utama. Karena generasi Z dikenal sebagai pengguna media sosial yang aktif dan melek teknologi, khususnya dalam menggunakan Tiktok, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Tiktok terhadap tingkat partisipasi politik online di kalangan mahasiswa. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik dan kontekstual mengenai peran media sosial dalam mendorong keterlibatan politik generasi muda di lingkungan kampus.

Penelitian ini ingin mencoba membuktikan bahwa peran media sosial berdampak positif dalam meningkatkan tingkat partisipasi politik *online* di kalangan mahasiswa. Mereka adalah sebagai generasi Z yang melek teknologi dan *user* terbanyak media sosial sehingga diasumsikan memiliki pengaruh yang lebih terhadap media sosial. Penelitian ini dilakukan di institut Agama Islam Negeri Curup dengan mengambil mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang masih aktif dalam kegiatan belajar mengajar.

Alasan kenapa pemilihan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sebagai subjek penelitian didasarkan pada beberapa

alasan yang kuat dan relevan dengan fokus penelitian ini, yaitu peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik online. Pertama, mahasiswa KPI memiliki keterkaitan keilmuan yang erat dengan isu media dan politik. Mereka mendapatkan mata kuliah seperti retorika, komunikasi politik, jurnalistik, dan komunikasi media digital yang secara langsung membentuk pemahaman mereka terhadap penggunaan media, termasuk media sosial, dalam menyampaikan pesan politik. Kedua, banyak mahasiswa KPI yang aktif dalam organisasi kampus, baik organisasi intra maupun ekstra. Aktivitas ini membuat mereka lebih terbiasa berinteraksi dengan isu-isu sosial-politik, baik dalam skala kampus maupun nasional. Keaktifan organisasi juga memberikan pengalaman praktis dalam membangun opini publik, mengelola kampanye, hingga mengakses media sebagai alat partisipasi politik.

Ketiga, sebagai mahasiswa yang belajar di lingkungan institusi keagamaan, aspek religiusitas dan nilai-nilai etika juga memengaruhi cara mereka berpikir dan bersikap terhadap isu-isu publik, termasuk politik. Dalam beberapa penelitian sebelumnya, religiusitas terbukti memiliki hubungan positif dengan tingkat partisipasi politik, karena mendorong rasa tanggung jawab dan kepedulian terhadap masyarakat. Keempat, tingkat literasi media mahasiswa KPI relatif tinggi karena latar belakang akademik mereka yang fokus pada komunikasi. Hal ini menjadikan mereka kelompok yang potensial untuk menilai secara objektif dan kritis bagaimana media sosial memengaruhi tingkat partisipasi politik generasi muda. Dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, mahasiswa Komunikasi dan

Penyiaran Islam (KPI) IAIN Curup dinilai sebagai responden yang tepat dan representatif untuk mengungkap pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik online di kalangan generasi milenial muslim di perguruan tinggi Islam.

Berdasarkan Latar Belakang yang sudah dijelaskan diatas Maka Peneliti tertarik untuk Memilih Judul **“Peran Media Sosial Tiktok Dalam Partisipasi Politik Pemilu Presiden 2024 Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Iain Curup”**.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah membatasi rumusan masalah, sehingga penelitian dapat dilakukan dengan lebih konsentrasi. Ini dilakukan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas pada topik yang tidak relevan, dan demi mengoptimalkan penelitian dalam mencapai tujuannya. Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa aktif Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di IAIN Curup yang secara aktif menggunakan aplikasi Tiktok. Fokus penelitian diarahkan pada kajian mengenai peran Tiktok dalam partisipasi politik pemilu presiden 2024 di kalangan mahasiswa. Partisipasi politik yang dimaksud mencakup aktivitas seperti mengakses informasi politik, memberikan komentar atau tanggapan terhadap konten politik, membagikan atau menyebarkan informasi politik, serta terlibat dalam diskusi politik melalui fitur-fitur interaktif di Tiktok.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran media sosial TikTok dalam membentuk partisipasi politik mahasiswa KPI IAIN Curup pada Pemilu Presiden 2024?
2. Bagaimana partisipasi mahasiswa sebelum dan sesudah melihat konten politik di Tiktok?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan peran media sosial TikTok dalam membentuk partisipasi politik mahasiswa KPI IAIN Curup pada Pemilu Presiden 2024.
2. Menganalisis partisipasi politik mahasiswa sebelum dan sesudah melihat konten politik di Tiktok.

E. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kajian sosiologi, khususnya pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi politik dan media sosial. Dengan memfokuskan penelitian pada peran media sosial Tiktok dalam partisipasi politik pada pemilu presiden 2024, hasil yang diperoleh dapat memperkaya literatur akademik mengenai hubungan antara teknologi digital dan perilaku politik generasi muda. Temuan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi akademisi, mahasiswa, dan peneliti lainnya dalam memahami bagaimana media sosial, khususnya Tiktok, dapat memengaruhi pola komunikasi politik, tingkat keterlibatan, dan bentuk partisipasi politik secara daring di kalangan mahasiswa.

Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika interaksi sosial di ranah digital

dan implikasinya terhadap pembentukan kesadaran politik. Dengan mengetahui seberapa besar peran Tiktok dalam mendorong partisipasi politik online pada mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan teori maupun penelitian lanjutan yang mengkaji peran media sosial dalam proses demokratisasi, pembentukan opini publik, dan penyebaran informasi politik di era digital. Dengan demikian, manfaat akademis yang dihasilkan tidak hanya relevan pada konteks penelitian ini, tetapi juga dapat diterapkan dalam kajian sosial-politik yang lebih luas..

2. Manfaat Praksis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa, khususnya di lingkungan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup, mengenai potensi media sosial Tiktok sebagai sarana efektif untuk mengakses informasi politik dan berpartisipasi secara aktif dalam ruang politik digital. Temuan penelitian ini dapat membantu mahasiswa memahami bahwa partisipasi politik online tidak hanya terbatas pada memberikan dukungan secara pasif, tetapi juga dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk keterlibatan, seperti berdiskusi, membagikan informasi, dan mengkritisi kebijakan publik secara konstruktif.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pihak kampus, organisasi kemahasiswaan, maupun instansi terkait dalam merancang strategi komunikasi politik yang lebih kreatif dan relevan dengan karakteristik generasi muda. Dengan memanfaatkan Tiktok secara optimal,

pihak-pihak tersebut dapat menyampaikan pesan politik atau informasi kebijakan publik secara lebih menarik dan mudah dipahami. Dengan demikian, manfaat praktis penelitian ini tidak hanya dirasakan oleh mahasiswa, tetapi juga dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas pendidikan politik di masyarakat, terutama dalam memanfaatkan media sosial sebagai instrumen penguatan partisipasi demokratis di era digital.

F. Tinjauan Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan, dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti di antaranya sebagai berikut:

Pertama kajian yang dilakukan oleh **Qurratul Ain, Anggun Sari, dan Yuni Candrasari** yang berjudul **"Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z"** memiliki fokus utama pada bagaimana Generasi Z memanfaatkan platform Tiktok untuk mendapatkan informasi politik. Penelitian ini mengeksplorasi peran Tiktok dalam menyediakan informasi politik bagi Generasi Z. Hasilnya bisa menunjukkan bahwa Gen Z, termasuk mahasiswa, memang menggunakan Tiktok sebagai salah satu sumber utama untuk mendapatkan berita dan informasi politik, di samping platform lainnya.

Kajian berikutnya dilakukan oleh **Rifki Ichwanusafa dan Muhammad Prakoso Aji** yang berjudul **"Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Generasi Z di UPN**

Veteran Jakarta” melakukan penelitian dengan menggunakan metode survei kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh Tiktok terhadap partisipasi politik mahasiswa generasi Z. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Tiktok memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan keterlibatan politik mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 49,4% terhadap partisipasi mereka dalam Pemilu 2024. Temuan ini menegaskan bahwa platform media sosial berbasis video pendek ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan semata, melainkan juga menjadi alat efektif dalam memobilisasi dan mengaktifkan generasi muda untuk lebih terlibat dalam proses politik secara digital. Selain itu, penelitian ini juga mengungkap bahwa konten-konten yang mudah diakses dan dikonsumsi melalui Tiktok mampu menarik minat mahasiswa dalam mengikuti dinamika politik, sehingga berdampak positif pada tingkat partisipasi mereka dalam pemilu.

Terakhir, kajian yang dilakukan oleh **Addina Utama Siregar tentang “Penggunaan Media Sosial pada Pemilih Pemula dalam Partisipasi Politik Pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan”**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial terutama telepon seluler dan internet sudah menjadi kebutuhan hidup generasi milenial. Whatsapp dan Instagram adalah media sosial yang digunakan dengan intensitas tinggi di antara media sosial tersebut. Alasan penggunaan media sosial yang paling utama adalah berkomunikasi. Alasan untuk menggunakan media sosial adalah untuk mencari informasi. Informasi yang dibutuhkan ketujuh informan bervariasi sesuai

dengan kegemaran mereka masing-masing. Alasan lainnya untuk menggunakan media sosial adalah untuk mengunggah foto dan video, berbelanja online dan juga untuk hiburan. Kesimpulan penelitian ini mendapati bahwa seluruh informan relatif sangat rendah penggunaan media sosialnya dalam partisipasi politik. Mereka pada umumnya hanya terpapar oleh informasi politik. Adapun beberapa informan yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi politik namun dalam intensitas yang sangat rendah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

a. Media Sosial

1. Media Sosial

Media sosial adalah platform digital berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara daring (online). Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial adalah *"a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user-generated content."* Artinya, media sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis web yang memungkinkan pengguna menghasilkan dan bertukar informasi secara interaktif.¹⁵

Dalam perspektif komunikasi, media sosial telah mengubah lanskap komunikasi secara fundamental, berperan sebagai saluran yang bersifat dua arah, partisipatif, dan real-time. Berbeda dengan media massa tradisional seperti televisi, radio, atau surat kabar yang hanya memungkinkan aliran informasi satu arah dari produsen ke konsumen, media sosial menciptakan ruang interaksi timbal balik yang dinamis. Platform ini memberdayakan setiap individu untuk tidak hanya menjadi

¹⁵ Vira Indar Nevyra, "Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021), hlm. 20

penerima pasif, tetapi juga sebagai sumber informasi dan produsen konten. Hal ini memungkinkan umpan balik (*feedback*) yang instan, memicu diskusi, serta memfasilitasi kolaborasi dan partisipasi langsung antar pengguna di mana pun mereka berada. Akibatnya, batas antara produsen dan konsumen menjadi kabur, menjadikan komunikasi lebih demokratis, cepat, dan personal.¹⁶

1. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Jejaring sosial: misalnya Facebook, LinkedIn – fokus pada membangun dan memelihara hubungan antar pengguna
- 2) Microblogging: seperti Twitter, Threads – untuk berbagi informasi singkat secara cepat.
- 3) Berbagi konten media: seperti Youtube, Instagram, Tiktok – untuk menyebarkan konten visual dan audio
- 4) Forum dan komunitas diskusi: seperti Reddit dan Kaskus – memungkinkan pengguna untuk bertukar opini dalam topik tertentu
- 5) Pesan instan (*instant messaging*): seperti WhatsApp, Telegram – berfokus pada komunikasi personal dan kelompok secara real-time

2. Sifat Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi dalam jaringan virtual. Dibandingkan dengan media massa tradisional, media

¹⁶ S. Setiawan dan V. Puspita, "Pola Komunikasi Partisipatif Di Era Media Sosial," Jurnal Komunikasi Dan Media, Vol. 4, No. 1 (2024), hlm. 1–13

sosial memiliki sejumlah sifat khas, di antaranya:

- 1) Interaktivitas, Media sosial memungkinkan interaksi dua arah atau bahkan multi-arah. Pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga pro-dusen (prosumer). Interaksi ini terjadi melalui fitur komentar, balasan, reaksi, dan pesan langsung.
- 2) Partisipatif dan *User-Generated Content*, Setiap pengguna memiliki kesempatan untuk menciptakan dan menyebarkan konten. Ini menciptakan lingkungan yang demokratis, di mana siapa pun bisa menjadi sumber informasi atau opini publik.
- 3) Jaringan dan konektivitas, Media sosial membentuk jaringan sosial digital (*social graph*) yang memungkinkan keterhubungan antarindividu, komunitas, dan organisasi secara global, tanpa batasan geografis.
- 4) Fleksibilitas media, Media sosial mendukung berbagai bentuk media teks, gambar, video, audio, siaran langsung yang dapat digunakan secara bersamaan.

b. Tiktok

1. Definisi Tiktok

Tiktok adalah platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan membagikan konten berdurasi ± 15 detik hingga 10 menit.¹⁷ Ekosistem kreatifnya ditopang oleh fitur perekaman dalam aplikasi, pustaka musik berlisensi,

¹⁷ Dahlan, A., & Santoso, M. (2023). Media sosial TikTok sebagai media penjualan digital secara live. *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora*, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

serta alat kreatif seperti efek, filter, duet dan *stitch*, *live stream*, hingga template otomatis yang memudahkan produksi konten oleh pengguna pemula maupun kreator profesional. Di Indonesia, karakter “ringkas, visual, *mobile*” ini mendorong pola konsumsi cepat (*snackable*) dan budaya tantangan (*challenge*) serta trend-jacking yang mudah direplikasi lintas komunitas.¹⁸ Aplikasi ini dikembangkan *ByteDance* (Tiongkok) dan berekspansi global setelah 2017, beriring dengan integrasi fitur dan strategi distribusi lintas pasar yang mempercepat adopsi di Indonesia. Sejumlah penelitian Indonesia mencatat bahwa kemudahan fitur kreatif dan format video pendek menjadi pengungkit partisipasi, baik untuk hiburan, edukasi, pemasaran, hingga komunikasi publik.¹⁹

TikTok sering dikategorikan sebagai *short-video platform* (SVP) yang menekankan ekspresi kreatif cepat, visual yang menarik, dan distribusi berbasis algoritma personalisasi. Mekanisme rekomendasi yang di Indonesia populer disebut FYP (*For You Page*) mengurutkan tayangan dari “*interest graph*” (minat/ketertarikan) alih-alih semata “*social graph*” (jejaring pertemanan), sehingga konten relevan bisa melampaui batas koneksi akun dan menjangkau audiens baru secara agresif. Implikasi akademiknya: paparan yang sangat

¹⁸ usairi, M. S., Azzahra, S. M., Anggraini, A. F., Biaggi, M., & Nisa, P. K. (2025). Seberapa besar algoritma TikTok mempengaruhi opini publik tentang kebijakan kesehatan di Jakarta Selatan. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), hlm 810–815

¹⁹ E-Jurnal Medium. (2022). Motif pengguna TikTok dalam mendapatkan FYP pada kalangan remaja Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium (Ilmu Komunikasi)*, Universitas Udayana.

terpersonalisasi meningkatkan keterlibatan (*engagement*), namun juga berpotensi membentuk filter *bubble* dan menggeser otoritas wacana ke kreator yang paling memantik atensi. Sejumlah studi di Indonesia dari tahun 2022–2025 menunjukkan dampak algoritmik ini pada perilaku konsumsi, pencarian informasi, pemasaran, hingga pembentukan opini publik generasi muda baik peluangnya (jangkauan, partisipasi) maupun risikonya (homogenisasi paparan, validitas informasi). Dibanding media sosial “tradisional” seperti Facebook atau pola feed berbasis jejaring lama di Instagram, logika rekomendasi SVP Tiktok cenderung lebih content-centric serta attention-driven, sehingga dinamika sebaran dan akselerasi trend menjadi lebih intens.

2. Karakteristik tiktok

- 1) TikTok menggunakan algoritma pembelajaran mesin untuk merekomendasikan konten berdasarkan perilaku pengguna (likes, waktu tonton, share, komentar).
- 2) Konten di TikTok mayoritas dibuat oleh pengguna, mencerminkan tren, tantangan (*challenge*), meme, dan berita tertentu.
- 3) Format video pendek membuat Tiktok unggul dalam menyebarkan informasi secara cepat dan masif.
- 4) Tiktok menyediakan fitur-fitur seperti duet, *stitch*, dan berbagai efek musik/visual yang mempermudah kolaborasi lintas pengguna dan membentuk komunitas berdasarkan minat (*genre*)

3. Fitur utama Tiktok

Sama halnya dengan media sosial lainnya, tiktok juga memiliki berbagai fitur menarik. Namun, ada berbagai fitur unggulan Tiktok yang membedakannya dengan media sosial lainnya. Yaitu:

1) Pembuatan Video Pendek

Pembuatan Video Pendek ini adalah inti dari Tiktok. Pengguna bisa merekam video langsung di aplikasi atau mengunggahnya dari galeri ponsel.

2) Editor Video Menjadi Lebih Mudah

Tiktok menyediakan berbagai alat pengeditan yang *user-friendly*, seperti pemotongan video, penambahan teks, stiker, dan emoji.

3) Pilihan Musik dan Suara yang Luas

Ada koleksi musik, kutipan film, dan efek suara yang sangat luas. Pengguna bisa menambahkan soundtrack ke video mereka untuk membuatnya lebih menarik atau lucu.

4) Filter dan Efek Visual

Sama seperti aplikasi foto, Tiktok punya banyak filter warna dan efek vis-ual unik yang bisa mengubah tampilan video secara drastis, misalnya efek green screen atau efek yang mengubah wajah.

5) For Your Page (FYP)

FYP adalah feed video yang dipersonalisasi untuk setiap pengguna. Algo-ritma Tiktok sangat pintar dalam memahami minat Anda dan akan merekomen-dasikan video dari kreator yang mungkin belum

Anda ikuti, tapi sesuai dengan preferensi tontonan Anda.

6) *Challenge dan Trend*

Tiktok sangat didorong oleh tren. Seringkali muncul tantangan menari, *lip-sync*, atau jenis video tertentu yang kemudian diikuti oleh jutaan pengguna lain di seluruh dunia..

c. Partisipasi Politik

1. Pengertian Partisipasi Politik

Partisipasi politik adalah segala bentuk keterlibatan warga negara dalam proses politik, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan mempengaruhi pengambilan keputusan politik atau pelaksanaan kebijakan publik. Secara umum, partisipasi politik mencakup tindakan-tindakan yang dilakukan individu atau kelompok untuk memengaruhi kebijakan pemerintah, mendukung kandidat atau partai politik, dan berkontribusi dalam proses demokrasi. Bentuk partisipasi politik dapat bervariasi mulai dari aktivitas tradisional seperti memberikan suara dalam pemilu, hingga aktivitas nonkonvensional seperti demonstrasi dan penggunaan media sosial untuk kampanye politik.²⁰

Menurut Haryanto dan Purnomo, partisipasi politik tidak hanya melibatkan keikutsertaan dalam pemilu tetapi juga mencakup aktivitas lain seperti diskusi politik, bergabung dalam organisasi politik, mengadvokasi isu sosial, serta penggunaan media digital sebagai sarana

²⁰ Boulianne, S. (2022). Social media and political participation: A meta-analysis. *Information, Communication & Society*, 25(9), 1234-1250

komunikasi politik. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi politik adalah konsep yang luas dan dinamis, berubah seiring perkembangan teknologi dan budaya politik masyarakat.²¹

2. Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik

Partisipasi politik memiliki beberapa bentuk, yaitu:

- 1) Partisipasi Politik Konvensional: Meliputi pemberian suara dalam pemilu, menghadiri rapat politik, dan bergabung dalam partai politik. Bentuk ini merupakan aktivitas yang diakui secara resmi dan terstruktur dalam sistem politik.
- 2) Partisipasi Politik Nonkonvensional: Termasuk aksi demonstrasi, boikot, dan bentuk protes lain yang lebih informal dan terkadang di luar aturan formal. Bentuk ini sering muncul sebagai respons terhadap ketidakpuasan terhadap sistem politik.
- 3) Partisipasi Politik Online: Melibatkan penggunaan internet dan media sosial untuk tujuan politik, seperti mengomentari isu politik, menyebarkan kampanye, atau ikut serta dalam petisi digital.²²

3. Teori Partisipasi Politik

Teori partisipasi politik dibagi menjadi dua. Pertama, Teori tradisional memandang partisipasi politik sebagai perilaku aktif warga negara dalam proses-proses politik formal, seperti memberikan suara

²¹ Haryanto, T., & Purnomo, D. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi politik masyarakat Indonesia. *Jurnal Politik Indonesia*, 8(1), 15-34

²² Boulianne, S. 2022

dalam pemilihan umum, menghadiri rapat politik, atau menjadi anggota partai politik. Model ini menekankan bahwa keterlibatan langsung dalam mekanisme demokrasi formal adalah indikator utama dari partisipasi politik yang sehat. Aktivitas tersebut dianggap penting untuk memastikan representasi suara rakyat dalam sistem pemerintahan yang demokratis. Namun, fokus yang terlalu sempit pada kegiatan formal ini menjadikan teori tradisional kurang mampu menangkap realitas sosial-politik modern, di mana bentuk partisipasi semakin beragam.

Dalam perkembangan selanjutnya, kritik terhadap teori ini muncul karena tidak dapat menjelaskan fenomena partisipasi politik di luar kerangka formal, terutama yang tumbuh di era digital. Partisipasi politik kini tidak hanya terbatas pada interaksi fisik atau kehadiran langsung dalam kegiatan politik, tetapi juga mencakup berbagai bentuk keterlibatan nonkonvensional seperti kampanye digital, diskusi daring, dan advokasi isu-isu publik di media sosial. Perubahan ini mendorong lahirnya teori partisipasi politik baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan perilaku masyarakat kontemporer.²³

Kedua, partisipasi politik online. Munculnya teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara warga negara terlibat dalam politik, melahirkan konsep partisipasi politik online. Menurut

²³ Susanto, Dedi. Partisipasi Politik Generasi Muda di Era Digital. Jakarta: Pustaka Demokrasi, 2023, hlm. 45

Boulianne, partisipasi politik online mencakup berbagai bentuk keterlibatan yang memanfaatkan internet dan platform media sosial sebagai sarana utama. Bentuk-bentuk ini meliputi aktivitas seperti mengakses berita politik secara daring, berdiskusi di forum online, membagikan opini atau komentar politik, hingga terlibat dalam kampanye digital. Partisipasi semacam ini dianggap lebih fleksibel karena tidak terikat oleh ruang dan waktu, memungkinkan masyarakat untuk tetap berkontribusi dalam diskursus politik meski tanpa hadir secara fisik.

Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Wijaya dan Kusuma menunjukkan bahwa generasi muda cenderung lebih aktif dalam partisipasi politik online dibandingkan dengan bentuk partisipasi tradisional. Fenomena ini didorong oleh kemudahan akses internet, sifat interaktif media sosial, serta kemampuannya untuk menjangkau audiens luas dalam waktu singkat. Media sosial juga memungkinkan personalisasi pesan politik sehingga lebih relevan dengan minat dan nilai audiens muda, menjadikannya saluran yang efektif untuk membangun kesadaran politik dan mendorong keterlibatan publik secara digital.²⁴

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi politik

Faktor sosial ekonomi, seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan, memiliki pengaruh yang signifikan

²⁴ Wijaya, R., & Kusuma, A. "Perbandingan Partisipasi Politik Tradisional dan Online Generasi Muda di Indonesia." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. 15 No. 1 (2023): 22–36

terhadap tingkat partisipasi politik seseorang. Pendidikan yang lebih tinggi cenderung meningkatkan pemahaman individu mengenai isu-isu politik, proses demokrasi, dan hak-hak warga negara, sehingga mendorong mereka untuk lebih aktif berpartisipasi. Demikian pula, individu dengan pendapatan dan status sosial yang lebih baik umumnya memiliki akses lebih besar terhadap informasi politik dan kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan politik formal maupun non-formal. Haryanto dan Purnomo menegaskan bahwa keterlibatan politik sering kali dipengaruhi oleh rasa percaya diri dan kapasitas sumber daya yang dimiliki seseorang, di mana kelompok dengan modal ekonomi dan pendidikan tinggi cenderung merasa lebih mampu memengaruhi kebijakan publik dibandingkan kelompok dengan sumber daya terbatas.²⁵

Selain aspek sosial ekonomi, **faktor psikologis** juga memegang peranan penting dalam menentukan partisipasi politik. Minat terhadap isu-isu politik menjadi pendorong utama bagi individu untuk terlibat dalam diskusi, mengikuti perkembangan kebijakan, dan memberikan suara dalam pemilu. Kepercayaan terhadap pemerintah dan lembaga politik berpengaruh pada sejauh mana seseorang merasa partisipasinya akan berdampak nyata. Rasa tanggung jawab sosial, yaitu keyakinan bahwa setiap warga negara memiliki peran dalam menjaga demokrasi, juga mendorong keterlibatan yang lebih aktif.

²⁵ Haryanto, B., & Purnomo, A. Sosial Ekonomi dan Partisipasi Politik di Indonesia. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2023, hlm. 78

Penelitian oleh Wijaya dan Kusuma menunjukkan bahwa generasi muda yang memiliki minat politik tinggi dan rasa tanggung jawab sosial cenderung berpartisipasi lebih banyak, baik melalui jalur konvensional seperti pemilihan umum maupun melalui media sosial dan kampanye digital.²⁶

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

membawa dimensi baru dalam partisipasi politik, terutama melalui media sosial dan platform digital. Literasi digital yakni kemampuan untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara efektif menjadi prasyarat penting bagi partisipasi politik online. Individu dengan tingkat literasi digital yang tinggi dapat memanfaatkan media sosial untuk mengakses berita politik, berinteraksi dengan calon pemimpin, menyuarakan opini, bahkan mengorganisir aksi kolektif. Rahman dan Sari mengungkapkan bahwa keterampilan digital yang memadai membuat partisipasi politik menjadi lebih inklusif, karena memungkinkan keterlibatan dari kelompok yang sebelumnya sulit mengakses arena politik formal.²⁷ Dengan demikian, teknologi tidak hanya menjadi sarana informasi, tetapi juga instrumen pemberdayaan politik di era digital.

B. Landasan Teori

²⁶ Wijaya, R., & Kusuma, A. "Perbandingan Partisipasi Politik Tradisional dan Online Generasi Muda di Indonesia." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. 15 No. 1 (2023): 22–36

²⁷ Rahman, A., & Sari, N. "Literasi Digital dan Keterlibatan Politik di Era Media Sosial." *Jurnal Politik Digital Indonesia*, Vol. 4 No. 1 (2025): 55–70

1. *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratifications* (U&G) merupakan salah satu pendekatan utama dalam kajian komunikasi yang menempatkan audiens sebagai aktor aktif dalam memilih dan menggunakan media. Berbeda dengan paradigma lama yang memandang audiens sebagai penerima pasif, teori ini menekankan bahwa individu memiliki motivasi dan kebutuhan tertentu yang mendorong mereka untuk mengonsumsi media secara selektif.²⁸ Dalam konteks media sosial, terutama platform seperti Tiktok, teori ini relevan untuk memahami mengapa dan bagaimana mahasiswa memilih konten politik sebagai bagian dari aktivitas digital mereka.

U&G berasumsi bahwa penggunaan media didasarkan pada pemenuhan kebutuhan psikologis dan sosial. Katz, mengelompokkan kebutuhan ini menjadi beberapa kategori, yaitu kebutuhan kognitif (informasi dan pengetahuan), afektif (hiburan dan pelarian), personal integratif (penguatan identitas diri), sosial integratif (interaksi sosial), dan kebutuhan pelepasan ketegangan. Mahasiswa generasi Z, sebagai pengguna aktif Tiktok, mengakses konten politik tidak hanya untuk memperoleh informasi tetapi juga untuk mengekspresikan diri dan berpartisipasi dalam komunitas digital yang sesuai dengan minat politik mereka.²⁹

Dalam era digital saat ini, *platform* video pendek seperti Tiktok

²⁸ Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523

²⁹ Nugroho, A., & Pramono, S. (2023). Penggunaan Media Sosial dan Partisipasi Politik Generasi Muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 45-60

menyediakan format yang memudahkan pemenuhan kebutuhan tersebut melalui konten yang singkat, kreatif, dan interaktif. Selain hiburan, pengguna mencari pemahaman politik yang mudah diakses dan berdampak, sehingga partisipasi politik pun menjadi bagian dari pemanfaatan media ini. Hal ini memperkuat relevansi U&G dalam menjelaskan pola penggunaan media sosial sebagai alat partisipasi politik di kalangan mahasiswa.

2. Teori Partisipasi Politik Online

Partisipasi politik online merupakan perluasan dari konsep partisipasi politik tradisional ke ranah digital. Jika partisipasi politik tradisional berfokus pada tindakan langsung di dunia nyata seperti memberikan suara dalam pemilu, menghadiri rapat partai, atau mengikuti aksi demonstrasi, maka partisipasi politik online mengalihkan sebagian aktivitas tersebut ke media digital. Menurut Boulianne, partisipasi politik online mencakup aktivitas seperti mengikuti perkembangan berita politik, berdiskusi dalam forum daring, menandatangani petisi online, serta berpartisipasi dalam kampanye digital.³⁰ Perkembangan teknologi internet, media sosial, dan perangkat seluler telah memungkinkan masyarakat, terutama generasi muda untuk terlibat dalam politik secara lebih cepat, mudah, dan masif dibandingkan sebelumnya.

Bentuk partisipasi politik online sangat beragam dan fleksibel.

³⁰ Boulianne, 2022

Boulianne menegaskan bahwa bentuk-bentuk ini dapat meliputi pencarian informasi politik, ekspresi opini, aktivisme digital, hingga interaksi sosial-politik. Aktivitas tersebut dapat terjadi di berbagai platform, mulai dari media sosial seperti Facebook, Instagram, X (Twitter), hingga platform berbasis video seperti Tiktok dan YouTube. Tidak seperti partisipasi politik tradisional yang sering memerlukan kehadiran fisik, partisipasi online memungkinkan individu untuk terlibat kapan saja dan di mana saja, asalkan terhubung dengan jaringan internet. Fleksibilitas ini membuat partisipasi politik online sangat menarik bagi generasi muda yang terbiasa dengan kecepatan dan kenyamanan teknologi digital.

Mahasiswa, khususnya dari generasi Z, dikenal memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi. Generasi ini tumbuh di tengah perkembangan internet, media sosial, dan perangkat pintar, sehingga memiliki keterampilan digital yang mumpuni. Margetts menunjukkan bahwa generasi Z sering memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk tujuan politik, seperti mengikuti akun tokoh politik, menonton video kampanye, memberikan komentar, serta membagikan konten yang sesuai dengan pandangan politik mereka.³¹ Di Indonesia, fenomena ini semakin terlihat menjelang Pemilu 2024, ketika platform seperti Tiktok menjadi salah satu sumber informasi politik yang signifikan bagi pemilih muda.

Tiktok memiliki karakteristik unik yang membuatnya sangat efektif

³¹ Margetts, H., John, P., Hale, S., & Yasseri, T. *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton University Press, 2016

untuk mendorong partisipasi politik online. Dengan format video singkat dan algoritma yang secara cerdas merekomendasikan konten sesuai minat pengguna, Tiktok mampu menyebarkan pesan politik dengan cepat dan luas. Konten politik yang disajikan secara kreatif, misalnya melalui humor, musik, atau visual menarik, lebih mudah menarik perhatian pengguna muda dan memotivasi mereka untuk berinteraksi. Rahman dan Sari (2025) menegaskan bahwa algoritma Tiktok dapat memperluas jangkauan pesan politik hingga melampaui audiens awal, sehingga menciptakan efek viral yang berpotensi memengaruhi persepsi publik.³²

Dalam konteks mahasiswa KPI IAIN Curup sebagai subjek penelitian, teori partisipasi politik online menjadi relevan karena menggambarkan cara mereka terlibat dalam isu politik melalui media sosial. Dengan akses internet yang relatif mudah dan kebiasaan menggunakan *platform* digital setiap hari, mahasiswa ini memiliki peluang besar untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, menyebarkan informasi, atau mendukung kampanye tertentu secara online. Wijaya dan Kusuma menyebutkan bahwa keterlibatan politik generasi muda di ruang digital sering kali dipicu oleh konten yang bersifat interaktif, personal, dan sesuai dengan nilai-nilai mereka.³³

Teori partisipasi politik online juga membantu memahami pergeseran perilaku partisipasi masyarakat dari ranah offline ke ranah online. Pergeseran ini bukan berarti menghilangkan bentuk partisipasi

³² Rahman, A., & Sari, N, 2025

³³ Wijaya, R., & Kusuma, A, 2023

tradisional, melainkan memperkaya dan memperluasnya. Banyak individu yang sebelumnya jarang berpartisipasi secara langsung, kini mulai aktif di ruang digital karena hambatan fisik atau waktu dapat diatasi dengan teknologi. Misalnya, seseorang yang tidak dapat menghadiri rapat politik secara langsung tetap dapat mengikuti siaran langsung, memberikan komentar, atau berdonasi secara online.

Lebih jauh lagi, partisipasi politik online menciptakan ruang partisipasi yang lebih egaliter. Jika pada partisipasi politik tradisional akses sering kali terbatas pada kelompok tertentu dengan modal sosial dan ekonomi yang memadai, maka partisipasi online membuka peluang bagi siapa saja yang memiliki koneksi internet untuk ikut terlibat. Hal ini selaras dengan pandangan Boulianne bahwa partisipasi politik online memiliki potensi untuk memperkuat demokrasi partisipatif, selama pengguna memiliki literasi digital yang memadai untuk menyaring informasi dan menghindari misinformasi.

Dengan demikian, teori partisipasi politik online bukan hanya relevan untuk memahami fenomena politik di era digital, tetapi juga menjadi landasan konseptual penting untuk menganalisis peran media sosial terutama Tiktok dalam meningkatkan keterlibatan politik mahasiswa KPI IAIN Curup. Pemahaman ini akan membantu peneliti melihat bagaimana dinamika interaksi di ruang digital dapat memengaruhi perilaku politik generasi muda, baik dalam bentuk dukungan, kampanye, maupun kritik terhadap kebijakan publik. Dalam konteks ini, terdapat

beberapa aspek penting yang mencerminkan pengalaman mahasiswa KPI, yaitu reaksi awal melihat konten politik di Tiktok, perasaan dan pemikiran setelah menyimak konten politik, cara menanggapi konten politik di Tiktok, penilaian terhadap kualitas dan keakuratan informasi politik, serta pengaruh konten politik terhadap keputusan memilih. Kelima aspek tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling berhubungan dalam membentuk pola interaksi mahasiswa terhadap arus informasi politik yang mereka konsumsi di media sosial. Sejalan dengan pendapat McQuail, audiens dalam Uses and Gratification Theory cenderung aktif dalam memilih, menggunakan, dan menafsirkan media sesuai kebutuhan mereka, termasuk kebutuhan akan informasi politik.³⁴

Dengan menelaah kelima aspek tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana mahasiswa KPI membangun pemahaman politiknya melalui media sosial, khususnya Tiktok. Reaksi awal menjadi pintu masuk yang menentukan apakah sebuah konten akan mendapat perhatian lebih, sementara perasaan dan pemikiran setelah menyimak konten memperlihatkan proses internalisasi pesan. Cara menanggapi konten memperlihatkan tingkat partisipasi, mulai dari pasif hingga proaktif, sedangkan penilaian kualitas informasi menunjukkan adanya kesadaran kritis. Hal ini sesuai dengan temuan Castells yang menekankan bahwa media digital tidak hanya sebagai ruang konsumsi informasi, tetapi juga sebagai arena partisipasi dan produksi

³⁴ McQuail, Denis. *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. 7th ed. London: Sage Publications, 2020.

makna bersama. Akhirnya, semua tahapan tersebut bermuara pada sejauh mana konten politik dapat memengaruhi keputusan memilih, sehingga membentuk realitas baru mengenai partisipasi politik generasi muda di era digital.³⁵

3. Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah salah satu cabang ilmu komunikasi yang membahas bagaimana pesan politik diproduksi, disebarkan, dipertukarkan, dan diterima oleh masyarakat dalam ruang publik. Teori komunikasi politik memandang politik bukan hanya sebatas proses perebutan kekuasaan, tetapi juga sebagai aktivitas komunikasi, di mana aktor politik berusaha memengaruhi opini publik, membentuk citra, serta memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Menurut Dan Nimmo, komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan atau simbol politik yang memiliki tujuan tertentu, yaitu membentuk, memperkuat, atau mengubah sikap dan perilaku politik masyarakat.³⁶ Komunikasi politik dapat dilakukan oleh berbagai pihak seperti partai politik, kandidat, pemerintah, media massa, maupun masyarakat itu sendiri. Sementara itu, McNair menekankan bahwa komunikasi politik tidak hanya terjadi melalui media tradisional (televisi, radio, surat kabar), tetapi juga semakin kuat melalui media digital, termasuk media sosial, yang memungkinkan interaksi langsung dan

³⁵ Castells, Manuel. *Communication Power*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2021

³⁶ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America* (New York: Goodyear, 2000)

partisipasi publik dalam diskusi politik.³⁷

Dalam konteks penelitian, teori komunikasi politik menjelaskan bagaimana pesan politik di media sosial, khususnya Tiktok, diproduksi dan dikonsumsi oleh mahasiswa. Konten politik yang disajikan dengan gaya singkat, kreatif, dan visual di Tiktok bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi politik generasi muda. Interaksi yang tercipta melalui komentar, like, dan share menjadi bagian dari proses komunikasi politik yang bersifat dua arah, di mana audiens tidak hanya pasif, tetapi juga aktif dalam menanggapi dan menyebarkan pesan politik.

Dengan demikian, teori komunikasi politik menjadi dasar penting untuk memahami bagaimana media sosial berperan dalam Pemilu Presiden 2024. Teori ini membantu melihat bahwa keberhasilan sebuah pesan politik bukan hanya ditentukan oleh siapa yang menyampaikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikemas, media apa yang digunakan, serta bagaimana respon khalayak dalam menerima dan menafsirkan pesan tersebut.

³⁷ Brian McNair, *An Introduction to Political Communication* (New York: Routledge, 2011)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena yang diteliti melalui pengumpulan data secara langsung dari lapangan. Dalam konteks ini, penelitian diarahkan untuk memahami dan menjelaskan secara detail mengenai peran media sosial Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik online mahasiswa KPI IAIN Curup. Penelitian kualitatif deskriptif tidak memfokuskan pada pengujian hipotesis kuantitatif, melainkan pada pemahaman makna dan interpretasi dari pengalaman partisipan dalam konteks sosial yang mereka hadapi.³⁸

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang dialami oleh individu atau kelompok, seperti perilaku, motivasi, tindakan, persepsi, dan pengalaman hidup. Penelitian ini berupaya menggali makna di balik suatu peristiwa, bukan hanya mengukur atau menghitung frekuensinya. Fokus utamanya adalah pada pemahaman yang holistik dan kontekstual, sehingga peneliti dapat melihat suatu fenomena dari sudut pandang partisipan penelitian.³⁹

³⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: ALFABETA, 2020), hlm 98

³⁹ Ibid, 98

Pendekatan kualitatif juga menekankan pentingnya interaksi langsung antara peneliti dengan subjek penelitian melalui teknik-teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan cara ini, data yang diperoleh bersifat deskriptif, kaya akan detail, dan mampu merepresentasikan realitas sosial sebagaimana adanya. Dalam prosesnya, penelitian kualitatif lebih mengedepankan interpretasi, pemaknaan, serta deskripsi yang mendalam daripada sekadar angka atau statistik.

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan metode wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian kualitatif deskriptif ini merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang diteliti, yakni peran media sosial Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik online mahasiswa KPI IAIN Curup. Data dikumpulkan melalui keterangan yang bersifat naratif dan kaya konteks, sehingga mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap objek penelitian.

Dalam prosesnya, penelitian ini menggunakan kerangka Teori *Uses and Gratifications* (U&G) dan Teori Partisipasi Politik Online sebagai landasan analisis. Teori U&G digunakan untuk memahami motif, kebutuhan, serta kepuasan yang dicari mahasiswa KPI IAIN Curup saat mengakses konten politik di Tiktok, sedangkan Teori Partisipasi Politik

Online digunakan untuk menjelaskan bentuk-bentuk dan pola keterlibatan mereka dalam aktivitas politik di ranah digital. Penelitian ini mengacu pada pandangan Groat dan Wang (2013) yang mengemukakan empat komponen kunci dalam penelitian kualitatif, yakni:

1. Penekanan Pada Setting Natural

Peneliti melakukan pengumpulan data dalam setting natural, yaitu di lingkungan asli partisipan (kampus, rumah, atau tempat aktivitas mereka) tanpa memindahkan subjek dari konteks alaminya. Hal ini penting agar data yang diperoleh mencerminkan realitas yang sebenarnya.⁴⁰

2. Fokus Pada Intepertasi Makna

Penelitian ini berfokus pada realitas empiris yang diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung. Peneliti berperan aktif dalam menginterpretasikan makna dari data, khususnya bagaimana mahasiswa memaknai penggunaan Tiktok sebagai media partisipasi politik.

3. Fokus pada informan memaknai keadaan dirinya

Tujuan dari penelitian ini adalah mempresentasikan serta mendeskripsikan gambaran fenomena sesuai dengan pemahaman dan sudut pandang informan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan benar-benar merefleksikan pengalaman partisipan, bukan hanya interpretasi sepihak dari peneliti.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2020), hlm. 125

4. Penggunaan beragam taktik

Peneliti mengombinasikan teknik wawancara mendalam, dokumentasi, dan pengamatan untuk memperoleh data yang utuh. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memadupadankan temuan di lapangan dengan teori U&G dan Partisipasi Politik Online untuk menghasilkan analisis yang komprehensif.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Studi ini dilakukan di Fakultas Usluhyuddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri Curup. Khususnya pada mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

2. Waktu

Penelitian ini akan dilaksanakan pada saat surat keterangan penelitian keluar.

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu, kelompok, atau pihak tertentu yang dijadikan sebagai sumber utama data, baik sebagai partisipan, informan, maupun narasumber yang dapat memberikan informasi relevan sesuai fokus penelitian. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan kesesuaian karakteristik dengan tujuan penelitian, sehingga mampu memberikan data yang mendalam dan

kontekstual.⁴¹

Subjek penelitian kualitatif adalah pihak atau individu yang menjadi fokus pengamatan sekaligus sumber informasi bagi peneliti. Dalam konteks penelitian kualitatif, subjek merupakan pihak yang dituju untuk memperoleh data atau keterangan yang dibutuhkan guna mendukung proses penelitian. Adapun subjek penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang aktif menggunakan media sosial Tiktok, khususnya untuk mengonsumsi atau berinteraksi dengan konten politik. Mahasiswa KPI dipilih karena mereka dianggap memiliki literasi media yang memadai, keterlibatan aktif di media sosial, serta potensi menjadi bagian dari segmen pemilih muda yang berperan dalam pembentukan opini publik di ranah digital.

E. Sumber dan Jenis Data

Jenis dan sumber data yang akan digunakan didalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber aslinya. Proses pengumpulan data ini dilakukan melalui wawancara, survei, dan observasi, sehingga memungkinkan peneliti berinteraksi secara langsung dengan pihak yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. Pendekatan ini memastikan bahwa informasi yang diperoleh bersifat otentik dan sesuai dengan kondisi

⁴¹ Neuman, W. L. (2023). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (9th ed.). Pearson

lapangan.

Teknik purposive sampling dalam penelitian ini tidak hanya bertujuan mendapatkan sampel yang mewakili populasi secara umum, tetapi lebih berfokus pada pemilihan responden yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan langsung yang relevan dengan topik penelitian. Dengan cara ini, data yang dihasilkan diharapkan lebih mendalam dan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian.⁴²

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui usaha lapangan sendiri, melainkan berasal dari pihak lain yang telah mengumpulkannya sebelumnya. Data ini biasanya dihimpun peneliti dari lokasi penelitian dengan menggunakan teknik observasi atau melalui penelusuran sumber yang telah terdokumentasi. Keberadaan data sekunder berperan penting sebagai pelengkap dan penguat temuan dari data primer, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap objek penelitian.⁴³

Dalam penelitian ini, sumber data sekunder mencakup berbagai dokumen dan literatur yang relevan dengan topik yang diangkat. Dokumen tersebut meliputi buku-buku cetak maupun buku digital, jurnal ilmiah nasional, karya akademik seperti skripsi dan tesis, serta

⁴² Neuman, W. L. (2023). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (9th ed.). Pearson

⁴³ Husein umar, *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009).Hal. 42.

berbagai bacaan lain yang mendukung kerangka teori maupun analisis. Seluruh referensi tersebut digunakan untuk memperkaya landasan teori, memperkuat argumen, serta memberikan pembandingan terhadap temuan penelitian di lapangan.⁴⁴

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan seperti wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah suatu dengan cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan sebuah data lengkap dan mendalam sesuai dengan keadaan sesuai dengan objek penelitian. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Dengan melakukan teknik wawancara, peneliti akan melakukan interaksi dengan subjek penelitian agar peneliti dapat menafsirkan sebagai jawaban yang telah ditanyakan melalui wawancara tersebut. Karakteristik dari wawancara mendalam ini, ialah sebagai berikut:

- 1) Menyediakan latar belakang secara lebih detail mengenai alasan informan memberikan jawaban tertentu.
- 2) Memperhatikan bukan hanya jawaban verbal informan, tetapi juga observasi yang panjang.

⁴⁴ Wahyu Pengantar, Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis .(yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Hal. 7.

- 3) Dilakukan dalam waktu yang lama dan berulang kali.
- 4) Memungkinkan memberikan pertanyaan yang berbeda antar tiap informan.
- 5) Dipengaruhi oleh iklim wawancara.

Melalui wawancara mendalam, maka peneliti dapat memahami apa yang dimaksud baik dari komunikator maupun komunikan secara langsung dengan bertatap muka dan dapat mengetahui hal-hal implisit yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara mendalam akan dilakukan kepada para informan yang terlibat langsung dengan infoman.

2. Dokumentasi

Dokumentasi atau pencatatan merupakan hal awal yang dilakukan peneliti, dengan mengarsipkan dan berbagai kegiatan, sebagian besar data yang tersedia adalah bentuk surat-surat, catatan harian, dan laporan penelitian.

3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sengaja, sistematis dengan mengamati secara mendalam mengenai fenomena sosial atau fakta-fakta mengenai kenyataan dan kemudian dilakukan pencacatan. Berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti langsung studi ke lapangan menjadi partisipan untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Melalui observasi ini, peneliti dapat mengetahui langsung mengenai potensi-

potensi yang mungkin terjadi di dalam masyarakat.

G. Analisis Data

Dalam Penelitian kualitatif, analisis adalah sebuah data yang dimaksudkan untuk menganalisis data hasil catatan lapangan, atau dari sumber informasi yang telah diperoleh. Setelah data yang terkumpul secara lengkap jelas maka dapat dilakukan dengan menggunakan pengaturan, sehingga dapat mengurutkan, mengelompokkan dan mengkategorikannya, sehingga dapat menjadikan suatu tuntunan mengenai sebuah penelitian peran media sosial Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik online.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu tahap penting dalam teknik analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menyederhanakan, mengelompokkan, dan memfokuskan data mentah yang diperoleh dari lapangan sehingga menjadi informasi yang bermakna. Proses ini dilakukan dengan cara memilih, memilah, serta memisahkan data yang relevan dengan fokus penelitian dari data yang tidak relevan. Dengan demikian, peneliti dapat lebih mudah memahami inti informasi yang terkandung di dalam data tersebut serta menggunakannya untuk membangun argumen dan penarikan kesimpulan yang tepat.⁴⁵

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menampilkan informasi penelitian secara terstruktur untuk menunjukkan keterkaitan antar fenomena, sehingga

⁴⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: ALFABETA, 2020), hlm 148

peneliti dapat memahami apa yang sebenarnya terjadi dan menentukan langkah tindak lanjut yang diperlukan guna mencapai tujuan penelitian. Tahap ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana visualisasi atau penataan data, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan temuan lapangan dengan proses analisis dan interpretasi.

Penyajian data yang baik harus memiliki alur pemikiran yang jelas, logis, dan mudah diikuti. Hal ini sangat diharapkan oleh setiap peneliti, karena melalui penyajian data yang sistematis akan memudahkan proses penarikan kesimpulan yang tepat. Dalam konteks penelitian kualitatif, penyajian data yang terencana dengan baik menjadi salah satu langkah penting untuk menghasilkan analisis yang valid, dapat dipercaya, dan mendukung temuan penelitian secara keseluruhan.⁴⁶

3. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisis data, di mana peneliti menyampaikan hasil akhir dari seluruh temuan yang telah diperoleh. Pada bagian ini, peneliti merumuskan inti dari data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian mengolahnya menjadi pernyataan yang ringkas namun mencerminkan makna dan esensi penelitian. Tahap ini menjadi penting karena berfungsi untuk menjawab rumusan masalah serta menghubungkan hasil penelitian dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, proses penarikan kesimpulan dilakukan

⁴⁶ Penalaran UMN, Penyajian Data Dalam Penelitian Kualitatif, (Jakarta : Grafinfo Persada, 2014), Hal 115.

dengan menganalisis secara menyeluruh peristiwa dan fakta yang terjadi di lapangan, kemudian mengaitkannya dengan konteks penelitian. Kesimpulan yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas, terukur, dan sesuai dengan realitas yang ditemukan, sehingga dapat menjadi acuan untuk memberikan rekomendasi atau tindak lanjut pada penelitian selanjutnya.⁴⁷

H. Keabsahan Data

Keabsahan data (*trustworthiness of data*) adalah langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipercaya, dapat dipertanggungjawabkan, dan benar-benar merepresentasikan fenomena yang diteliti. Menurut Lincoln dan Guba (1985), dalam penelitian kualitatif, triangulasi merupakan pendekatan strategis yang digunakan untuk meningkatkan validitas, kredibilitas, dan keandalan data. Triangulasi bertujuan untuk meminimalkan bias yang mungkin timbul dari satu sumber data atau satu metode pengumpulan data saja, sehingga temuan penelitian menjadi lebih akurat dan dapat dipercaya. Melalui triangulasi, peneliti membandingkan, memverifikasi, dan mengkaji ulang data yang diperoleh dari berbagai sudut pandang, baik dari sisi metode, sumber, peneliti, maupun teori yang digunakan.

Menurut Patton, triangulasi dalam penelitian kualitatif dapat membantu peneliti untuk melihat fenomena secara lebih menyeluruh karena data tidak hanya diambil dari satu perspektif. Dengan demikian, informasi yang diperoleh lebih kaya, mendalam, dan memiliki tingkat validitas yang lebih

⁴⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: ALFABETA,2020), hlm 155

tinggi. Terdapat empat elemen penting dalam triangulasi yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi ini dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Sumber data yang berbeda, seperti informan dengan latar belakang yang beragam atau dokumen dari pihak yang berbeda, digunakan untuk menguji konsistensi informasi yang diperoleh.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mengkaji fenomena yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam dan dokumentasi untuk melihat peran Tiktok dalam partisipasi politik pemilu presiden 2024 mahasiswa kpi iain curup. Dengan membandingkan hasil dari metode yang berbeda, peneliti dapat memperkuat keakuratan informasi.

3. Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti melibatkan lebih dari satu peneliti dalam proses pengumpulan atau analisis data. Hal ini dilakukan untuk mengurangi subjektivitas individu dan meningkatkan objektivitas hasil penelitian. Meskipun penelitian ini dilakukan oleh satu peneliti utama, masukan dari dosen pembimbing atau rekan sejawat dapat berperan sebagai bentuk triangulasi peneliti secara tidak langsung.

4. Triangulasi Teori

Triangulasi teori dilakukan dengan memanfaatkan lebih dari satu perspektif teori untuk menafsirkan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teori utama, yaitu Uses and Gratifications Theory untuk memahami motif penggunaan Tiktok, Teori Partisipasi Politik Online untuk mengkaji bentuk dan tingkat keterlibatan politik mahasiswa, serta Teori Komunikasi Politik untuk menganalisis bagaimana pesan politik dikonstruksi, disebarkan, dan diterima oleh mahasiswa melalui media sosial. Penggunaan ketiga teori ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap data yang dikumpulkan, karena tidak hanya menjelaskan motivasi individu dalam menggunakan media, tetapi juga memperlihatkan bagaimana media berfungsi sebagai saluran komunikasi politik yang memengaruhi partisipasi politik generasi muda.

Dengan penerapan keempat bentuk triangulasi ini, penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas yang tinggi, sehingga kesimpulan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Triangulasi bukan hanya sekadar teknik pemeriksaan, tetapi juga bagian integral dari proses analisis yang memastikan bahwa hasil penelitian bersifat kredibel, dapat diandalkan, dan memiliki kontribusi ilmiah yang kuat.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objektif Wilayah/Sasaran Penelitian

1. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

a. Sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Sejarah IAIN Curup berakar dari pembentukan Fakultas Ushuluddin, yang pada awalnya merupakan fakultas cabang dari IAIN Raden Fatah Palembang. Embrio pendirian institusi ini bermula dari inisiatif Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup pada tahun 1963 untuk mendirikan Fakultas Syari'ah dengan status swasta. Seiring dengan perubahan status IAIN Raden Fatah Palembang menjadi institusi mandiri, Fakultas Syari'ah di Curup mengalami transformasi menjadi Fakultas Ushuluddin dan beralih status menjadi perguruan tinggi negeri. Perubahan status ini secara resmi ditetapkan melalui Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 86 Tahun 1964.⁴⁸

Setelah penetapan status negeri, kepemimpinan fakultas dipegang oleh KH. Amin Addary sebagai Dekan, yang dibantu oleh Drs. Djam'an Nur sebagai Wakil Dekan I dan III, serta M. Yusuf Rachim, S.H., sebagai Wakil Dekan II dan IV. Pengukuhan Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Curup sebagai bagian dari IAIN Raden Fatah Palembang ditegaskan melalui Surat Keputusan Menteri

⁴⁸ IAIN Curup. "Sejarah Singkat Institut Agama Islam Negeri Curup." Diakses 6 Agustus 2025. <https://iaincurup.ac.id/sejarah-singkat/>

Agama Nomor 87 Tahun 1964.

Lokasi perkuliahan IAIN Curup mengalami beberapa kali perpindahan. Pada periode awal (1963-1964), perkuliahan diadakan di gedung PGAN Talang Rimbo. Kemudian, dari tahun 1969 hingga 1981, kegiatan akademik dipindahkan ke gedung Yayasan Rejang Setia. Hingga pada tahun 1982, Fakultas Ushuluddin akhirnya menempati gedung permanennya di Jalan Dr. Ak. Gani Curup, yang merupakan lokasi kampus hingga saat ini.⁴⁹

Dalam upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas pendidikan tinggi di Kabupaten Rejang Lebong, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup telah melakukan berbagai pengembangan, baik dari segi sarana maupun prasarana. Perjuangan dan upaya ini dilakukan untuk mencapai tingkat kelembagaan yang lebih tinggi, yaitu menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Dengan dukungan dari seluruh civitas akademika dan pihak eksternal, STAIN Curup secara resmi beralih status menjadi IAIN Curup pada tanggal 05 April 2018. Perubahan ini disahkan melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2018 yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo.⁵⁰ Sebagai sebuah institusi negeri, IAIN Curup berada di bawah tanggung jawab

⁴⁹ lembaga Penjaminan Mutu IAIN Curup, "Rencana Induk Pengembangan (RIP) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2020-2045," diakses 6 Agustus 2025, <http://lpm.iaincurup.ac.id/wp-content/uploads/2024/12/RIP-IAIN-CURUP-2020-2025.pdf>

⁵⁰ Rencana Induk Pengembangan (RIP) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2020-2045, diakses 6 Agustus 2025, <http://lpm.iaincurup.ac.id/wp-content/uploads/2024/12/RIP-IAIN-CURUP-2020-2025.pdf>.

Kementerian Agama dan menjalankan fungsi sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mengelola urusan pemerintahan di bidang agama.

b. Visi Misi IAIN Curup

1) Visi

Visi **IAIN Curup** adalah "menjadi lembaga Pendidikan Tinggi Islam yang bermutu, religius, inovatif, dan kompetitif." Penjelasan dari setiap elemen visi tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Bermutu:** IAIN Curup bertekad untuk menghasilkan lulusan berkualitas tinggi yang memiliki kompetensi relevan dengan dunia kerja, serta mampu memberikan kontribusi positif bagi bangsa, agama, dan negara. Dalam bidang penelitian, IAIN Curup berfokus pada produksi karya akademik yang tidak hanya mengembangkan ilmu pengetahuan secara integratif, tetapi juga menjadi pemecah masalah (problem solver) bagi permasalahan umat dan bangsa.
- b) Religius:** Sebagai perguruan tinggi Islam, IAIN Curup mendasarkan seluruh proses **Tri Dharma Perguruan Tinggi** (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat) pada nilai-nilai keagamaan. Hal ini diwujudkan melalui integrasi moral akademik dan kesalehan sosial.
- c) Kompetitif:** IAIN Curup berkomitmen untuk menjadi perguruan tinggi Islam yang memiliki daya saing tinggi, baik secara personal, sosial, maupun profesional, di antara perguruan tinggi lainnya.

d) Inovatif: IAIN Curup berupaya mengimplementasikan nilai-nilai inovasi dalam setiap proses pengajaran, pembelajaran, dan penelitian. Tujuannya adalah menghasilkan karya akademik yang berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan kehidupan umat, bangsa, serta negara.

2) Misi

Untuk mencapai visi tersebut, IAIN Curup menetapkan misi sebagai berikut:

- a)** Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas, religius, serta menghasilkan ilmu pengetahuan yang inovatif dan kompetitif.
- b)** Mengembangkan berbagai bidang disiplin ilmu melalui penelitian yang bermutu, kompetitif, dan andal.
- c)** Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai proses pemantapan dan pemanfaatan pengembangan ilmu pengetahuan.

c. Program Studi di IAIN Curup

Berdasarkan struktur fakultas, berikut adalah daftar program studi yang tersedia di IAIN Curup:

1) Fakultas Tarbiyah

- a) Program Studi Bimbingan dan Konseling
- b) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
- c) Program Studi Pendidikan Agama Islam

- d) Program Studi Pendidikan Bahasa Arab
- e) Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
- f) Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini
- g) Program Studi Tadris Bahasa Indonesia
- h) Program Studi Tadris Bahasa Inggris
- i) Program Studi Tadris Matematika

2) Fakultas Dakwah

- a) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- b) Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir
- c) Program Studi Bimbingan Penyuluhan Islam
- d) Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam

3) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

- a) Program Studi Perbankan Syariah
- b) Program Studi Ekonomi Syariah
- c) Program Studi Hukum Keluarga Islam
- d) Program Studi Hukum Tata Negara Islam

2. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup

a. Sejarah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) merupakan salah satu program studi tertua di IAIN Curup. Keberadaan program studi ini tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Curup yang dimulai dari Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang cabang Curup. Eksistensi fakultas ini memberikan kontribusi signifikan terhadap

perkembangan peradaban Islam, khususnya di bidang keagamaan, dan mendapatkan apresiasi serta dukungan dari Pemerintah Kabupaten Rejang Lebong.⁵¹

Seiring dengan perkembangan kebijakan pendidikan dari pemerintah pusat, Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah cabang Curup berubah status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup. Perubahan ini secara resmi diatur dalam Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 1997. Pada awal perkembangannya, STAIN Curup hanya mengelola Jurusan Dakwah, Komunikasi, dan Penyiaran Islam.

Kemudian, untuk memenuhi visi menjadi pusat pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan Islam, STAIN Curup membuka jurusan baru, yaitu tahun 2002 Jurusan Tarbiyah (Ilmu Kependidikan), dan tahun 2008 Jurusan Syariah.

Dengan adanya penambahan jurusan tersebut, STAIN Curup memiliki tiga jurusan, yaitu Dakwah, Tarbiyah, dan Syariah. Setelah hampir 20 tahun, STAIN Curup akhirnya beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada tahun 2018 berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018.⁵²

Sebagai program studi tertua, Prodi KPI terus berbenah untuk meningkatkan kualitasnya, antara lain dengan merekrut tenaga pengajar yang kompeten dan menyusun kurikulum yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Kurikulum ini didesain untuk menghasilkan lulusan dengan

⁵¹ Buku pedoman akademik mahasiswa IAIN Curup Tahun 2020

⁵² Buku pedoman akademik mahasiswa IAIN Curup Tahun 2020

kompetensi sebagai berikut:

- 1) Mampu menganalisis persoalan dakwah dengan memanfaatkan teknologi media massa.
- 2) Terampil dalam praktik tabligh, baik dalam bentuk khutbah, ceramah keagamaan, maupun tabligh melalui penyiaran radio dan televisi.
- 3) Mampu menjadi tenaga penyuluh di berbagai institusi pemerintah maupun swasta.
- 4) Mampu mengembangkan karya-karya inovatif di bidang dakwah sesuai dengan perkembangan zaman.
- 5) Memiliki profesionalisme dalam menjalankan profesi di bidang keilmuan dakwah.

b. Visi dan Misi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

1) Visi

Menjadi program studi unggulan di Provinsi Bengkulu dalam kegiatan dakwah dan komunikasi untuk pengembangan dakwah Islamiah pada tahun 2028.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang dakwah dan komunikasi.
- b) Mengembangkan dan menyelenggarakan penelitian di bidang komunikasi dan penyiaran Islam dengan memanfaatkan teknologi informasi.
- c) Meningkatkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya

yang berkaitan dengan komunikasi massa, kehumasan, periklanan, dan penyiaran Islam.

- d) Mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mencapai keluhuran akhlak dan kematangan profesional.
- e) Menyelenggarakan kegiatan dakwah dan komunikasi di masyarakat, instansi terkait (Kementerian Agama, Humas pemerintah daerah), surat kabar, radio, dan televisi.

B. Profil Informan

Informan memiliki peran yang sangat penting dalam memperoleh data yang akurat pada suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling sebagai metode pemilihan informan. Pemilihan dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui sejauh mana peran media sosial Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik online pada mahasiswa.

Peneliti menetapkan lima informan yang merupakan mahasiswa aktif Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Curup yang secara rutin menggunakan Tiktok dan memiliki aktivitas yang berkaitan dengan konten politik di platform tersebut. Pertimbangan utama dalam pemilihan informan adalah kesediaan mereka untuk diwawancarai, tingkat keaktifan dalam menggunakan Tiktok, serta keterlibatan mereka dalam interaksi atau diskusi politik secara daring. Adapun kelima informan

tersebut bersedia secara sukarela untuk menjadi sumber data, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang mendalam mengenai pola penggunaan Tiktok, jenis konten politik yang mereka akses, dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik online. Berikut peneliti sajikan tabel nama-nama informan penelitian:

Tabel 4.1

Nama informan penelitian

NO	Nama Informan	Usia	Semester
1	Informan 1	23	11
2	Informan 2	21	5
3	Informan 3	22	7
4	Informan 4	22	7
5	Informan 5	22	7

Berdasarkan tabel data diri informan di atas, dapat dilihat bahwa kelima informan yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Curup, dengan rentang usia antara 21 hingga 23 tahun. Seluruh informan berada pada jenjang semester menengah hingga akhir, yaitu semester 5, 7, dan 11. Profil ini menunjukkan bahwa para informan telah menempuh studi di perguruan tinggi dalam jangka waktu yang cukup lama, sehingga memiliki bekal wawasan akademis yang lebih matang serta pengalaman sosial yang lebih luas, baik di lingkungan kampus maupun di luar kampus.

Keterlibatan informan dalam penelitian ini dipilih melalui teknik

purposive sampling, yakni teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan khusus sesuai kebutuhan penelitian. Pertimbangan utama yang digunakan peneliti adalah bahwa para informan merupakan pengguna aktif Tiktok yang kerap mengakses dan berinteraksi dengan konten politik. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui sejauh mana peran media sosial Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik online di kalangan mahasiswa KPI IAIN Curup. Usia dan tingkat semester para informan juga menjadi faktor penting, mengingat pada tahap perkembangan ini mahasiswa berada dalam fase pencarian identitas, pembentukan opini, serta peningkatan kesadaran sosial dan politik.

Karakteristik ini relevan karena mahasiswa pada rentang usia 20-an umumnya memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, aktif dalam mengonsumsi informasi daring, dan cenderung terbuka terhadap isu-isu terkini yang berkembang di masyarakat, termasuk isu politik. Selain itu, mahasiswa semester menengah dan akhir biasanya telah terlibat dalam berbagai kegiatan akademik maupun organisasi kemahasiswaan, yang dapat memengaruhi pandangan mereka terhadap partisipasi politik. Dengan kata lain, latar belakang pendidikan, pengalaman, serta tingkat keaktifan mereka di media sosial menjadi dasar kuat bahwa data yang diperoleh dari informan akan sesuai dan mendukung analisis dalam penelitian ini.

Melalui kelima informan yang memenuhi kriteria tersebut, peneliti berharap dapat memperoleh gambaran yang jelas dan mendalam mengenai pola penggunaan Tiktok, jenis konten politik yang mereka konsumsi, serta

bagaimana interaksi mereka di platform tersebut dapat mendorong atau meningkatkan partisipasi politik online. Dengan demikian, profil informan ini tidak hanya menjadi representasi pengguna Tiktok di lingkungan mahasiswa KPI IAIN Curup, tetapi juga menjadi sumber data yang berharga untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

C. Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian sesuai dengan data yang diperoleh melalui proses pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Peneliti akan mendeskripsikan data yang diperoleh secara langsung berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya melalui teknik purposive sampling.

Pembahasan hasil penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan kerangka teori Uses and Gratification untuk melihat bagaimana mahasiswa memanfaatkan Tiktok sebagai media memperoleh informasi politik dan memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, maupun interaksi sosial mereka. Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada konsep Partisipasi Politik Online untuk memahami sejauh mana keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas politik di ruang digital, mulai dari mengakses, membagikan, hingga berdiskusi tentang isu politik di Tiktok.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima informan, peneliti menyajikan temuan penelitian melalui tiga tahapan analisis, yaitu reduksi

data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran yang utuh mengenai peran Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik online pada mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Curup. Dengan demikian, hasil penelitian yang disajikan diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian dan selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan.

1. Reaksi Awal Melihat Konten Politik di Tiktok

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa KPI angkatan 2022 memberikan reaksi yang beragam saat pertama kali menemukan konten politik di Tiktok. Informan 1 mengaku terkejut karena sebelumnya ia menganggap TikTok hanya berisi hiburan. Ia menyampaikan:

“Awalnya kaget, kok TikTok yang biasanya hiburan jadi banyak politik. Tapi lama-lama penasaran juga, soalnya bahasanya ringan.” (I1, P1, V1 – 23-08-2025)

Hal senada juga diungkapkan oleh Informan 2, yang menuturkan:

“Saya sempat heran, karena biasanya lihat Tiktok itu buat hiburan, eh kok muncul politik. Tapi karena lucu dan gampang dipahami, saya malah jadi ingin nonton terus.” (I2, P1, V1 – 23-08-2025)

Sementara itu, Informan 3 menyampaikan perasaan yang sedikit berbeda:

“Pertama lihat agak nggak percaya, kok politik bisa masuk Tiktok. Tapi

ternyata jadi ngerti juga, soalnya banyak yang jelasin dengan cara santai.” (I3, P1, V1 – 23-08-2025)

Kutipan-kutipan ini memperlihatkan bahwa reaksi awal mahasiswa umumnya ditandai dengan keterkejutan, heran, bahkan rasa tidak percaya. Namun, alih-alih menolak, keterkejutan tersebut justru menjadi pintu masuk munculnya rasa penasaran yang mendorong mereka untuk menonton lebih jauh. Dari sini terlihat bahwa Tiktok mampu mengubah sikap mahasiswa dari yang semula hanya mencari hiburan menjadi lebih terbuka terhadap informasi politik.

Jika dianalisis dari perspektif komunikasi politik, fenomena ini menunjukkan bagaimana media berfungsi sebagai saluran untuk memperkenalkan isu-isu politik ke audiens yang sebelumnya tidak terjangkau. Nimmo menekankan bahwa komunikasi politik adalah upaya sistematis untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat terhadap isu politik melalui media.⁵³ Tiktok dengan algoritme FYP (*For You Page*)-nya menghadirkan konten politik secara langsung di hadapan mahasiswa, meski mereka tidak secara aktif mencarinya. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang menggambarkan keterkejutan sekaligus rasa penasaran, yang merupakan dampak dari distribusi pesan politik secara masif melalui media sosial.

Dalam konteks partisipasi politik online, reaksi awal mahasiswa yang ditandai dengan keterkejutan dan penasaran dapat dipahami

⁵³ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America* (New York: Goodyear, 2000), hlm. 12

sebagai bentuk partisipasi awal yang masih bersifat pasif. Menurut Huntington & Nelson, partisipasi politik memiliki tingkatan, dari sekadar menerima informasi hingga keterlibatan aktif dalam diskusi dan tindakan nyata. Mahasiswa yang menonton konten politik meski hanya karena penasaran sebenarnya sudah masuk ke tahap awal partisipasi, yakni konsumsi informasi. Tahap ini sangat penting, karena dari sinilah peluang untuk bergerak ke partisipasi yang lebih tinggi terbuka.

Jika dilihat melalui kacamata *Uses and Gratifications*, mahasiswa yang awalnya menggunakan Tiktok untuk hiburan justru menemukan pemenuhan kebutuhan baru, yaitu kebutuhan informasi politik. Katz, Blumler, dan Gurevitch menjelaskan bahwa audiens secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, salah satunya kebutuhan kognitif. Rasa penasaran mahasiswa setelah melihat konten politik merupakan bentuk gratifikasi kognitif, di mana media yang semula dikonsumsi untuk hiburan akhirnya memberi tambahan nilai berupa pengetahuan politik. Dengan demikian, keterkejutan awal bukanlah bentuk resistensi, melainkan transisi dari motif hiburan ke motif informatif.

Penelitian Ichwanusafa & Aji mendukung temuan ini.⁵⁴ Dalam kajian mereka tentang pengaruh Tiktok terhadap kesadaran politik generasi muda, ditemukan bahwa mahasiswa yang awalnya tidak tertarik pada politik menjadi terdorong untuk memperhatikan isu-isu

⁵⁴ M. Ichwanusafa dan R. Aji, "TikTok dan Kesadaran Politik Generasi Z di Indonesia," *Jurnal Komunikasi Politik Digital*, Vol. 12, No. 2 (2024), hlm. 88

politik setelah sering melihat konten politik di Tiktok. Penelitian ini menekankan bahwa algoritme FYP Tiktok berperan penting dalam memperluas paparan isu politik ke kalangan anak muda. Kehadiran konten politik secara tiba-tiba di ruang hiburan digital justru efektif membangun kesadaran politik karena audiens mengalami kejutan yang membuat mereka penasaran.

Lebih jauh, Ichwanusafa & Aji menyebut fenomena ini sebagai bentuk “*soft politicization*”, yakni proses pelibatan politik yang berlangsung tanpa disadari. Mahasiswa tidak merasa sedang dipaksa untuk peduli politik, tetapi melalui konten yang ringan dan kreatif, mereka perlahan mulai memerhatikan isu politik. Hal ini relevan dengan hasil wawancara di mana mahasiswa KPI menyatakan bahwa kejutan awal justru membuat mereka ingin tahu lebih banyak.

Penelitian tersebut juga menggarisbawahi bahwa kejutan awal memiliki efek jangka panjang. Mahasiswa yang awalnya hanya ingin tahu akhirnya menjadi lebih sering mengikuti konten politik, berdiskusi, dan bahkan berpartisipasi dalam bentuk komentar atau share. Artinya, keterkejutan bukan hanya reaksi sesaat, tetapi berfungsi sebagai “pintu masuk” untuk membangun partisipasi politik digital. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa partisipasi politik tidak selalu dimulai dari kesadaran ideologis, melainkan bisa dari pengalaman sederhana seperti rasa penasaran akibat paparan konten di media sosial.

Menurut saya, reaksi awal mahasiswa yang kaget namun penasaran

menandakan keberhasilan Tiktok dalam berperan sebagai ruang politik baru bagi generasi muda. Politik yang biasanya dianggap jauh, serius, dan membosankan kini hadir dalam format yang sederhana, visual, dan menghibur. Dari titik inilah proses sosialisasi politik berlangsung secara alami. Saya sependapat dengan Ichwanusafa & Aji bahwa Tiktok efektif sebagai media awal keterlibatan politik. Namun saya juga berpendapat bahwa kejutan awal ini perlu diarahkan dengan literasi politik yang baik, agar rasa penasaran mahasiswa tidak berhenti di permukaan, tetapi berkembang menjadi pemahaman kritis tentang isu-isu politik yang lebih substantif.

2. Perasaan dan Pemikiran Setelah Menyimak Konten Politik

Hasil wawancara menunjukkan bahwa setelah menyimak konten politik di Tiktok, mahasiswa KPI mengalami perubahan perasaan dan cara berpikir terhadap politik. Informan 2 mengatakan:

“Awalnya cuma lihat-lihat, tapi lama-lama jadi kepikiran. Kok ternyata politik itu nggak seseram yang saya bayangkan, jadi ingin tahu lebih banyak.” (I2, P2, V1 – 23-08-2025)

Hal serupa juga disampaikan oleh Informan I4, yang menuturkan:

“Jujur, saya jadi mikir ulang. Selama ini saya cuek sama politik, tapi setelah lihat Tiktok jadi sadar kalau politik itu dekat dengan kehidupan kita.” (I4, P2, V1 – 23-08-2025)

Sementara itu, Informan I3 menyampaikan pandangan lebih kritis:

“Setelah nonton konten politik, kadang saya merasa bingung, soalnya

ada yang saling bertentangan. Tapi setidaknya jadi sadar bahwa banyak hal yang harus dikaji sebelum percaya.” (I3, P2, V1 – 23-08-2025)

Kutipan ini memperlihatkan bahwa perasaan mahasiswa setelah menyimak konten politik bervariasi, mulai dari ketertarikan baru, kesadaran politik, hingga kebingungan akibat perbedaan informasi. Namun, ketiganya sama-sama menunjukkan bahwa Tiktok berhasil membangkitkan atensi dan refleksi mahasiswa terhadap politik.

Dari perspektif komunikasi politik, pengalaman mahasiswa ini menunjukkan adanya proses internalisasi pesan politik. Nimmo menjelaskan bahwa komunikasi politik tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga memengaruhi sikap dan pemikiran individu. Tiktok memediasi transformasi perasaan mahasiswa, dari yang awalnya apatis menjadi lebih terbuka dan reflektif.

Jika ditinjau melalui konsep partisipasi politik online, perasaan ingin tahu atau kesadaran politik yang muncul merupakan tanda keterlibatan awal yang lebih tinggi daripada sekadar menonton. Mahasiswa tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mulai membandingkan, mempertanyakan, dan bahkan mendiskusikannya. Ini merupakan bentuk partisipasi deliberatif yang terjadi di ruang digital.

Sementara itu, teori Uses and Gratifications membantu menjelaskan mengapa perasaan mahasiswa berubah setelah menyimak konten politik. Mahasiswa yang semula menggunakan Tiktok untuk hiburan

menemukan gratifikasi baru, yaitu kebutuhan kognitif (pengetahuan), afektif (emosi penasaran, bingung, tertarik), serta integratif (kesadaran bahwa politik berhubungan dengan kehidupan sehari-hari). Dengan kata lain, TikTok berhasil memenuhi kebutuhan audiens yang lebih kompleks daripada sekadar hiburan.

Penelitian Rahman & Utami mendukung fenomena ini. Dalam studi mereka tentang mahasiswa dan paparan konten politik di Tiktok, ditemukan bahwa mahasiswa mengalami perubahan sikap setelah sering terpapar konten politik. Awalnya mereka bersikap apatis, namun kemudian tumbuh rasa ingin tahu, bahkan sebagian mengaku mulai mengikuti akun-akun politik untuk memperdalam informasi. Penelitian ini juga menegaskan bahwa perubahan perasaan mahasiswa dipengaruhi oleh cara penyajian konten: semakin kreatif dan mudah dipahami, semakin besar kemungkinan mahasiswa tertarik dan memikirkan isu politik tersebut.⁵⁵

Rahman & Utami juga menyoroti bahwa perubahan sikap mahasiswa tidak bersifat instan, melainkan gradual. Konten politik yang berulang kali muncul di FYP mendorong mahasiswa untuk terus berinteraksi dengan isu politik. Proses ini pada akhirnya menumbuhkan kesadaran bahwa politik bukan sesuatu yang jauh, tetapi terkait dengan kehidupan mereka, mulai dari harga kebutuhan pokok hingga kebijakan pendidikan. Pandangan ini sesuai dengan pengalaman mahasiswa KPI

⁵⁵ A. Rahman dan D. Utami, "Paparan TikTok dan Perubahan Sikap Politik Mahasiswa," *Jurnal Ilmu Komunikasi Sosial*, Vol. 9, No. 1 (2023), hlm. 44

yang menyatakan bahwa Tiktok membuat mereka lebih sadar politik.

Menurut saya, perasaan mahasiswa yang berubah setelah menyimak konten politik menegaskan peran penting Tiktok sebagai media politik baru. Politik tidak lagi hadir dalam bentuk wacana berat dan formal, melainkan dikemas ringan sehingga mudah dipahami. Namun, kebingungan yang dialami sebagian mahasiswa juga menjadi catatan penting: tanpa literasi politik, ada risiko mahasiswa hanya menerima informasi sepihak atau terjebak dalam framing tertentu.

3. Cara Menanggapi Konten Politik di Tiktok

Wawancara memperlihatkan bahwa mahasiswa menanggapi konten politik di Tiktok dengan cara yang beragam, mulai dari yang pasif hingga aktif. Informan I4 mengungkapkan:

“Saya biasanya cuma like aja, belum berani komentar karena takut rame.” (I4, P3, V1 – 23-08-2025)

Berbeda dengan itu, Informan I3 menyampaikan bahwa ia lebih berani:

“Kalau saya pernah komentar, Rasanya seru bisa nyampein pendapat.”
(I3, P3, V1 – 23-08-2025)

Sementara itu, Informan I5 menambahkan:

“Saya sering share video politik ke teman dekat atau grup WhatsApp keluarga, biar mereka juga tahu.” (I5, P3, V1 – 23-08-2025)

Dari jawaban ini terlihat adanya spektrum partisipasi politik online: mahasiswa pasif (sekadar memberi like), semi-aktif (membagikan

konten), hingga aktif (berkomentar atau membuat konten politik).

Secara teori, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep partisipasi politik online. Huntington & Nelson menyatakan bahwa partisipasi politik tidak harus berbentuk keikutsertaan dalam kampanye atau pemilu, tetapi juga bisa berupa interaksi simbolis di ruang digital.⁵⁶ Mahasiswa yang memberi like sudah menunjukkan bentuk apresiasi politik pasif, sedangkan mahasiswa yang berkomentar atau membuat konten termasuk dalam bentuk partisipasi aktif.

Dari perspektif komunikasi politik, Tiktok menyediakan ruang dialog baru di mana mahasiswa tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga bisa menjadi pengirim pesan politik. Proses ini menandai pergeseran peran mahasiswa dari sekadar audiens menjadi aktor dalam komunikasi politik digital.

Sementara itu, teori *Uses and Gratifications* membantu memahami motivasi mahasiswa dalam menanggapi konten politik. Mahasiswa yang sekadar memberi like atau share mendapatkan gratifikasi sosial berupa rasa keterhubungan dengan kelompok tertentu. Mahasiswa yang berkomentar atau membuat konten memperoleh gratifikasi ekspresif, yaitu kepuasan karena bisa menyuarakan pendapat di ruang publik.

Penelitian Yuliani & Pratama sangat relevan dengan temuan ini.⁵⁷

Dalam studi mereka tentang partisipasi mahasiswa di Tiktok, ditemukan

⁵⁶ Samuel P. Huntington dan Joan Nelson, *No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries* (Cambridge: Harvard University Press, 1976), hlm. 29

⁵⁷ S. Yuliani dan B. Pratama, "Partisipasi Politik Mahasiswa di TikTok: Antara Pasif dan Aktif," *Jurnal Media dan Demokrasi*, Vol. 7, No. 3 (2024), hlm. 120

bahwa mayoritas mahasiswa menunjukkan partisipasi politik pasif melalui like dan share, sementara hanya sebagian kecil yang benar-benar berani berkomentar atau membuat konten. Yuliani & Pratama menyebut kelompok ini sebagai digital opinion leaders karena berpotensi memengaruhi pandangan teman-teman mereka.

Lebih jauh, Yuliani & Pratama menegaskan bahwa faktor keberanian berkomentar sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Mahasiswa yang merasa aman secara sosial lebih cenderung mengekspresikan pandangan politik di ruang digital, sementara yang khawatir menghadapi kritik lebih memilih bertahan di level pasif. Hal ini sesuai dengan jawaban informan I4 yang menyatakan enggan berkomentar karena takut menimbulkan perdebatan.

Menurut saya, variasi tanggapan mahasiswa KPI terhadap konten politik di Tiktok menunjukkan bahwa partisipasi politik digital tidak seragam. Meskipun sebagian besar mahasiswa masih pasif, keberadaan sebagian mahasiswa yang aktif berkomentar atau membuat konten menunjukkan adanya potensi besar bagi Tiktok sebagai ruang produksi wacana politik. Potensi ini perlu diarahkan agar mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen politik, tetapi juga produsen gagasan politik yang kritis dan konstruktif..

4. Apakah setelah menonton konten politik di Tiktok kamu pernah berdiskusi dengan teman atau keluarga tentang isi konten Tiktok

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa KPI

memang melanjutkan pengalaman menonton konten politik di Tiktok dengan berdiskusi, baik dengan teman kampus maupun keluarga. Informan I2 menyampaikan:

“Pernah, biasanya habis lihat video politik langsung saya bahas sama teman sekelas. Kadang jadi bahan ngobrol sambil nongkrong.” (I2, P4, V1 – 23-08-2025)

Informan I5 juga mengungkapkan hal yang sama:

“Kalau saya sering diskusi dengan kakak di rumah. Jadi kalau ada video politik yang rame di Tiktok, biasanya saya tunjukkan, terus kami bahas.” (I5, P4, V1 – 23-08-2025)

Sementara itu, ada juga mahasiswa yang lebih pasif. Informan I1 mengatakan:

“Saya lebih sering simpan buat diri sendiri, jarang bahas karena takut beda pendapat sama teman.” (I1, P4, V1 – 23-08-2025)

Dari kutipan ini terlihat bahwa mahasiswa tidak seragam: sebagian aktif menjadikan konten politik sebagai bahan diskusi, sementara sebagian lain memilih diam karena khawatir menimbulkan perbedaan pendapat.

Fenomena ini bisa dianalisis melalui teori komunikasi politik, di mana ruang digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai pesan, tetapi juga sebagai pemicu percakapan politik di ruang offline. Konten Tiktok yang viral sering kali menjadi “agenda setting” dalam percakapan mahasiswa, baik di ruang kelas maupun keluarga.

Dari perspektif partisipasi politik online, diskusi yang terjadi menunjukkan bahwa mahasiswa bergerak dari level partisipasi pasif (menonton) ke level partisipasi deliberatif (bertukar pikiran dengan orang lain). Huntington & Nelson menekankan pentingnya diskusi politik sebagai salah satu bentuk partisipasi karena berkontribusi pada pembentukan opini publik.

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa diskusi ini muncul karena mahasiswa tidak hanya mencari hiburan atau informasi, tetapi juga pemenuhan kebutuhan integratif-sosial. Dengan berdiskusi, mahasiswa mendapatkan kepuasan berupa pengakuan sosial, keterhubungan dengan kelompok, dan validasi atas pandangan mereka.

Penelitian Wulandari & Nugroho memperkuat temuan ini.⁵⁸ Studi mereka menemukan bahwa Tiktok sering berfungsi sebagai “pemantik percakapan politik” di kalangan mahasiswa. Konten politik yang viral di platform tersebut biasanya dibawa mahasiswa ke ruang offline, seperti kelas, rumah, atau grup pertemanan. Wulandari & Nugroho menekankan bahwa diskusi ini berperan penting dalam memperluas pengaruh konten politik, karena percakapan langsung lebih berpotensi membentuk sikap dan keputusan politik dibandingkan sekadar konsumsi pasif di media sosial.

Lebih jauh, penelitian tersebut menyebut bahwa diskusi keluarga berperan sebagai filter informasi. Mahasiswa yang awalnya hanya

⁵⁸ T. Wulandari dan A. Nugroho, “TikTok sebagai Pemantik Percakapan Politik Generasi Muda,” *Jurnal Politik Indonesia*, Vol. 15, No. 1 (2023), hlm. 77

menonton Tiktok kemudian membandingkan isi konten dengan pandangan orang tua atau kakak, sehingga menghasilkan proses klarifikasi. Dengan demikian, diskusi tidak hanya menjadi sarana menyalurkan pendapat, tetapi juga memperkuat daya kritis mahasiswa terhadap konten politik digital.

Saya melihat bahwa diskusi ini adalah bentuk perkembangan signifikan dalam partisipasi politik mahasiswa KPI. Tiktok tidak hanya memengaruhi mereka di dunia digital, tetapi juga merambah ke ruang interaksi sehari-hari. Namun, saya juga sependapat dengan Wulandari & Nugroho bahwa diskusi perlu diarahkan agar tidak sekadar memperkuat bias, tetapi menjadi ruang untuk membangun pemahaman politik yang lebih kritis..

5. Apakah kamu pernah ikut berkomentar atau berdiskusi setelah menonton konten politik di Tiktok?

Hasil wawancara memperlihatkan adanya perbedaan antara mahasiswa yang berani mengekspresikan pendapat secara langsung di ruang digital dan mereka yang lebih memilih diam. Informan I2 mengaku:

“Pernah komentar sekali, tapi lebih sering baca komen orang lain.” (I2, P5, V1 – 23-08-2025)

Sedangkan informan I5 lebih aktif:

“Pernah beberapa kali komentar panjang di Tiktok, bahkan sering diskusi dengan teman kampus soal video itu.” (I5, P5, V1 – 23-08-2025)

Namun, Informan I4 cenderung menahan diri:

“Kalau komentar di Tiktok saya jarang, takut salah ngomong atau nanti malah dibully.” (I4, P5, V1 – 23-08-2025)

Dari jawaban ini, terlihat adanya spektrum keterlibatan: mahasiswa pasif (hanya membaca komentar), semi-aktif (sesekali komentar), hingga aktif (komentar panjang dan berdiskusi offline).

Secara teoretis, hal ini selaras dengan konsep partisipasi politik online. Menurut Milbrath & Goel, terdapat tingkat partisipasi: spectators (penonton pasif), transitional participants (kadang-kadang terlibat), hingga gladiators (aktif terlibat dalam wacana politik). Mahasiswa yang hanya membaca komentar termasuk kategori spectators, sedangkan yang berkomentar panjang dan berdiskusi masuk kategori gladiators.

Dalam kerangka komunikasi politik, keberanian mahasiswa berkomentar menunjukkan pergeseran peran dari sekadar penerima pesan menjadi pengirim pesan. Tiktok menyediakan ruang publik digital (Habermas) di mana mahasiswa bisa mengekspresikan pendapat, meski risiko seperti kritik dan perdebatan tetap ada. Hal ini sesuai dengan pengalaman informan yang takut dibully, yang menandakan adanya dinamika spiral of silence (Noelle-Neumann).

Teori *Uses and Gratifications* juga dapat menjelaskan motivasi mahasiswa. Mereka yang berkomentar aktif mencari gratifikasi ekspresif, kepuasan karena bisa menyuarakan opini. Sedangkan yang hanya membaca komentar mencari gratifikasi kognitif, yaitu

memperoleh informasi tambahan tanpa harus menanggung risiko sosial.

Penelitian Yuliani & Pratama mendukung temuan ini. Mereka menemukan bahwa hanya sebagian kecil mahasiswa yang berani berkomentar atau berdiskusi di Tiktok, sementara mayoritas memilih menjadi pengamat. Alasan utama adalah rasa takut terhadap stigma sosial dan keraguan apakah pendapat mereka relevan. Namun, Yuliani & Pratama juga menemukan bahwa mahasiswa yang aktif berkomentar berperan sebagai *micro-influencers* yang dapat membentuk opini rekan-rekan mereka.⁵⁹

Lebih jauh, penelitian itu menegaskan bahwa meskipun kelompok aktif relatif kecil, dampaknya signifikan. Komentar dan diskusi yang mereka lakukan dapat memengaruhi persepsi mahasiswa lain yang hanya membaca. Dengan kata lain, mahasiswa yang pasif sekalipun tetap mendapat manfaat politik karena terpapar pandangan beragam dalam kolom komentar. Temuan ini relevan dengan jawaban informan I2 yang menyatakan lebih sering membaca komentar orang lain, yang menunjukkan bahwa aktivitas membaca saja sudah berperan dalam menambah wawasan politik.

Menurut saya, variasi keterlibatan mahasiswa KPI dalam berkomentar atau berdiskusi setelah menonton konten politik di Tiktok mencerminkan dinamika literasi politik generasi muda. Mahasiswa yang aktif memiliki potensi besar sebagai agen perubahan politik digital,

⁵⁹ Opcit, S. Yuliani dan B. Pratama, "Partisipasi Politik Mahasiswa di TikTok...", hlm. 120

sementara yang pasif tetap berkontribusi sebagai audiens. Tantangannya adalah bagaimana menciptakan iklim diskusi yang sehat sehingga semakin banyak mahasiswa berani berkomentar tanpa takut stigma atau serangan personal.

6. Bagaimana pandangan kamu terhadap Tiktok sebagai media informasi politik

Wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menilai Tiktok bukan lagi sekadar ruang hiburan, melainkan juga media informasi politik yang efektif. Informan I1 menyatakan:

“Menurut saya Tiktok sekarang bukan cuma buat hiburan. Banyak informasi politik yang bisa cepat viral, jadi lebih gampang buat tahu apa yang sedang terjadi.” (I1, P6, V1 – 23-08-2025)

Informan I3 juga mengungkapkan:

“Kalau menurut saya, Tiktok efektif buat anak muda karena kontennya singkat dan jelas. Lebih mudah dipahami dibanding baca berita panjang.” (I3, P6, V1 – 23-08-2025)

Namun, tidak semua mahasiswa berpandangan positif sepenuhnya. Informan I4 menambahkan:

“Memang cepat nyebar, tapi kadang banyak juga yang nggak jelas sumbernya. Jadi bisa bahaya kalau langsung dipercaya.” (I4, P6, V1 – 23-08-2025)

Kutipan ini menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari peran Tiktok sebagai media politik, namun sekaligus kritis terhadap potensi

misinformasi.

Dalam kerangka komunikasi politik, hal ini menunjukkan pergeseran fungsi media sosial dari arena hiburan menjadi ruang produksi dan distribusi pesan politik. Menurut McNair, komunikasi politik adalah segala bentuk pertukaran pesan politik melalui media formal maupun informal. Tiktok kini berperan sebagai media informal yang mampu menyebarkan pesan politik lebih cepat dibandingkan media konvensional.

Dari perspektif partisipasi politik online, mahasiswa yang menggunakan Tiktok sebagai sumber informasi politik berarti sudah terlibat dalam aktivitas politik pasif, yaitu mengonsumsi informasi. Meski terlihat sederhana, tahap ini sangat penting sebagai fondasi bagi partisipasi yang lebih aktif, seperti berdiskusi, berkomentar, atau bahkan berkontribusi dalam kampanye digital.

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa mahasiswa menggunakan Tiktok untuk memenuhi kebutuhan kognitif (pengetahuan politik), afektif (rasa penasaran, keterlibatan emosional), serta integratif (merasa menjadi bagian dari komunitas politik digital). Mahasiswa memilih Tiktok karena kontennya singkat, visual, dan mudah dipahami, sehingga mampu bersaing dengan media berita formal yang sering dianggap membosankan.

Penelitian Ichwanusafa & Aji mendukung fenomena ini.⁶⁰ Studi

⁶⁰ Opcit, M. Ichwanusafa dan R. Aji, "TikTok dan Kesadaran Politik Generasi Z di Indonesia...", hlm. 88

mereka menemukan bahwa generasi Z di Indonesia cenderung menjadikan Tiktok sebagai salah satu sumber utama informasi politik. Mereka menilai Tiktok lebih sesuai dengan gaya belajar visual-auditori anak muda, yang menyukai penjelasan singkat, kreatif, dan mudah diakses. Namun, penelitian ini juga menegaskan adanya risiko misinformasi karena konten di Tiktok tidak selalu berbasis fakta yang terverifikasi.

Lebih jauh, Ichwanusafa & Aji menyebut Tiktok sebagai hybrid political media, media yang berada di persimpangan antara hiburan dan politik. Keunggulan Tiktok adalah kemampuannya menarik audiens yang sebelumnya apatis terhadap politik. Namun kelemahannya adalah minimnya regulasi terhadap kualitas informasi. Temuan ini relevan dengan pendapat mahasiswa KPI yang menekankan sisi positif Tiktok sebagai media cepat sekaligus sisi negatifnya terkait kredibilitas informasi.

Menurut saya, Tiktok memiliki potensi besar sebagai media informasi politik, terutama bagi mahasiswa. Formatnya yang ringan membuat isu politik lebih mudah diakses generasi muda. Namun, tantangan terbesarnya adalah literasi digital. Tanpa kemampuan menyaring informasi, mahasiswa bisa terjebak dalam bias atau hoaks politik. Oleh karena itu, peran pendidikan politik di kampus penting untuk memastikan mahasiswa tidak hanya aktif mengonsumsi informasi politik, tetapi juga kritis dalam menilainya.

7. Apakah konten politik di Tiktok membuat kamu lebih termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilu Presiden 2024

Mayoritas mahasiswa mengaku bahwa paparan konten politik di Tiktok membuat mereka lebih bersemangat untuk ikut serta dalam Pemilu Presiden 2024. Informan I2 menyatakan:

“Awalnya nggak kepikiran mau nyoblos, tapi setelah sering lihat konten politik, saya jadi sadar pentingnya suara anak muda.” (I2, P7, V1 – 23-08-2025)

Informan I5 menambahkan:

“Saya jadi lebih semangat ikut nyoblos, karena merasa suara anak muda bisa menentukan hasil pemilu.” (I5, P7, V1 – 23-08-2025)

Namun, ada juga mahasiswa yang merasa perlu berhati-hati. Informan I4 mengatakan:

“Motivasi sih ada, tapi saya juga harus pastikan dulu pilihannya tepat. Jangan cuma karena ikutan tren di Tiktok.” (I4, P7, V1 – 23-08-2025)

Kutipan ini menunjukkan bahwa Tiktok memang berhasil meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam pemilu, meski sebagian tetap menyadari pentingnya memilih secara rasional.

Dalam perspektif partisipasi politik online, motivasi untuk ikut pemilu adalah bentuk partisipasi tingkat lanjut, yaitu partisipasi konvensional yang diwujudkan dalam penggunaan hak pilih. Huntington & Nelson menekankan bahwa keterlibatan politik digital bisa bertransformasi menjadi partisipasi nyata di TPS jika ada faktor

pendorong yang kuat. Tiktok berfungsi sebagai faktor eksternal yang mendorong mahasiswa KPI untuk hadir di bilik suara.

Secara komunikasi politik, Tiktok menjadi saluran mobilisasi politik. Pesan politik yang dikemas menarik tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga membangkitkan emosi dan motivasi mahasiswa untuk menggunakan hak pilih. Hal ini sejalan dengan fungsi komunikasi politik menurut McNair, yakni menginformasikan, memengaruhi, dan memobilisasi masyarakat.

Jika ditinjau melalui Uses and Gratifications, motivasi mahasiswa untuk ikut pemilu menunjukkan adanya pemenuhan kebutuhan integratif-sosial. Mahasiswa merasa bahwa dengan ikut memilih, mereka menjadi bagian dari kelompok generasi muda yang berperan dalam menentukan arah bangsa. Selain itu, ada juga gratifikasi afektif berupa rasa bangga karena terlibat dalam proses demokrasi.

Penelitian Nuurianti Jalli et al. menegaskan hal ini. Studi mereka menemukan bahwa Tiktok menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan partisipasi pemilih muda di Pemilu 2024. Generasi Z yang sering terpapar konten politik di Tiktok cenderung lebih bersemangat untuk menggunakan hak pilih dibanding mereka yang tidak aktif di platform tersebut. Penelitian ini juga menyoroti bahwa konten politik yang viral seringkali memunculkan rasa *collective efficacy*, perasaan bahwa suara kelompok mereka dapat menentukan

hasil pemilu.⁶¹

Lebih jauh, penelitian Jalli et al. menunjukkan bahwa Tiktok tidak hanya meningkatkan niat untuk memilih, tetapi juga menggerakkan mahasiswa untuk hadir ke TPS. Dengan kata lain, motivasi yang tumbuh di ruang digital benar-benar terwujud dalam partisipasi politik nyata. Temuan ini mendukung hasil wawancara mahasiswa KPI angkatan 2022 yang menyatakan bahwa Tiktok membuat mereka lebih bersemangat ikut pemilu.

Menurut saya, motivasi mahasiswa KPI untuk ikut serta dalam Pemilu 2024 setelah terpapar konten politik di Tiktok menunjukkan peran penting media sosial dalam demokrasi digital. Saya sependapat dengan penelitian Jallil bahwa Tiktok mampu meningkatkan partisipasi politik anak muda. Namun, saya juga menekankan bahwa motivasi ini harus disertai dengan literasi politik yang kuat, agar mahasiswa tidak sekadar ikut tren, tetapi mampu memilih secara rasional berdasarkan program dan visi-misi kandidat

⁶¹ Nuurrianti Jalli, dkk., "TikTok and Youth Political Participation in the 2024 Indonesian Presidential Election," *Asian Journal of Political Communication*, Vol. 5, No. 1 (2025), hlm. 15

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Peran Media Sosial Tiktok dalam Partisipasi Politik Pemilu Presiden 2024 pada Mahasiswa KPI IAIN Curup”, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang lebih mendalam:

1. Reaksi awal mahasiswa KPI terhadap konten politik di Tiktok didominasi oleh rasa terkejut dan penasaran. Mahasiswa yang terbiasa melihat Tiktok sebagai media hiburan menjadi heran ketika menemukan konten politik di dalamnya. Namun, keterkejutan ini justru berfungsi sebagai pintu masuk untuk menumbuhkan rasa ingin tahu terhadap politik. Dengan kata lain, Tiktok berhasil memecah jarak psikologis antara mahasiswa dan politik yang selama ini dianggap kaku atau membosankan.
2. Perasaan dan pemikiran mahasiswa setelah menyimak konten politik di Tiktok mengalami perubahan signifikan. Mahasiswa tidak lagi sekadar memandang politik sebagai isu jauh dari kehidupan mereka, tetapi mulai merasa bahwa politik dekat dan berhubungan langsung dengan kehidupan sehari-hari. Beberapa merasa tertarik dan mulai mencari informasi tambahan, sementara sebagian lain mengaku bingung karena adanya perbedaan narasi politik yang beredar. Hal ini menunjukkan

bahwa Tiktok mampu mengubah sikap mahasiswa dari apatis menuju kritis, meskipun prosesnya tidak selalu mulus.

3. Cara mahasiswa menanggapi konten politik memperlihatkan spektrum partisipasi digital yang luas. Ada yang hanya sekadar menekan tombol “like” sebagai bentuk partisipasi pasif, ada yang membagikan konten ke lingkaran sosialnya, dan ada pula yang aktif berkomentar atau bahkan membuat konten politik baru. Perbedaan ini menunjukkan variasi tingkat keberanian, literasi digital, serta motivasi mahasiswa dalam merespons isu politik.
4. Diskusi setelah menonton konten politik di Tiktok menjadi salah satu indikator penting meningkatnya partisipasi deliberatif mahasiswa. Banyak mahasiswa yang menjadikan konten politik sebagai bahan percakapan dengan teman sekelas, keluarga, atau komunitas mereka. Diskusi ini berfungsi sebagai sarana klarifikasi, pertukaran pendapat, sekaligus penguatan sikap politik. Meskipun ada sebagian mahasiswa yang enggan berdiskusi karena khawatir perbedaan pendapat, mayoritas menilai diskusi sebagai hal positif.
5. Keterlibatan mahasiswa dalam komentar dan diskusi politik di Tiktok memperlihatkan adanya kategori partisipan yang beragam. Sebagian hanya menjadi pengamat komentar, sebagian kadang ikut menanggapi, dan sebagian kecil aktif berdiskusi panjang. Meskipun jumlah yang aktif relatif kecil, keberadaan mereka penting karena bisa memengaruhi pola

pikir mahasiswa lain yang hanya membaca komentar. Fenomena ini menunjukkan adanya potensi kepemimpinan opini di ruang digital.

6. Pandangan mahasiswa terhadap Tiktok sebagai media informasi politik umumnya positif. Mereka menilai Tiktok efektif dalam menyajikan isu politik karena formatnya singkat, visual, dan mudah dipahami. Dibandingkan media konvensional yang cenderung formal, Tiktok lebih sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Namun, mahasiswa juga menyadari kelemahan utama Tiktok, yakni rawan disinformasi. Hal ini menandakan adanya kesadaran kritis mahasiswa dalam menilai sumber informasi.
7. Motivasi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam Pemilu Presiden 2024 meningkat setelah mereka terpapar konten politik di Tiktok. Banyak mahasiswa yang awalnya tidak berniat menggunakan hak pilih menjadi terdorong karena menyadari pentingnya suara generasi muda. Motivasi ini juga muncul karena adanya rasa keterlibatan sosial, yakni kebanggaan menjadi bagian dari kelompok pemilih muda yang dianggap dapat memengaruhi hasil pemilu. Meski demikian, beberapa mahasiswa tetap menekankan perlunya sikap rasional dalam menentukan pilihan, agar partisipasi politik tidak hanya sekadar ikut tren.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Tiktok memiliki peran yang nyata dalam membentuk kesadaran politik mahasiswa KPI. Awalnya, mahasiswa hanya melihat Tiktok sebagai ruang hiburan, namun seiring dengan paparan konten politik yang terus

meningkat, mereka mulai memandangnya sebagai sumber informasi politik yang relevan. Tiktok berhasil memengaruhi perilaku komunikasi mahasiswa, baik dalam bentuk konsumsi informasi, diskusi, hingga keberanian untuk mengomentari atau membuat konten politik sendiri. Dengan demikian, Tiktok bukan lagi hanya platform hiburan, tetapi telah bertransformasi menjadi arena komunikasi politik digital yang mampu menjembatani jarak antara generasi muda dan isu politik yang sebelumnya dianggap jauh atau rumit.

Selain itu, Tiktok juga terbukti dapat mendorong partisipasi politik nyata, khususnya dalam konteks Pemilu Presiden 2024. Mahasiswa KPI yang semula bersikap apatis menjadi lebih sadar akan pentingnya suara mereka sebagai bagian dari generasi muda. Kesadaran ini bukan hanya sebatas pada level kognitif (mengetahui informasi politik), tetapi juga afektif (tumbuh rasa kepedulian), dan konatif (adanya motivasi untuk berpartisipasi dalam pemilu). Artinya, Tiktok telah menjadi medium yang efektif dalam menggerakkan mahasiswa dari tahap sekadar penonton menjadi pelaku aktif dalam demokrasi.

Dalam perspektif Islam, partisipasi dalam memilih pemimpin dan terlibat dalam urusan publik merupakan bagian dari tanggung jawab moral dan sosial seorang muslim. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah Asy-Syura ayat 38:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ

“Dan (bagi) orang-orang yang menerima seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.” (Q.S. Asy-Syura: 38)

Menurut Ibnu Katsir, ayat ini menegaskan bahwa kaum mukminin menjadikan musyawarah sebagai prinsip dasar dalam menyelesaikan urusan, baik kecil maupun besar, sehingga tidak ada keputusan penting yang diambil tanpa pertimbangan bersama. Hal ini sejalan dengan demokrasi modern yang menjadikan partisipasi rakyat, termasuk pemilih muda, sebagai bagian integral dari proses politik.

Al-Qurthubi dalam tafsirnya menambahkan bahwa musyawarah adalah bentuk penghormatan Allah terhadap umat Islam, karena dengan musyawarah kedudukan dan kehormatan mereka dijaga. Pemimpin yang dipilih melalui proses musyawarah atau keterlibatan publik akan lebih diterima dan legitimasinya lebih kuat.

Selain itu, Rasulullah SAW juga menekankan pentingnya kepemimpinan yang dipilih dengan benar. Dalam sebuah hadits riwayat Abu Hurairah, beliau bersabda:

إِذَا كَانَ ثَلَاثَةٌ فِي سَفَرٍ فَلْيُؤَمِّرُوا أَحَدَهُمْ

“Apabila tiga orang keluar bepergian, maka hendaklah mereka mengangkat salah satu dari mereka menjadi pemimpin.” (HR. Abu Dawud, no. 2608)

Hadits ini menunjukkan bahwa kepemimpinan dibutuhkan bahkan dalam kelompok kecil, apalagi dalam kehidupan bernegara. Maka dari itu, keterlibatan mahasiswa dalam proses politik, termasuk melalui media seperti Tiktok, merupakan bagian dari upaya mewujudkan prinsip kepemimpinan yang baik sesuai ajaran Islam.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa Tiktok memiliki peran penting bukan hanya secara akademik dan sosial, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai Islam tentang pentingnya musyawarah, kepemimpinan, dan keterlibatan umat dalam urusan publik. Hal ini semakin memperkuat kesimpulan bahwa keterlibatan mahasiswa KPI angkatan 2022 dalam konten politik Tiktok dapat dipahami sebagai bagian dari tanggung jawab intelektual sekaligus tanggung jawab keagamaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang tertarik mengembangkan kajian serupa mengenai peran media sosial dalam mendorong partisipasi politik. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel pendukung seperti tingkat literasi digital, tingkat kepercayaan terhadap media, atau pengaruh algoritma media sosial

dalam menentukan jenis konten politik yang diakses oleh pengguna. Penambahan variabel ini akan memberikan sudut pandang yang lebih luas dan analisis yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan politik di ruang digital. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas lingkup objek penelitian, baik dari segi jumlah populasi maupun wilayah penelitian.

2. Bagi Institut Agama Islam Negeri Curup

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan sumber informasi bagi pihak kampus, khususnya dalam memahami perilaku penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa serta dampaknya terhadap peningkatan partisipasi politik online. Temuan penelitian ini dapat membantu kampus dalam merancang strategi pendidikan yang memadukan literasi politik dan literasi digital, sehingga mahasiswa tidak hanya terampil dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk mengakses, mengkritisi, dan menyebarkan informasi politik yang bermanfaat.

3. Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana media sosial, khususnya Tiktok, dapat menjadi sarana efektif penyebaran informasi politik. Program studi dapat menjadikannya bahan ajar dalam mata kuliah terkait komunikasi politik, media baru, dan literasi digital, sehingga mahasiswa mampu memanfaatkan media secara kritis dan produktif.

4. Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan bagi mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan literasi digital serta meningkatkan kecermatan dalam memverifikasi informasi politik sebelum berpartisipasi dalam kegiatan politik online melalui media sosial, khususnya Tiktok.

DAFTAR PUSTAKA

- Aristoteles. (2022). Politik. Jakarta: Pustaka Filsafat Nusantara.
- Boulianne, S. (2022). Social media and political participation: A meta-analysis. *Information, Communication & Society*, 25(9), 1234-1250.
- Buku pedoman akademik mahasiswa IAIN Curup Tahun 2020
- Castells, Manuel. *Communication Power*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2021
- CSIS. (2024). Tren Media Sosial dalam Politik Indonesia 2024
- Dahlan, A., & Santoso, M. (2023). Media sosial TikTok sebagai media penjualan digital secara live. *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora*, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- E-Jurnal Medium. (2022). Motif pengguna TikTok dalam mendapatkan FYP pada kalangan remaja Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium (Ilmu Komunikasi)*, Universitas Udayana,
- Graciano, D. (2025). Penggunaan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Gen Z pada Pemilu 2024 (Skripsi, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Haryanto, T., & Purnomo, D. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi politik masyarakat Indonesia. *Jurnal Politik Indonesia*, 8(1), 15-34.
- Hidayat, A. W. A. (2024). Literasi Digital dan Efikasi Politik Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 112–130.
- <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7436833/gen-z-itu-tahun-berapa-ini-rentang-tahun-kelahiran-dan-karakteristiknya> “Gen Z itu tahun berapa ini rentang tahun kelahiran dan karakteristiknya” oleh Kholidia qotrunada.
- Husein umar, Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis, (Jakarta: Raja Grafindo Perseda, 2009).\
- IAIN Curup. "Sejarah Singkat Institut Agama Islam Negeri Curup." Diakses 6 Agustus 2025. <https://iaincurup.ac.id/sejarah-singkat/>.
- Ichwanusafa, R., & Prakoso Aji, M. (2024). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Generasi Z di UPN Veteran Jakarta. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.

- Indikator Politik Indonesia. (2024). Survei Nasional Perilaku Pemilih Muda
- Kamindang, I, Amijaya “Tiktok Sebagai Media Komunikasi Politik Aktor Partai Politik di Kota Palu, Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal penelitian kajian ilmu sosial dan informasi” Vol 9(1), Hlm. 1-15
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. The Public Opinion Quarterly, 37(4), 509-523.
- lembaga Penjaminan Mutu IAIN Curup, "Rencana Induk Pengembangan (RIP) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2020-2045," diakses 6 Agustus 2025, <http://lpm.iaincurup.ac.id/wp-content/uploads/2024/12/RIP-IAIN-CURUP-2020-2025.pdf>
- Margetts, H., John, P., Hale, S., & Yasseri, T. Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action. Princeton University Press, 2016.
- Neuman, W. L. (2023). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (9th ed.). Pearson
- Nugroho, A., & Pramono, S. (2023). Penggunaan Media Sosial dan Partisipasi Politik Generasi Muda. Jurnal Ilmu Komunikasi, 17(1), 45-60.\
- Penalaran UMN, Penyajian Data Dalam Penelitian Kualitatif, (Jakarta : Grafinfo Persada, 2014).
- Rahman, A., & Sari, N. “Literasi Digital dan Keterlibatan Politik di Era Media Sosial.” Jurnal Politik Digital Indonesia, Vol. 4 No. 1 (2025): 55–70
- Rencana Induk Pengembangan (RIP) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2020-2045, diakses 6 Agustus 2025, <http://lpm.iaincurup.ac.id/wp-content/uploads/2024/12/RIP-IAIN-CURUP-2020-2025.pdf>
- S. Setiawan dan V. Puspita, "Pola Komunikasi Partisipatif Di Era Media Sosial," Jurnal Komunikasi Dan Media, Vol. 4, No. 1 (2024),
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: ALFABETA,2020),
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Jakarta: Rineka Cipta, 2020),
- Susanto, Dedi. Partisipasi Politik Generasi Muda di Era Digital. Jakarta: Pustaka Demokrasi, 2023.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

Usairi, M. S., Azzahra, S. M., Anggraini, A. F., Biaggi, M., & Nisa, P. K. (2025).

Seberapa besar algoritma TikTok mempengaruhi opini publik tentang kebijakan kesehatan di Jakarta Selatan. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), hlm 810–815,

Verba, S., Nie, N. H., & Kim, J. (2023). *Participation in America*. Cambridge: Harvard University Press

Vira Indar Nevyra, "Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021).

www.datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia, "Digital Indonesia 2024"

L

A

M

P

I

R

A

N

Wawancara Dengan Informan 1



Wawancara Dengan Informan 2



Wawancara Dengan Informan 3



Wawancara Dengan Informan 4



Wawancara Dengan Informan 5



Pedoman Wawancara

Wawancara Informan 1

Nama : M. Faiz Ramdani

NIM : 20521039

Prodi : KPI

Tempat Wawancara : Di Depan SMAN 1 Rejang Lebong

NO	Pertanyaan	Verbal	Non Verbal	Verbatim
1	Assalamauikum Iz, saya boleh izin wawancara buat penelitian skripsi saya kah?	Walaikumsalam, iya boleh	Senyum tipis	
2	Bagaimana reaksi awal kamu iz saat pertama kali melihat konten politik di Tiktok?	Awalnya saya kaget, soalnya biasanya lihat Tiktok untuk hiburan, tiba-tiba ada konten politik yang cukup serius	sambil mengangkat alis dan tersenyum tipis	merasa terkejut karena tidak terbiasa
3	Jadi setelah melihat konten politik lewat di fyp mu, Bagaimana perasaan atau pemikiran kamu setelah menyimak konten politik tersebut iz?	Kalau videonya menarik dan membahas hal penting, saya biasanya cek di YouTube atau baca berita online, biar tahu lengkapnya. Takutnya di Tiktok cuma potongan	Mata sedikit menyipit, kepala mengangguk pelan, nada suara antusias.	merasa tertarik untuk menggali informasi lebih dalam.
4	Bagaimana cara kamu biasanya menanggapi konten politik di Tiktok iz?	Saya biasanya baca komentar orang lain saja, kalau setuju kadang ikut kasih	berbicara pelan, nada ragu-ragu	Hanya membaca komentar, tetapi jika setuju pendapatnya

		komentar, tapi jarang share.		dia akan ikut komen
5	Apakah setelah menonton konten politik di Tiktok kamu pernah berdiskusi dengan teman atau keluarga tentang isi konten Tiktok	Saya lebih sering simpan buat diri sendiri, jarang bahas karena takut beda pendapat sama teman	Nada suara ragu-ragu	Lebih simpan buat diri sendiri
6	Apakah kamu pernah ikut berkomentar atau berdiskusi setelah menonton konten politik di Tiktok	Iya, saya pernah kasih komentar langsung di kolom Tiktok. Biasanya kalau kontennya nyambung sama pandangan saya, saya tulis pendapat singkat. Kadang juga ada yang bales, jadi jadi semacam diskusi di kolom komentar	Tersenyum tipis	Pernah berkomentar, tapi hanya konten yang menurut dia sependapat dengan pandangannya
7	Bagaimana pandangan kamu terhadap Tiktok sebagai media informasi politik	Menurut saya Tiktok sekarang bukan cuma buat hiburan. Banyak informasi politik yang bisa cepat viral, jadi lebih gampang buat tahu apa yang sedang terjadi	Tangan sedikit mengayun seperti menimbang, wajah serius	informasi bisa bermanfaat, namun perlu verifikasi karena ada potensi konteks informasinya hilang
8	Apakah konten politik di Tiktok membuat kamu lebih termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilu Presiden 2024	Tidak terlalu berpengaruh langsung pada pilihan saya sih bro, karena kadang saya lihat track record calonnya	menyilangkan tangan, nada tenang	Merasa bahwa konten tiktok tidak terlalu berpengaruh akan keputusan saat pemilihan

Wawancara Informan 2

Nama : Deone F.S

NIM : 23521007

Prodi : KPI

Tempat Wawancara : Rumah Deon, Talang Rimbo Lama

NO	Pertanyaan	Verbal	Non Verbal	Verbatim
1	Hallo mas, saya boleh izin wawancara buat penelitian skripsi saya kah?	Iya boleh	Kepala mengangguk	
2	Bagaimana reaksi awal kamu saat pertama kali melihat konten politik di Tiktok?	Awalnya terkejut ya, soalnya biasanya liatTiktok isinya joget-joget atau lucu-lucuan, tiba-tiba muncul video bahas calon presiden. Rasanya agak aneh	tersenyum tipis	Merasa terkejut, karena merasa aneh saat pertama kali melihat konten politik
3	Jadi setelah melihat konten politik lewat di fyp mu, Bagaimana perasaan atau pemikiran kamu setelah menyimak konten politik tersebut mas?	Biasanya saya cuma kasih like kalau kontennya menarik, jarang komentar atau share, soalnya takut salah paham sama orang lain.	tersenyum kecil sambil menggeleng.	.hanya kasih like saja
4	Setelah itu Bagaimana cara kamu biasanya menanggapi konten politik di Tiktok mas?	Kalau infonya penting, saya share di grup WhatsApp keluarga atau teman kampus. Biar	berbicara pelan, nada tegas	Dia lebih aktif menshare informasinya

		mereka juga tahu.		
5	Apakah setelah menonton konten politik di Tiktok kamu pernah berdiskusi dengan teman atau keluarga tentang isi konten Tiktok	Pernah, biasanya habis lihat video politik langsung saya bahas sama teman sekelas. Kadang jadi bahan ngobrol sambil nongkrong	Senyum kecil	Membahas persoalan yang ditemukan dengan teman sekelas
6	Apakah kamu pernah ikut berkomentar atau berdiskusi setelah menonton konten politik di Tiktok	Pernah komentar sekali, tapi lebih sering baca komen orang lain	Agak gugup	Pernah berkomentar sesekali
7	Bagaimana pandangan kamu terhadap Tiktok sebagai media informasi politik	Kalau soal kualitas, menurut saya tidak semuanya akurat, kadang ada yang cuma potongan video. Jadi saya tetap cek di berita resmi.	menekankan dengan nada hati-hati	Perlu verifikasi lebih lanjut
8	Apakah konten politik di Tiktok membuat kamu lebih termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilu Presiden 2024	Awalnya nggak kepikiran mau nyoblos, tapi setelah sering lihat konten politik, saya jadi sadar pentingnya suara anak muda	Mengagguak tegas	

Wawancara Informan 3

Nama : Selvi Apriani

NIM : 22521032

Prodi : KPI

Tempat Wawancara : Sekre KKN 72 Air Bang

NO	Pertanyaan	Verbal	Non Verbal	Verbatim
1	Hallo mas, saya boleh izin wawancara buat penelitian skripsi saya kah?	Iya boleh	Kepala mengangguk	
2	Bagaimana reaksi awal kamu saat pertama kali melihat konten politik di Tiktok?	Reaksi awal saya biasa aja, karena sudah sering lihat politik di medsos lain, jadi pas muncul di TikTok saya tidak terlalu kaget	sambil tersenyum santai	Merasa biasa saja, karena sudah sering lihat
3	Jadi setelah melihat konten politik lewat di fyp mu, Bagaimana perasaan atau pemikiran kamu setelah menyimak konten politik tersebut?	Kalau soal politik di Tiktok, saya malah agak was-was ya bang. Takutnya itu hoaks atau framing, apalagi kalau yang bikin akun anonym kan	Menunduk	.Biasa saja
4	Bagaimana cara kamu biasanya menanggapi konten politik di Tiktok?	Saya sering kasih like, kadang juga share ke teman kalau menurut saya penting untuk diketahui.	Mengangguk pelan, nada semangat	Sering kasih like dan terkadang di share juga

5	Apakah setelah menonton konten politik di Tiktok kamu pernah berdiskusi dengan teman atau keluarga tentang isi konten Tiktok	Kalau sama keluarga jarang sih, paling sering sama teman. Tapi kadang kalau lagi kumpul, saya sempat cerita juga ke orang tua, meskipun mereka tidak terlalu aktif di Tiktok	Nada santai	Kadnag berdiskusi sama teman kalau lagi ngumpul
6	Apakah kamu pernah ikut berkomentar atau berdiskusi setelah menonton konten politik di Tiktok	Kalau komentar langsung jarang, tapi lebih sering diskusi di luar aplikasi, misalnya lewat WhatsApp sama teman dekat. Soalnya kalau komentar di Tiktok suka rame dan banyak yang nggak nyambung	Menghela nafas sejenak, dan nada suara kecil	Jarang berkomentar, tapi sering diskusi dengan teman
7	Bagaimana pandangan kamu terhadap Tiktok sebagai media informasi politik	Kalau menurut saya, Tiktok efektif buat anak muda karena kontennya singkat dan jelas. Lebih mudah dipahami dibanding baca berita panjang	Tangan sedikit mengayun seperti menimbang, wajah serius	informasi bermanfaat, namun perlu verifikasi karena ada potensi hoax

8	Apakah konten politik di Tiktok membuat kamu lebih termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilu Presiden 2024	Lumayan berpengaruh, karena saya jadi tahu perbandingan antar calon, meski saya tetap mencari referensi lain.	nada yakin, tersenyum tipis	Merasa lumayan Berpengaruh
---	---	---	-----------------------------	----------------------------

Wawancara Informan 4

Nama : Defa Gina Sanova

NIM : 22521006

Prodi : KPI

Tempat Wawancara : Sekre KKN 72 Air Bang

NO	Pertanyaan	Verbal	Non Verbal	Verbatim
1	Hai gin, saya boleh izin wawancara buat penelitian skripsi saya gak?	Iya boleh	Kepala mengangguk	
2	Bagaimana reaksi awal kamu saat pertama kali melihat konten politik di Tiktok?	Nggak kaget sih bang, udah sering lihat, apalagi kalau lagi musim kampanye, pasti banyak yang bahas politik	tersenyum tipis	Merasa terkejut, karena merasa aneh saat pertama kali melihat konten politik
3	Jadi setelah melihat konten politik lewat di fyp mu, Bagaimana perasaan atau pemikiran kamu setelah menyimak konten politik tersebut gin?	Setelah menyimak, saya merasa kadang bosan kalau kontennya terlalu banyak kampanye, tapi kalau isinya edukatif jadi lebih suka.	.Ekspresi datar	Merasa bosan kalau isi kontennya terlalu padat

4	Bagaimana cara kamu biasanya menanggapi konten politik di Tiktok iz?	Saya kalau merasa nggak tertarik, ya langsung scroll aja bang. Nggak usah dikomentari.	Ekspresi santai	Langsung scroll saja
5	Apakah setelah menonton konten politik di Tiktok kamu pernah berdiskusi dengan teman atau keluarga tentang isi konten Tiktok	Iya, saya pernah bahas sama teman kampus. Biasanya kalau ada isu yang lagi ramai di Tiktok, misalnya soal pemilu atau debat capres, kami ngobrol bareng, kadang sambil bercanda juga, tapi ada seriusnya	Berbiacara dengan tegas	Pernah membahas dengan teman kampus
6	Apakah kamu pernah ikut berkomentar atau berdiskusi setelah menonton konten politik di Tiktok	Kalau komentar di Tiktok saya jarang, takut salah ngomong atau nanti malah dibully	Pandangan menghadap bawah, dan ragu-ragu	Jarang berkomentar
7	Bagaimana pandangan kamu terhadap Tiktok sebagai media informasi politik	Memang cepat nyebar, tapi kadang banyak juga yang nggak jelas sumbernya. Jadi bisa bahaya kalau langsung dipercaya.	menggeleng pelan, nada serius	Merasa ragu dengan keakuratan informasi di tiktok

8	Apakah konten politik di Tiktok membuat kamu lebih termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilu Presiden 2024	Motivasi sih ada, tapi saya juga harus pastikan dulu pilihannya tepat. Jangan cuma karena ikutan tren di Tiktok	Nada bicara mantap dan tegas	Merasa tidak berpengaruh dengan pilihan dia, karena baginya tiktok hanya hiburan
---	---	---	------------------------------	--

Wawancara Informan 5

Nama : Kharisma Nur Azizah

NIM : 225210

Prodi : KPI

Tempat Wawancara : Sekre KKN 72 Air Bang

NO	Pertanyaan	Verbal	Non Verbal	Verbatim
1	Hallo ziz, saya boleh izin wawancara buat penelitian skripsi saya kah?	Iya boleh	Kepala mengangguk	
2	Bagaimana reaksi awal kamu saat pertama kali melihat konten politik di Tiktok?	Reaksi awal saya cukup penasaran, apalagi kalau kontennya dibuat kreatif, jadi menarik untuk dilihat.	senyum lebar, nada antusias	Penasaran dengan konten politik yang ada di tiktok
3	Jadi setelah melihat konten politik lewat di fyp mu, Bagaimana perasaan atau pemikiran kamu setelah menyimak konten politik tersebut ?	Setelah menonton, saya jadi punya pandangan baru tentang isu politik yang sedang ramai.	nada penuh semangat,.	Merasa memiliki pandangan baru setelah melihat konten politik di tiktok
4	Bagaimana cara kamu biasanya menanggapi konten politik di Tiktok?	. Saya sering kasih like, kadang komentar kalau ada hal yang	tersenyum kecil, nada santai	Sering kasih like

		ingin saya diskusikan.		
5	Apakah setelah menonton konten politik di Tiktok kamu pernah berdiskusi dengan teman atau keluarga tentang isi konten Tiktok	Kalau saya sering diskusi dengan orang rumah. Jadi kalau ada video politik yang rame di Tiktok, biasanya saya tunjukkan, terus kami bahas	Menjawab dengan antusias	Diskusi dengan orang rumah
6	Apakah kamu pernah ikut berkomentar atau berdiskusi setelah menonton konten politik di Tiktok	Pernah beberapa kali komentar panjang di Tiktok bang, bahkan sering diskusi dengan teman kampus soal video itu	Nada santai	Beberapa kali berkomentar
7	Bagaimana pandangan kamu terhadap Tiktok sebagai media informasi politik	Kalau dibuat kreatif dan jelas, malah gampang nyantol di ingatan. Jadi lebih paham topik politiknya. dan saya rasa kualitasnya sudah bagus	Ekspresi santai, nada pelan	Kualitas sudah bagus, dan kalau kontennya dibuat kreatif nyantol diingatan
8	Apakah konten politik di Tiktok membuat kamu lebih termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilu Presiden 2024	Saya jadi lebih semangat ikut nyoblos, karena merasa suara anak muda bisa menentukan hasil pemilu	nada yakin, sambil mengangguk mantap	Merasa konten tiktok cukup berpengaruh

Biodata Mahasiswa



Muhamad Farras A, lahir di Bekasi pada tanggal 24 Oktober 2001. Penulis merupakan putra dari pasangan Bapak Zulyan Jaya dan Ibu Herlina. Penulis menempuh jenjang pendidikan dasar di SD Negeri Mekarsari 04 (lulus tahun 2013), kemudian melanjutkan ke jenjang menengah pertama di SMPIT Tambun Islamic School (lulus tahun 2016). Pendidikan menengah atas diselesaikan di SMA Islam Putradarma pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, penulis melanjutkan studi di perguruan tinggi sebagai mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan. Penulis pernah mengemban amanah sebagai Ketua Departemen Pengembangan Sumber Daya Mahasiswa (PSDM) yang berfokus pada peningkatan kapasitas kader organisasi. Penulis juga memiliki pengalaman kerja profesional sebagai Sales Representative di MyRepublic, sebuah perusahaan Internet Service Provider (ISP) terkemuka. Pengalaman ini memperkuat kemampuan komunikasi persuasif, manajemen target, serta strategi pelayanan pelanggan di industri teknologi informasi. Berbekal ketertarikan pada dinamika media baru dan komunikasi politik, penulis menyusun skripsi yang berjudul "Peran Media Sosial TikTok dalam Partisipasi Politik Pemilu Presiden 2024 pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam" sebagai syarat akhir untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).