

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

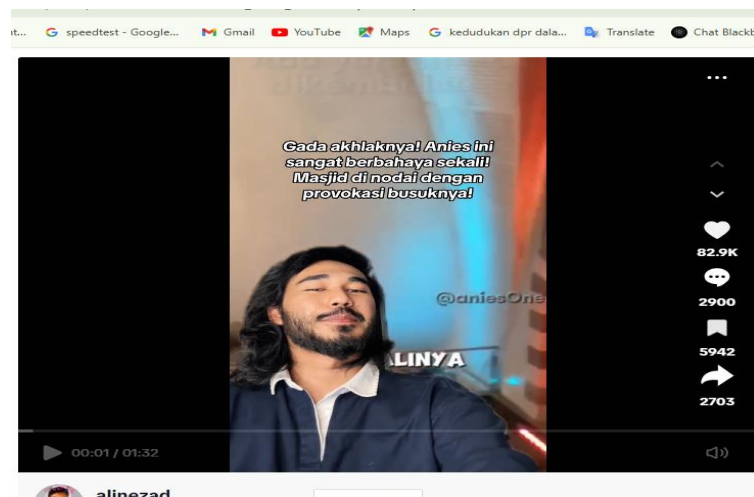
Pada era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat, memungkinkan proses komunikasi dan penyebaran informasi terjadi secara real time. Salah satu platform yang semakin populer dalam konteks saat ini adalah TikTok, yang tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang politik aktif dalam konteks pemilihan umum (Yasir, 2024:1).

Dalam konteks kampanye Pilpres 2024 sendiri diwarnai oleh kompetisi ketat antara tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden, yaitu pasangan pertama : Anies Rasyid Baswedan dan Muhaimin Iskandar, pasangan kedua: Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, serta terakhir pasangan ketiga : Ganjar Pranowo dan Mahfud Md. Dari ketiga paslon yang bersaing pada Pilpres 2024 dimenangkan oleh pasangan nomor urut 2 yang di usung dari partai Gerindra yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka.

Namun, Salah satu pasangan yang menarik perhatian dalam Pilpres 2024 adalah Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, yang diusung oleh koalisi perubahan. Sejak diumumkan sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden 2024-2029, paslon Anies-Muhaimin (AMIN) menghadapi berbagai respons publik, termasuk serangan digital yang masif, terutama di platform media sosial yaitu TikTok. Serangan ini sering kali berupa framing negatif yang dilakukan oleh akun-akun buzzer, yang berfungsi untuk membentuk opini publik terhadap kandidat tertentu (Ayu, Dewi, and Putri 2024:2)

Framing TikTok adalah proses penyusunan pesan dalam konten video TikTok yang dilakukan secara sengaja oleh pengguna termasuk buzzer, influencer, maupun akun publik untuk membentuk, memengaruhi, atau mengarahkan persepsi publik terhadap suatu isu, tokoh, atau peristiwa. Proses ini dilakukan melalui pemilihan elemen visual (gambar, potongan video), audio (musik, suara latar), narasi (caption, voice-over), dan simbol (emoji, hashtag), yang dikemas secara strategis agar memunculkan makna tertentu dalam benak audiens.

Banyak konten yang menampilkan framing negatif terhadap paslon AMIN beredar di TikTok, ditandai dengan penggunaan narasi tendensius, simbolisasi, dan penyajian isu politik secara selektif. Misalnya, akun (@alinezad) dalam video tersebut mengungkapkan kalimat “saya sebagai muslim merasa tidak terima agama dijadikan alat permainan politik”.



Gambar 1 : Politik Identitas Anies Baswedan
Sumber : TikTok Alinezad

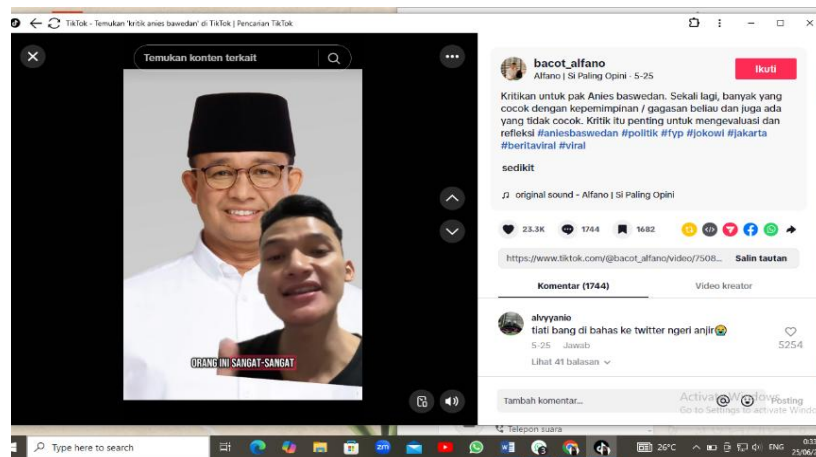
Lalu dalam akun (@adearmando_official) dalam videonya menarasikan bahwa Anies Baswedan dianggap menyebar informasi keliru saat debat capres, terutama soal anggaran Rp 700 triliun di Kementerian Pertahanan untuk membeli

alutista bekas dan soal rumah dinas TNI. Anies dinilai mengarang dan menyesatkan publik.



Gambar 2: kebohongan anies baswedan
Sumber: TikTok adearmando_official

Kemudian dalam akun (@bacot_alfano) ini mengkritik gaya kepemimpinan anies yang sering kali ingkar. Dalam unggahannya ia mengatakan bahwa Anies Baswedan kerap diasosiasikan dengan gaya politik populis yang menekankan kesetaraan dan keberpihakan pada masyarakat kecil. Namun, pendekatan ini menuai kritik karena dinilai minim realisasi konkret. Contohnya, penanganan kebakaran di dekat Depo Pertamina Pelumpang dianggap lamban, dan program DP 0% dinilai tidak efektif. Beberapa kebijakan terkait penganggaran dan pengadaan lahan juga memicu penyelidikan hukum. Meski dikenal penuh ide, kinerja Anies selama menjabat dinilai sejumlah pihak kurang optimal dalam pelaksanaan. Unggahan itupun menuai beberapa komentar dari netizen dalam unggahannya mendapatkan likes 23.6 k, komentar 1754 dan 1903 share.



Gambar 3 : kepemimpinan anies
Sumber : TikTok bacot_alfano

Berdasarkan konten-konten TikTok yang menyerang paslon AMIN menunjukkan bahwa pola framing negatif yang konsisten, baik dari aspek sintaksis, tematik, skript, maupun retorik. Narasi yang digunakan bersifat emosional dan tendensius, seperti sentimen agama dan tuduhan kebohongan publik, yang berfungsi membentuk persepsi bahwa Anies Baswedan tidak layak dipercaya sebagai pemimpin. Penyajian isu dilakukan secara selektif, hanya menyoroti sisi kontroversial atau kegagalan kebijakan tanpa memberikan konteks yang utuh, sehingga membangun alur cerita yang mengarah pada delegitimasi. Pilihan kata seperti “menyesatkan,” “bohong,” dan “politik identitas” memperkuat simbolisasi negatif yang dapat memengaruhi opini publik secara luas, apalagi dengan tingkat interaksi yang tinggi di platform seperti TikTok. Hal ini menegaskan bahwa framing dalam konten TikTok tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga manipulatif, terutama dalam konteks kampanye politik.

Sehingga peran buzzer dalam kampanye digital tidak dapat diremehkan. Mereka sering kali bukan hanya pengguna biasa, tetapi bagian dari *cyber troops* atau

tim kampanye terselubung yang bertugas menciptakan citra tertentu di ruang publik digital. Buzzer dapat memengaruhi persepsi pemilih muda yang menjadi mayoritas pengguna TikTok. Aktivitas buzzer ini dapat mempengaruhi hasil pemilu, memperkuat polarisasi di masyarakat, serta menimbulkan pelanggaran terhadap aturan hukum, (Ayu, Dewi, and Putri 2024:3)

Dalam lima tahun terakhir sendiri banyak penelitian tentang framing politik di Indonesia, namun penelitian-penelitian tersebut hanya berfokus pada media konvensional seperti televisi dan surat kabar. Sementara itu, platform berbasis video pendek seperti TikTok belum banyak dikaji secara mendalam, khususnya dalam konteks framing negatif yang dilakukan oleh aktor politik informal seperti buzzer. Selain itu, masih sedikit penelitian yang menyoroti bagaimana strategi penyampaian visual, audio, dan narasi yang bersifat emosional digunakan secara sistematis untuk membentuk citra negatif pasangan calon presiden dan wakil presiden, terutama pasangan Anies-Muhaimin, dalam Pilpres 2024

Dengan demikian penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji framing negatif buzzer TikTok terhadap pasangan Anies-Muhaimin menggunakan model analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki. Fokusnya terletak pada bagaimana konten TikTok disusun secara sintaksis, tematik, skript, dan retorik untuk membentuk citra negatif kandidat secara emosional dan tendensius. Dengan menyoroti narasi yang digunakan, isu-isu politik yang dimanfaatkan, serta bentuk simbolisasi yang digunakan dalam konten video, penelitian ini memperluas pemahaman tentang peran TikTok bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi politik yang dapat membentuk opini publik secara masif dan manipulatif selama masa kampanye elektoral. Berpijak dari problematika diatas,

maka penulis tertarik untuk mengkaji mengenai framing negatif oleh buzzer TikTok terhadap paslon AMIN, sehingga penulis mengangkat judul skripsi dengan judul ***ANALISIS FRAMING NEGATIF BUZZER TIKTOK TERHADAP PASLON ANIES-MUHAIMIN PADA KAMPANYE PILPRES 2024***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah peneliti adalah :

1. Isu politik apa saja yang dimanfaatkan dalam framing negatif terhadap pasangan Anies-Muhaimin?
2. Bagaimana buzzer TikTok memengaruhi citra politik pasangan Anies-Muhaimin dalam kampanye Pilpres 2024?

1.3 Fokus Penelitian

Adapun untuk membatasi kajian penulis dalam penelitian ini maka penulis memfokuskan pada :

1. Menganalisis bagaimana cara buzzer TikTok membentuk citra negatif pasangan Anies-Muhaimin selama kampanye Pilpres 2024.
2. Menganalisis akun tiktok yang memberikan framing negatif kepada paslon Anis-Muhaimin.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengungkap isu-isu politik yang digunakan dalam framing negatif terhadap pasangan tersebut.
2. Untuk mengetahui bagaimana buzzer TikTok membentuk citra negatif pasangan Anies-Muhaimin selama kampanye Pilpres 2024.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat teoritis, antara lain:

1. Menambah kajian dalam ilmu politik tentang framing negatif dalam kampanye politik digital.
2. Memberikan kontribusi pada studi komunikasi politik di era media sosial.

a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat praktis, antara lain:

1. Membantu pemilih memahami pengaruh buzzer dalam pembentukan citra politik.
2. Memberikan masukan bagi pengawas pemilu dalam menangani kampanye negatif di TikTok.