

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Persepsi Publik terhadap Kampanye Politik Anies Baswedan melalui Akun TikTok*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana persepsi publik terhadap kampanye politik Anies Baswedan yang disampaikan melalui media sosial TikTok. Media sosial TikTok dipilih karena menjadi salah satu platform yang banyak digunakan dalam penyampaian pesan politik, khususnya untuk menjangkau pemilih muda. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengikut akun TikTok Anies Baswedan. Subjek dalam penelitian ini adalah publik pengguna TikTok yang terpapar konten kampanye politik Anies Baswedan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif dan inferensial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response) untuk melihat pengaruh stimulus berupa konten kampanye terhadap respon berupa persepsi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap kampanye politik Anies Baswedan melalui akun TikTok dipengaruhi oleh isi pesan, gaya penyampaian, serta intensitas interaksi yang dilakukan. Kampanye politik melalui TikTok dinilai mampu membangun citra politik yang lebih dekat, komunikatif, dan menarik perhatian publik, meskipun sebagian responden menilai bahwa konten yang disampaikan masih cenderung bersifat pencitraan dan kurang mendalam secara substansi. Secara keseluruhan, kampanye politik melalui TikTok memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap tokoh politik di era digital.

Kata Kunci: Persepsi Publik, Kampanye Politik, TikTok