

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan media sosial dalam kampanye politik memiliki dampak signifikan terhadap persepsi publik terhadap isu-isu politik dan kandidat (Salman Farid, 2023). Dalam teori komunikasi, *Kenneth K. Spreno* dan *Edward M. Bodaken* menjelaskan bahwa persepsi terdiri dari tiga tahap utama: seleksi, organisasi, dan interpretasi. Tahap seleksi mencakup proses sensasi dan atensi terhadap rangsangan yang diterima, sementara tahap organisasi dan interpretasi berfungsi untuk mengkonstruksi rangsangan tersebut menjadi suatu makna yang utuh. Tahap interpretasi menjadi bagian yang paling penting dalam proses persepsi, di mana informasi yang diterima melalui alat indra diolah dan diterjemahkan menjadi makna yang mewakili objek atau fenomena tersebut.

Dalam konteks politik, kampanye merupakan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mempengaruhi sikap, perilaku, dan kepercayaan masyarakat terhadap suatu isu, produk, atau kandidat politik. Tujuan utama dari kampanye politik adalah memperoleh dukungan masyarakat agar kandidat atau partai politik dapat memenangkan pemilu. Media sosial, sebagai salah satu saluran utama dalam kampanye politik saat ini, memberikan ruang bagi warga untuk berbagi pendapat dan pandangan mereka terhadap calon atau isu politik tertentu. Hal ini tentu saja berpotensi mempengaruhi opini publik dan membentuk sikap masyarakat terhadap isu-isu politik.

Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat menjadi sarana penyebaran berita palsu atau disinformasi, yang dapat merusak persepsi publik dan memperkeruh iklim politik. Dalam hal ini, platform seperti TikTok telah menjadi bagian dari fenomena kampanye politik yang semakin relevan di Indonesia. TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, memberikan kesempatan bagi politisi untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan terbiasa dengan konten yang interaktif, kreatif, dan menghibur. Dengan format konten yang dinamis, TikTok memungkinkan politisi untuk menyampaikan pesan politik secara lebih ringan dan menarik, serta memperkuat keterlibatan audiens melalui interaksi langsung.

Dalam konteks ini, Anies Baswedan, calon presiden dalam Pemilu 2024, memanfaatkan TikTok sebagai salah satu alat untuk menyampaikan pesan politiknya kepada publik, khususnya kalangan pemilih muda. Dengan pendekatan yang lebih informal dan humanis, Anies berusaha memperkenalkan dirinya melalui video yang menampilkan berbagai sisi kehidupannya, baik yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari maupun pesan-pesan politik yang dikemas secara lebih ringan dan mudah dipahami. Pendekatan ini, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Supriyanto, A., & Dwi, 2022), bertujuan untuk memperkuat citra politisi yang modern dan dekat dengan rakyat, terutama generasi muda yang aktif di media sosial.

Namun, meskipun TikTok memberikan banyak keuntungan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam, kampanye politik melalui media sosial ini juga memunculkan berbagai persepsi publik yang beragam. Satu

sisi, TikTok memberikan kebebasan bagi politisi untuk tampil lebih kreatif dan menarik perhatian publik melalui berbagai fitur menarik yang disediakan, seperti efek visual, musik, dan tantangan. Hal ini dapat menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan tidak membosankan bagi audiens, terutama pemilih muda yang lebih cenderung terhubung dengan konten yang bersifat hiburan (Fajar, 2021). Namun, ada pula pandangan yang menganggap kampanye politik melalui TikTok cenderung mengarah pada pencitraan, bukan substansi. Hal ini terutama berkaitan dengan format konten TikTok yang cenderung lebih ringkas dan mengutamakan elemen visual ketimbang penyampaian informasi politik yang mendalam. Akibatnya, beberapa kalangan merasa bahwa TikTok tidak dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai visi, misi, dan kebijakan politik calon presiden yang seharusnya menjadi fokus utama kampanye politik (Haryanto, S., & Rini, 2020).

Selain itu, TikTok juga memungkinkan adanya interaksi langsung antara politisi dan publik, yang dapat memperkuat hubungan kedekatan di antara keduanya. Melalui kolaborasi dengan influencer, live streaming, dan fitur komentar, TikTok menciptakan ruang bagi audiens untuk memberikan feedback dan terlibat langsung dalam diskusi politik. Dalam hal ini, kampanye Anies Baswedan di TikTok memungkinkan publik untuk merasa lebih terlibat dan didengar, yang merupakan bagian dari komunikasi politik yang lebih inklusif. Penelitian oleh (Setiawan, R., & Prabowo, 2021) menunjukkan bahwa interaksi langsung ini dapat memperkuat rasa keterlibatan dan kepemilikan terhadap isu politik di kalangan pemilih muda, yang menjadi kelompok utama pengguna TikTok. Meskipun demikian, efektivitas interaksi ini sangat bergantung pada

bagaimana politisi merespons dan memanfaatkan interaksi tersebut untuk menyampaikan pesan politik yang lebih konkret dan bukan sekadar membangun citra diri.

Meskipun Anies Baswedan berhasil menggaet perhatian audiens muda dengan konten yang menghibur, keberhasilan tersebut tidak serta-merta berbanding lurus dengan pemahaman mereka terhadap program-program yang akan dijalankan jika terpilih. Oleh karena itu, penting bagi politisi untuk menyeimbangkan antara daya tarik kreatif dan substansi pesan agar kampanye politik tetap kredibel dan memberi dampak positif bagi pemilih.

Selain itu, pengaruh algoritma TikTok dalam membentuk persepsi publik juga perlu diperhatikan. TikTok menggunakan algoritma yang mempersonalisasi konten yang muncul di beranda setiap pengguna berdasarkan interaksi sebelumnya, yang memungkinkan pesan politik dari calon presiden seperti Anies Baswedan untuk lebih mudah menjangkau audiens yang relevan. Meskipun ini memberi keuntungan dalam hal targeting audiens, algoritma tersebut juga bisa memperburuk polarisasi informasi. Pengguna lebih cenderung melihat konten yang sesuai dengan pandangan dan preferensi mereka, yang menciptakan ruang bagi filter *bubble*, di mana audiens hanya terpapar pada informasi yang memperkuat keyakinan mereka dan mengabaikan perspektif lain. Hal ini dapat berdampak pada keputusan politik pemilih, karena mereka lebih cenderung memilih calon yang pandangannya sejalan dengan mereka, tanpa mempertimbangkan kebijakan atau ideologi yang lebih luas (Dewi, R. F., & Kurniawan, 2021).

Secara keseluruhan, persepsi publik terhadap kampanye politik Anies Baswedan melalui TikTok dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kreativitas dalam menyampaikan pesan, interaksi yang terjalin antara politisi dan pemilih, serta pengaruh algoritma platform terhadap persepsi dan pengambilan keputusan politik. Meskipun TikTok memberikan peluang besar untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemilih, penting untuk mengingat bahwa substansi dan kredibilitas pesan tetap menjadi hal yang utama dalam membentuk persepsi politik publik. Oleh karena itu, kampanye politik melalui TikTok perlu dijalankan dengan hati-hati agar dapat memadukan aspek hiburan dengan informasi yang bermanfaat dan mendalam, sehingga tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memperkaya pemahaman pemilih terhadap calon yang bersangkutan (Purnama, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada **"Persepsi Publik Terhadap Kampanye Politik Anies Baswedan Melalui Akun TikTok"**. Untuk menjaga kedalaman analisis, batasan masalah dikhususkan pada persepsi responden yang merupakan pengikut (followers) akun tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di jelaskan identifikasi kan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana publik menilai konten kampanye politik Anies Baswedan di media sosial TikTok.

1.3 Pertanyaan Peneliti

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas yang menjadi pokok permasalahan dan yang akan di teliti dalam penyusunan skripsi ini yaitu :

1. Bagaimana persepsi publik terhadap konten kampanye Anies Baswedan yang di sampaikan melalui akun media TikTok.

1.4 Batasan Masalah

Agar masalah peneliti ini tidak meluas dan terfokus, maka perlu adanya pembatasan masalah sehingga akan menghasilkan analisis yang baik, batasan masalah yang diambil penulis yaitu :

1. Strategi kampanye politik di TikTok : bagaimana Anies Baswedan dan partai politik memanfaatkan platform TikTok untuk menyebarkan pesan politik, mempromosikan diri dan membangun citra yang positif.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi publik terhadap kampanye politik Anies Baswedan melalui media sosial TikTok.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Di harapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

2. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh persepsi publik terhadap kampanye politik Anies Baswedan melalui akun TikTok.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti di harapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam mempraktekkan teori-teori yang di peroleh di lingkungan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.
2. Di harapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, bahan perbandingan dan peningkatan Persepsi Publik terhadap kampanye politik melalui akun TikTok Anies Baswedan.

1.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya akan diuji secara empiris. Secara fungsional, hipotesis berperan sebagai instrumen untuk mengarahkan analisis data agar selaras dengan kerangka pemikiran yang telah disusun. Berdasarkan kerangka penelitian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: diduga persepsi publik berpengaruh negatif terhadap kampanye politik Anies Baswedan melali akun TikTok.

Ho: diduga persepsi publik berpengaruh positif terhadap kampanye politik Anies Baswedan melali akun TikTok.