

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teknik framing yang digunakan oleh akun TikTok Si Bray, Louis, dan Tribun Medan dalam mengemas isu Demo 17+8 Tuntutan Rakyat Tahun 2025, serta menganalisis perubahan sikap politik masyarakat Kota Medan setelah terpapar framing konten tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi konten TikTok dan wawancara terhadap dua belas informan yang terbagi dalam tiga kelompok, yaitu pengemudi ojek online, anak muda, dan pengunjung warung kopi. Analisis framing dilakukan menggunakan model Robert N. Entman, sementara perubahan sikap politik dianalisis menggunakan Teori Ketergantungan Media (Media Dependency Theory) dan Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga akun TikTok menggunakan gaya framing yang berbeda: Si Bray menonjolkan pendekatan emosional, Louis menonjolkan pendekatan berbasis kebijakan dan data, sedangkan Tribun Medan menonjolkan pemberitaan peristiwa di lapangan secara jurnalistik. Paparan framing tersebut terbukti memicu perubahan sikap politik pada ketiga kelompok informan, dengan pola dan intensitas yang berbeda-beda, mulai dari peningkatan kesadaran politik hingga keterlibatan dalam diskusi dan aksi nyata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok berperan sebagai ruang publik digital yang turut membentuk kesadaran dan partisipasi politik masyarakat Kota Medan, meskipun tingkat perubahan sikap yang terjadi sangat dipengaruhi oleh gaya framing kreator konten dan karakteristik sosial audiensnya.

Kata Kunci: Framing, TikTok, Sikap Politik, Demo 17+8, Media Sosial.

ABSTRACT

This study aims to analyze the framing techniques used by the TikTok accounts Si Bray, Louis, and Tribun Medan in packaging the issue of the 2025 “17+8 People’s Demands” demonstration, and to examine the changes in the political attitudes of the people of Medan City after being exposed to the framing of the content. This study employs a descriptive qualitative approach, with data collected through observation of TikTok content and interviews with twelve informants divided into three groups: online motorcycle-taxi drivers, young people, and coffee-shop visitors. The framing analysis uses Robert N. Entman’s model, while the change in political attitudes is analyzed using Media Dependency Theory and the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory. The results show that the three TikTok accounts employed different framing styles: Si Bray emphasized an emotional approach, Louis emphasized a policy- and data-based approach, while Tribun Medan emphasized journalistic reporting of events on the ground. This framing exposure was found to trigger changes in political attitudes among the three groups of informants, with varying patterns and intensities, ranging from increased political awareness to involvement in discussions and direct action. This study concludes that TikTok functions as a digital public sphere that helps shape the political awareness and participation of the people of Medan City, although the extent of attitude change is strongly influenced by the content creator’s framing style and the social characteristics of the audience.

Keywords: Framing, TikTok, Political Attitude, 17+8 Demonstration, Social Media.