

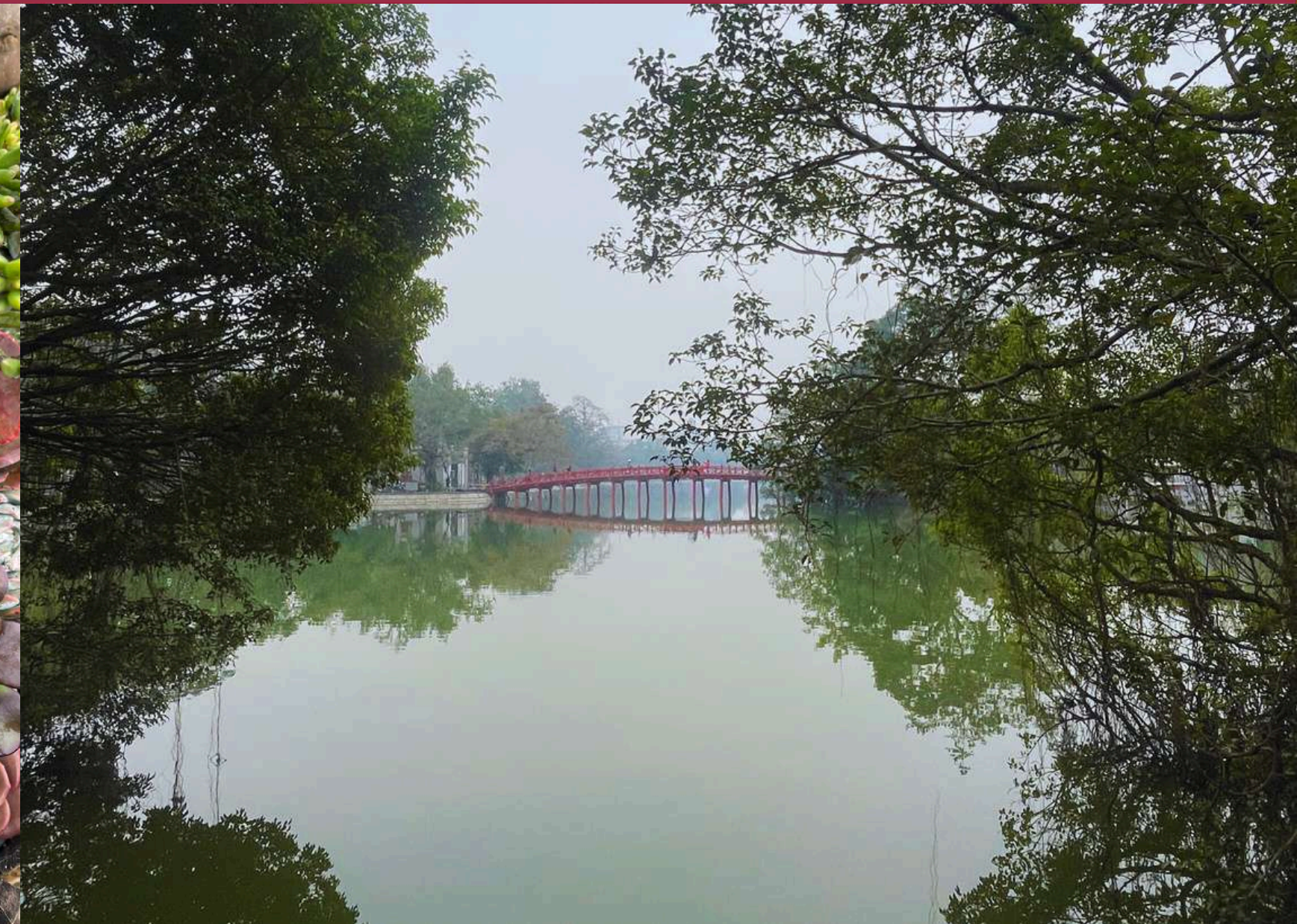
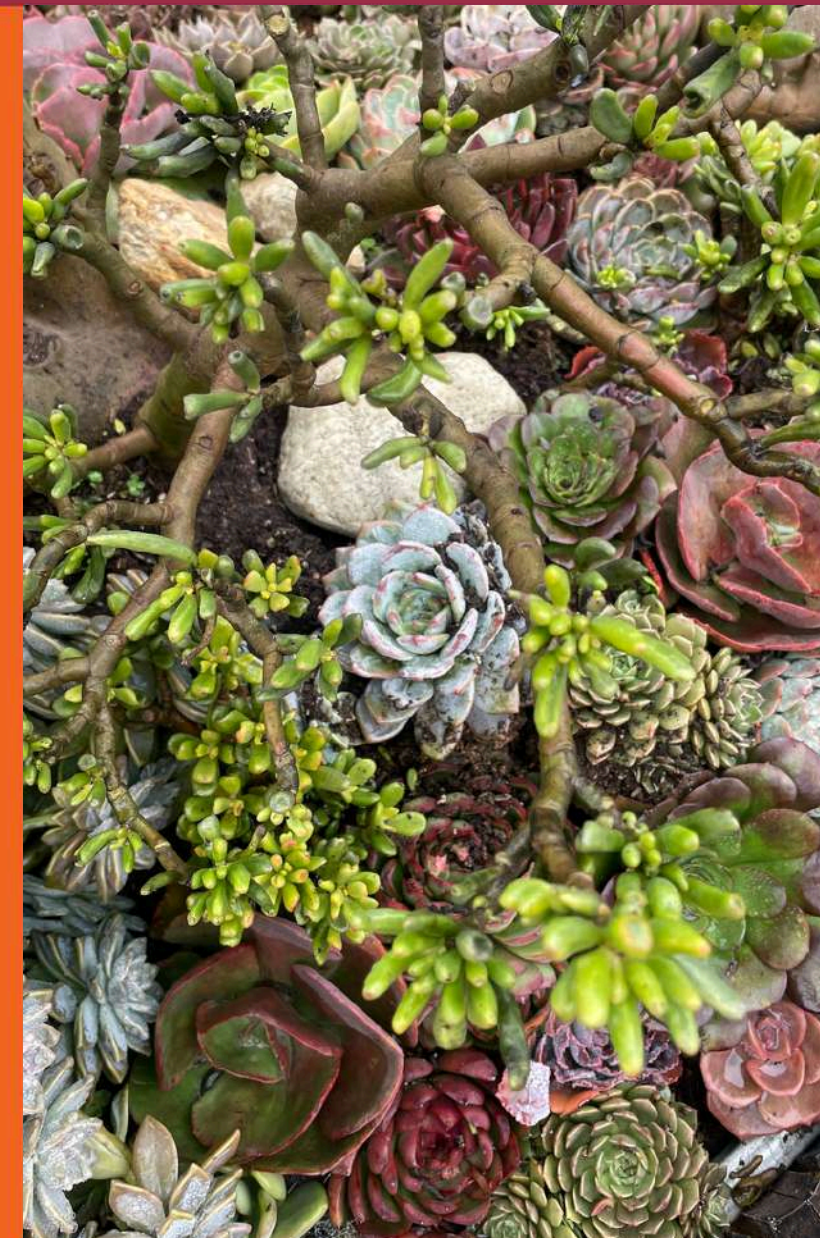
VOL. 09 NO. 01 TH. 2025

E-ISSN : 2598 - 0785

KONEKSI

VOL. 09 | NO. 01

KONEKSI



E-ISSN : 2598 - 0785



9 772598 078006



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara Jln. S. Parman No. 1 Lantai 11 Gedung Utama Jakarta Barat: 11440
Phone: 021 - 5671747 (hunting)
Fax: 021 - 56958736

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Koneksi merupakan jurnal hasil karya tulis dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Jurnal ini menjadi forum publikasi bagi hasil karya mahasiswa. Artikel yang diterbitkan masih jauh dari sempurna dan terbuka untuk saran serta kritik yang membangun.

Koneksi menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi, terutama di bidang periklanan, *marketing communication*, *public relations*, jurnalistik, media, teknologi komunikasi, simbol, komunikasi antarbudaya, komunikasi bisnis, dan lain-lain. Koneksi diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si

Dewan Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.
- Dr. Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.
- Sekartaji Anisa Putri, M.Si.
- Sofia Primalisanti Devi, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
- Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Asisten Mahasiswa Pengelola Jurnal

- Michelle Augustine
- Nathania Reinata
- Patricia Gabriella
- Fellycia Muaya

Sekretariat Administrasi

- Purwanti, S.E.
- Ady Sulistyono

Alamat Redaksi:

Jl. S. Parman No.1 Gedung Utama Lantai 11. Jakarta Barat 11440

Telepon: 021-56960586, Fax : 021-56960584

Email: koneksi@untar.ac.id

Website: <http://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi>

DAFTAR ISI

Representasi Feminisme dalam Serial Drama Lokal <i>Induk Gajah</i> (Analisis Wacana Kritis Model Sara Mills) Kezia Helen Sthevani, Suzy Azeharie.....	1-10
Komunikasi Interpersonal: Memotivasi Kinerja Pemain pada Tim Alter Ego Esports Angelia Agatha, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	11-19
<i>Personal Branding Dancer</i> Laki-laki di Media Sosial TikTok Reynald Adril Teodorus, Sisca Aulia.....	20-28
Bergelut di Dunia <i>Fanwar</i> : Komunikasi Kelompok Penggemar K-Pop EXO-L dan ARMY di Twitter Kezia Jessica, Lusya Savitri Setyo Utami.....	29-40
Komunikasi Keluarga dalam Mencegah Pergaulan Bebas Joshua Lefran Weenas, Riris Loisa.....	41-49
STAY dan Fenomena Interaksi Parasosial pada Aplikasi Bubble For JYPnation Maria Angelica Tendean, Lusya Savitri Setyo Utami.....	50-58
Perilaku Komunikasi Kelompok Penggemar ENHYPEN dalam Komunitas Virtual di Twitter Priscilla Evangeline Celine Sagala, Lusya Savitri Setyo Utami.....	59-67
Perbedaan Pandangan Antargenerasi dalam Film Pendek Ngaheot Delinda Amelia Jakaria, Nigar Pandrianto.....	68-77
Pengaruh Minat terhadap Kepuasan Khalayak (Studi pada <i>Podcast</i> PodHub di Kanal YouTube Deddy Corbuzier) Fioren Meicella, Sisca Aulia.....	78-86
Analisis Semiotika Nilai Kolektivitas Remaja dalam Anime <i>Wind Breaker</i> (Perspektif Roland Barthes) Della Ananta, Septia Winduwati.....	87-96
Persepsi Politik Generasi Z di TikTok: Analisis Teori Ekologi Media Geby Enzelica Br Ginting, Muhammad Adi Pribadi.....	97-104
Memperkuat Warisan Budaya Tionghoa melalui Media Sosial di Kalangan Generasi Muda Gio, Nigar Pandrianto.....	105-113
Gerakan Sosial Kolektif dalam Drama Pyramid Game (Studi Semiotika Roland Barthes) Grace Ekklesia Noel, Diah Ayu Candraningrum.....	114-122

Komunikasi Internal dan <i>Work-life Balance</i> di Perusahaan <i>Event Management</i> Hendrik, Lusia Savitri Setyo Utami.....	123-132
Pro dan Kontra <i>Cross Cover Dance</i> (Studi Kasus Komentar di Akun TikTok @aiueza) Honey Florence Wibowo, Farid Rusdi.....	133-140
Penyebaran Budaya Tionghoa melalui Akun Instagram @Peranakan.Story Meini Jessica, Sinta Paramita.....	141-150
Musik sebagai Penguatan Spiritual dan Emosional: Semiotika Lagu “ <i>You Raise Me Up</i> ” oleh Josh Groban Given Yudho Titaley, Riris Loisa.....	151-159
Strategi Promosi Program Radio Trijaya melalui @mnctrijayafm Jovan Raphael Wibowo, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	160-167
Representasi Sikap Pantang Menyerah (<i>Ganbaru</i>): Analisis Semiotika Saussure pada Film Haikyu!! ‘ <i>The Dumpster Battle</i> ’ Nabila Aurellia Cheryl, Septia Winduwati.....	168-176
Analisis Semiotika Ilustrasi Infografik dalam Pemaknaan Berita Bisnis.com Edisi Agustus 2024 Maria Jessica Elvira Marus, Doddy Salman.....	177-186
Fenomena Mahasiswa FOMO Kekinian dalam Studi FOMO dan Pengendalian Diri di TikTok Samantha Michelle, Gregorius Genep Sukendro.....	187-197
Pesan Kesadaran Sosial dalam Lirik Lagu Taylor Swift “Mean” Olivia Tanoto, Lusia Savitri Setyo Utami.....	198-207
Pemanfaatan Platform TikTok dalam Strategi Komunikasi Politik pada Pilkada Purwakarta 2024 (Studi pada Akun @sahabataayofficial) Shabila Aulia, Ahmad Junaidi.....	208-214
Strategi Komunikasi pada Instagram dalam Mempertahankan Eksistensi “Rumpi (No Secret)” Angel Yunisari Sirait, Gregorius Genep Sukendro.....	215-223
Representasi Kekerasan Simbolik dalam Film “It Ends with Us” (Analisis Semiotika Peirce) Cayla Shiva Angelia, Diah Ayu Candraningrum.....	224-231
Representasi Kesenjangan Sosial dalam Film Dua Hati Biru Cindy Natania Setiawan, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	232-241
Analisis Semiotika Representasi Budaya dalam Film “Agak Laen” Azzahra Putri Maulana, Sisca Aulia.....	242-251

Dinamika Proses Produksi Berita oleh Jurnalis RTV pada Penyajian Berita Lensa Indonesia Andriansyah Sofwan Jabar Asami, Haryadi Mujianto, Heri Hendrawan.....	252-261
Representasi Cantik pada Iklan Pond's Air Light Sunscreen Gel Karunia Isya Gusmiarni, Sekartaji Anisa Putri.....	262-271
Implementasi Konsep Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan pada Program Jogja Heritage Green Tour oleh Sebumi Indriani Jamino, Pupung Arifin.....	272-284

Persepsi Politik Generasi Z di TikTok: Analisis Teori Ekologi Media

Geby Enzelica Br Ginting¹, Muhammad Adi Pribadi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: geby.915210247@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: adip@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

Abstract

Generation Z uses TikTok as a space to access political information, build perceptions, and express opinions. This study aims to analyze the formation of Generation Z's political perceptions of TikTok using a qualitative descriptive approach based on media ecology theory. Data collection methods through in-depth interviews, observation, and documentation. Research shows that TikTok plays a role in shaping Generation Z's political perceptions through a personalization algorithm that presents content according to user preferences. Generation Z actively consumes political content that is creatively packaged in short videos, trending hashtags, and easy-to-understand stories. In addition, TikTok serves as a dynamic space that encourages Generation Z to actively participate in political discussions through interactive features such as duets, remixes, and comments. This process provides Generation Z with a deeper and more thoughtful understanding of political issues. This research provides new insights into TikTok's role in shaping Generation Z's political experiences, particularly in the context of interactions between users, content, and digital technologies.

Keywords: *Generation Z, politic perception, TikTok*

Abstrak

Generasi Z menggunakan TikTok sebagai ruang untuk mengakses informasi politik, membangun persepsi, dan mengekspresikan pendapat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembentukan persepsi politik Generasi Z terhadap TikTok dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berdasarkan teori ekologi media. Metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan dalam membentuk persepsi politik Generasi Z melalui algoritma personalisasi yang menyajikan konten sesuai preferensi pengguna Generasi Z aktif mengonsumsi konten politik yang dikemas secara kreatif dalam video pendek, *hashtag* yang sedang tren, dan cerita yang mudah dipahami. Selain itu, TikTok berfungsi sebagai ruang dinamis yang mendorong Generasi Z untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi politik melalui fitur interaktif seperti duet, remix, dan komentar. Proses ini memberikan Generasi Z pemahaman yang lebih dalam dan bijaksana mengenai isu-isu politik. Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai peran TikTok dalam membentuk pengalaman politik Generasi Z, khususnya dalam konteks interaksi antara pengguna, konten, dan teknologi digital.

Kata Kunci: Generasi Z, persepsi politik, TikTok

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi digital semakin pesat dan berdampak besar terhadap cara masyarakat mengakses dan berinteraksi dengan informasi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di kancah politik. TikTok merupakan *platform* digital

yang berkembang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Elizamiharti & Nelfira, 2023). Meski awalnya dikenal sebagai *platform* hiburan, TikTok kini menjadi ruang penyebaran informasi politik, pembentukan opini, dan memengaruhi persepsi politik, khususnya di kalangan Gen Z. Generasi Z adalah generasi yang tumbuh bersama teknologi digital, menjadikannya kelompok yang penting dalam konteks sosial dan politik Indonesia (Hia, 2021).

Berdasarkan sensus tahun 2020, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi penduduk Indonesia, menjadikan mereka generasi yang sangat penting untuk dijangkau dalam sosialisasi politik (Rainer Pierre, 2023). Didukung oleh algoritme yang mempersonalisasi konten berdasarkan preferensi pengguna, TikTok menyediakan cara yang mudah diakses bagi Gen Z untuk berpartisipasi dalam diskusi politik melalui konten menarik seperti video pendek, *hashtag*, dan tren kolaboratif (Zuniananta, 2021). Platform ini menawarkan kesempatan kepada pengguna untuk berbagi dan mengonsumsi konten politik dengan cara yang kreatif dan lebih pribadi.

Namun, interaksi politik di TikTok tidak selalu positif. Adanya misinformasi dan bias pada konten politik yang disebarluaskan dapat menimbulkan persepsi yang keliru di kalangan pengguna (Adnan & Mona, 2024). Konten politik biasanya di buat oleh Buzzer atau pun Kontent Kreator untuk mempertahankan dan meningkatkan popularitas, kreator konten di TikTok membangun karakter atau identitas unik yang memungkinkan mereka lebih mudah dikenali oleh audiens, yang dikenal sebagai personal branding, branding in lah yang membuat pengguna tertarik (Putri & Azeharie, 2021). Fenomena ini terlihat pada gerakan politik digital seperti #IndonesiaDarurat yang dengan cepat menyebar di media sosial seperti TikTok dan memengaruhi opini publik (Kadir, 2022). Salah satu contohnya adalah konten bertema #kawalputusanmk yang diunggah oleh akun TikTok @NajwaShihab. Hal ini memicu respon yang sangat besar dari Gen Z, banyak di antaranya mengungkapkan kekecewaan dan kemarahan mereka melalui komentar yang dibagikan di *platform* (Hia, 2021).

Perkembangan TikTok sebagai *platform* komunikasi politik memberikan dampak yang signifikan bagi partai politik dan calon pemimpin dalam menjangkau generasi muda. Dengan menggunakan *platform* ini, partai politik dapat berinteraksi lebih langsung dan personal dengan pemilih muda serta mempengaruhi preferensi politik mereka. TikTok kini menjadi salah satu saluran komunikasi politik terpenting di kalangan Gen Z, yang sering menggunakannya untuk berbagi pandangan politik dalam format visual dan emosional (Saputro, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena pembentukan persepsi politik di kalangan Gen Z di TikTok, serta bagaimana fitur *platform* dan pola interaksi memengaruhi persepsi politik pengguna muda. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana TikTok sebagai *platform* digital berfungsi sebagai wadah komunikasi politik di Indonesia dengan mempertimbangkan dinamika budaya digital yang ada.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memilih pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam pembentukan persepsi politik Gen Z terhadap TikTok. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara komprehensif pengalaman dan perspektif subjek dalam konteks alaminya. Metode adalah serangkaian langkah atau rencana untuk mencapai tujuan yang direncanakan. Metode penelitian didefinisikan sebagai serangkaian langkah sistematis yang dirancang untuk mencapai tujuan

penelitian. Menurut (Syafriada Hafni Shair, 2021) metode penelitian merupakan proses penyelidikan yang terstruktur dan kritis dengan tujuan menemukan kebenaran ilmiah. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi, yang bertujuan untuk memahami makna pengalaman hidup informan terkait fenomena tertentu, dalam hal ini TikTok sebagai media pembentukan persepsi politik Generasi Z.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Gen Z mengakses dan menafsirkan konten politik di TikTok serta bagaimana hal tersebut memengaruhi pembentukan persepsi politik mereka. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam dan observasi langsung. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pemikiran dan pengalaman informan terkait interaksi dengan konten politik di TikTok, sedangkan observasi digunakan untuk mengamati bagaimana pengguna berinteraksi dengan platform tersebut. Selain itu, data sekunder dikumpulkan melalui penelitian dokumen guna memperkaya analisis dengan perspektif tambahan (Sugiyono, 2017).

Proses analisis data dilakukan dalam tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/validasi. Pada langkah pertama, data yang diperoleh dipilih dan disederhanakan untuk fokus pada informasi yang relevan. Kemudian, data yang terpilih disajikan secara sistematis dan diambil kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Untuk memvalidasi data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber guna memastikan keakuratan dan konsistensi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Dalam penelitian ini, penulis melibatkan lima informan dari Generasi Z berusia antara 20 hingga 22 tahun yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Informan pertama, Regina, adalah mahasiswa Program Studi Hukum di Universitas Indonesia, begitu pula Lidya yang juga berasal dari program studi yang sama di Universitas tersebut. Informan berikutnya, Itba Muhammad, merupakan mahasiswa Program Studi Filsafat Universitas Indonesia. Selain itu, Three Saut Martua dan Fahrul adalah mahasiswa Program Studi Hukum di Universitas Trisakti.

Generasi Z dalam Mengakses Konten Politik di TikTok Berdasarkan Perspektif Teori Ekologi Media

Penelitian ini mendukung konsep utama dalam Teori Ekologi Media, yang menekankan bahwa media bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga memiliki peran penting dalam membentuk cara berpikir, perilaku, serta pola interaksi manusia dengan lingkungan sosial. Dalam konteks TikTok, elemen seperti algoritma personalisasi, fitur interaktif, dan penyajian visual yang kreatif menciptakan suatu ekosistem media yang memengaruhi cara Generasi Z mengakses, memahami, dan merespons informasi politik. Sebagai bagian dari ekologi media, TikTok menciptakan ruang digital yang memungkinkan Generasi Z untuk tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga peserta aktif dalam diskusi politik, baik melalui konsumsi konten maupun produksi konten. Hal ini menjadikan TikTok lebih dari sekadar platform informasi, melainkan sebagai media yang membentuk persepsi dan pengalaman politik yang unik bagi Generasi Z melalui interaktivitas dan kreativitas yang menjadi ciri khas ekosistem digital saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa Generasi Z memanfaatkan TikTok sebagai platform untuk mengakses informasi politik. Kelima informan

diketahui merupakan pengguna aktif TikTok yang mengakses aplikasi tersebut setiap hari. Selain itu, tiga dari informan secara rutin mengikuti berita dan isu politik terkini melalui TikTok, sebagaimana didukung oleh pernyataan Lidya

“Kalau menurut aku platform di Indonesia apalagi video pendek itu tuh sebenarnya selain TikTok emang udah banyak banget ya kayak ada reels, terus ada youtube shorts dan lain-lain tapi mungkin kalau misalnya bedanya tuh apa apalagi di politik karena menurut aku di sekarang apalagi Gen Z atau Gen Alpha, dan kita Gen Z lebih senang melihat sesuatu dalam bentuk video dan gambar, itu tuh perbedaannya karena yang menggunakan tuh kayaknya lebih banyak dan lebih aktif orang-orang di TikTok jadi creator atau buzzer itu menurut aku lebih banyak juga di TikTok jadi perbedaannya mungkin karena emang penggunaannya lebih banyak jadi si creator ini tuh lebih sering atau banyak yang bikin video tuh di TikTok kayak gitu sih” (Lidya)

Di platform TikTok memiliki fitur berkomentar, berbagi video dan bahkan bisa saling berbalas pesan, memberikan pandangan baru tentang isu-isu politik dalam diri informan:

“Kalo aku jadi menemukan metode-metode cara-cara baru ibaratnya yang lebih kreativitas mengenai pandangan politik gimana masyarakat bersuara ada beberapa momen kan yang masyarakat bersuaranya melalui tiktok minta bantuan ataupun apa gitu kan ataupun mengkritisi pejabat nah seperti yang saya bilang tadi beberapa mahasiswa memunculkan konten-konten politik nih untuk mengkritik para pejabatnya ya dengan video-video jedak-jeduk kayak yang saya bilang tadi kepalanya kepalanya puan maharani kan pernah itu dengan badannya badan tikus gitu seperti itu kak” (Fahrul)

Generasi Z dan TikTok: Memengaruhi Persepsi dan Mengorganisasi Pengalaman Politik

Dalam penelitian ini, kelima informan memiliki pandangan yang sejalan terkait isu-isu politik. Lidya mengungkapkan bahwa TikTok mempermudah akses terhadap informasi politik, baik yang berskala nasional maupun global. Menurutnya, cara penyajian konten politik di TikTok yang lebih santai dan menghibur berhasil menarik perhatian generasi muda terhadap isu politik. Sementara itu, Regina menyebutkan bahwa TikTok menawarkan akses yang cepat dan relevan ke informasi politik terkini. Penelitian ini juga menemukan bahwa Generasi Z lebih memilih TikTok dibandingkan media tradisional, seperti televisi atau surat kabar, sebagai sumber informasi politik. Para informan menilai konten di TikTok lebih menarik dan relevan karena menggunakan visual yang menarik, narasi singkat, dan elemen kreatif. Platform ini juga dianggap lebih responsif terhadap isu-isu viral, memberikan informasi terkini yang mudah diakses. Seperti yang disampaikan Regina, TikTok menjadi media utama bagi Generasi Z untuk memahami dan mengikuti perkembangan politik:

“Sebagai Gen Z sih senang ya, karena gen Z itu males banget ya kayak searching di google tentang isu-isu politik di luar negeri ataupun Indonesia jadi kayak lebih tertarik searching di TikTok karena semua di TikTok tuh ada isu politik luar negeri atau isu politik dalam negeri atau tentang partai-partai

di luar negeri pasti ada sih di TikTok, cara penyajian mereka juga unik karena di TikTok kan banyak sound dan fitur-fitur menarik” (Regina).

Konten kreator di TikTok memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman politik Generasi Z. Itba menjelaskan bahwa setiap kreator menyampaikan konten politik yang muncul dari keresahan yang sama, dengan pendekatan yang kreatif. Mereka menghadirkan politik dalam format yang menarik dan mudah dipahami, menggunakan video singkat, narasi yang sederhana, visual menarik, serta elemen hiburan seperti musik dan efek visual. Hal ini membuat politik lebih dekat dengan generasi muda. Kreator yang memiliki daya tarik pribadi dan konsistensi dalam berbagi konten juga berhasil membangun kepercayaan audiensnya, sehingga tidak hanya meningkatkan ketertarikan terhadap politik, tetapi juga memberikan wawasan baru mengenai isu-isu politik, baik lokal maupun global hal ini didukung oleh pernyataan

“Aku lupa namanya siapa, Viru designer konten kreator ini itu sebenarnya bukan bahas politik ya dia itu komedian tapi kadang -kadang itu ngenempet politik dan itu jujur suka tuh, kadang -kadang ngenempet politik kadang -kadang ngenempet kemana -mana aja gitu ya tipikal inilah stand up comedian. dan cukup bagus sih soalnya kan berangkat dari keresahan ya makanya kadang keresahan yang sama.” (Itba)

Alasan yang diberikan oleh kelima informan setelah melihat konten politik di TikTok menunjukkan variasi pandangan yang mengarah pada perubahan persepsi mereka yang berbeda-beda. Three, yang merupakan bagian dari generasi muda yang sering terpapar konten politik di TikTok, menegaskan bahwa ia tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang beredar.

“Ada, kak, tapi sebelum mengikuti, aku akan validasi dulu, aku tidak seperti Gen Z lainnya yang mudah terprovokasi dengan konten yang memicu kemarahan,” (Three)

Sementara itu, Itba, yang berperan sebagai koordinator demo di kampusnya, menunjukkan sikap yang lebih kritis terhadap isu politik yang sedang viral, mencerminkan keterlibatannya yang aktif dalam gerakan politik di lingkungan kampus didukung oleh pernyataan Itba

“Hmm, kebetulan aku yang mengkoordinasikan demonya . Koordinator demonya jadi kemarin BEM UI kan juga panggil seluruh ormawa di UI Karena saya salah satu dari mereka , tapi jadi beban tersendiri juga karena membawa isu politik dan teman-teman yang ikut turun kejalan, contoh kemarin Itu pas RU Pilkada kemarin sih Yang peringkatan darurat sebenarnya capek ya karena apa namanya sekelas BEM UI -nya itu yang aduh kayak yang ketuanya saat cari panggung lah dan sebagainya” (Itba)

Wawasan Politik Generasi Z terhadap Isu Global melalui TikTok

TikTok tidak hanya memainkan peran dalam membentuk pandangan politik di tingkat lokal, tetapi juga berkontribusi dalam memperluas pemahaman politik Generasi Z terhadap isu-isu global. Platform ini memberikan kesempatan bagi

generasi muda untuk mengakses informasi politik internasional dengan cara yang cepat dan interaktif, memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi berbagai perspektif tentang permasalahan politik yang terjadi di berbagai belahan dunia. Dengan penyajian konten yang menarik melalui video singkat, narasi visual, dan efek kreatif, TikTok mampu menyederhanakan isu-isu kompleks sehingga lebih mudah dipahami oleh penggunanya. Ini semakin menegaskan peran TikTok sebagai media ekologis yang mempengaruhi cara berpikir dan pandangan politik Generasi Z, serta membuka ruang diskusi tentang isu-isu global yang memiliki relevansi bagi mereka hal ini didukung oleh pernyataan

“Pandangan politik aku tentang negara lain yang aku lihat dari TikTok aku mengamati sih, contohnya nih lagi viral pemilu luar negeri dan Indonesia, dari segi Undang-undang gak jauh beda sih sebenarnya antara indonesia dengan negara lain jadi kayak tapi ada beberapa peraturan yang emang tidak berlaku di indonesia jadi kayak “oh berarti negara ini ada nih negara kita gak ada jadi kayak oke sudut pandang kita itu jadi lebih besar gitu loh tentang negara lain” (Regina)

Generasi Z menunjukkan pengalaman yang beragam dalam membentuk persepsi politik melalui *platform* TikTok. Sebagai contoh, Itba, yang menjabat sebagai koordinator demonstrasi di kampusnya, tetap menjaga sikap kritis terhadap isu-isu politik yang ia temui di media sosial. Ia memastikan untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum menyebarkannya atau mengambil tindakan lebih lanjut. Berbeda dengan Itba, Regina dan Lidya, meskipun tidak aktif dalam kegiatan demonstrasi, menyatakan ketertarikan mereka pada gerakan yang diprakarsai oleh aktivis hal ini didukung oleh pernyataan

“Menurut aku terbantu tapi ya itu sih karena kan sumbernya belum tentu kredibel atau kayak ada orang iseng atau buzzer tapi ya itu sih balik lagi karena sumbernya gak kredibel jadi ya gak boleh langsung kayak percaya - percaya aja” (Lidya)

TikTok berperan tidak hanya menyajikan informasi politik tetapi juga mendorong mereka untuk lebih memahami yang relevan dengan isu-isu politik terkini. Three dan Fahrul, sebagai pengguna aktif TikTok, menunjukkan kecenderungan untuk berperan lebih dari sekadar penerima informasi. Keduanya memilih untuk menyebarkan konten politik yang mereka anggap penting kepada teman-teman mereka sebagai bahan diskusi. Aktivitas ini mencerminkan keterlibatan Generasi Z yang lebih dalam, yaitu tidak hanya mengonsumsi informasi tetapi juga mencari pembahasan politik di lingkup sosial mereka. Melalui tindakan ini, mereka menunjukkan tanggung jawab sebagai bagian dari generasi muda yang memiliki akses luas terhadap teknologi digital hal tersebut didukung oleh pernyataan Fahrul:

“Tiktok itu dapat berperan sih sebenarnya untuk menyatukan generasi muda karena sebenarnya di Tiktok ini kita bisa melihat adanya suatu ibaratkan gerakan yang berbahaya ataupun tidaknya gitu ya karena kalau untuk persatuan menyatukan dengan orang -orang lain itu bisa sebenarnya Karena di Tiktok ini kita bisa melihat adanya suatu ibaratkan gerakan yang berbahaya ataupun tidaknya .Kita bisa melihat bahwasannya adanya video penembakan

Donald Trump Adanya video misalnya konten -konten yang di Palestina, yang di Ukraina, yang di Rusia, semua segala macam isu -isu kejahatan keperangan itu memang bisa sih menyatukan gitu kak” (Fahrul)

Peran Generasi Z dalam membentuk persepsi politik melalui media sosial seperti TikTok menjadi sangat penting dalam konteks dinamika politik saat ini. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, mereka memiliki peluang besar untuk menyebarluaskan informasi yang akurat dan membangun kesadaran politik di kalangan masyarakat hal ini didukung dengan pernyataan Three dan Itba :

“Generasi Z jangan bego aja sih jangan menelan informasi mentah -mentah tanpa ngecek kebenaran informasi itu soalnya banyak disinformasi sih di TikTok karena mereka lebih milihnya ya mending viral dulu lah daripada substansinya “(Three).

“Sebagai Generasi Z, penerus bangsa ,gimana ya bertanggung jawab lah kalau memberi, mencari, mendapatkan informasi, udah itu sih lebih ke arah situ aja kayak soalnya banyak orang yang apa ya, kurang literasi banget gitu kalau di TikTok “ (Itba)

TikTok memiliki potensi untuk membentuk persepsi politik di kalangan Generasi Z, baik secara positif maupun negatif. Sebagai generasi yang diharapkan menjadi Generasi Emas dalam perkembangan sosial dan politik, Generasi Z tidak hanya diharapkan menjadi konsumen informasi politik, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi politik. Dengan sikap kritis dan pemahaman yang mendalam, dapat memanfaatkan TikTok sebagai platform yang mendukung pembentukan persepsi politik yang baik. Namun, Generasi Z harus lebih selektif dalam memverifikasi informasi dan memastikan partisipasi tidak terbatas pada tren-tren isu-isu politik yang sedang ramai.

4. Simpulan

Generasi Z menggunakan TikTok sebagai *platform* utama untuk memahami isu-isu politik, menggantikan media tradisional seperti televisi dan surat kabar. TikTok menyediakan konten politik yang menarik, mudah diakses, dan sesuai dengan gaya hidup anak muda. Algoritma TikTok menampilkan konten yang relevan dengan minat pengguna, menjadikan platform ini tempat yang baik untuk diskusi politik. Pembuat konten juga berperan besar dalam membuat informasi politik menjadi menarik melalui video pendek dan unsur hiburan yang mudah dipahami.

TikTok telah menunjukkan potensinya sebagai media ekologi yang dapat menghubungkan generasi muda dengan isu-isu politik dengan cara yang lebih relevan dan inklusif. Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga aktif terlibat dalam diskusi dan sosialisasi isu-isu politik. Mereka cenderung lebih kritis dan bertanggung jawab dalam memilih dan mempertimbangkan informasi. TikTok telah menjadi media yang efektif untuk menghubungkan generasi muda dengan isu-isu politik dengan cara yang lebih menarik, mudah dipahami, dan inklusif.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta pihak seluruh yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Adnan, M., & Mona, N. (2024). Strategi Komunikasi Politik melalui Media Sosial oleh Calon Presiden Indonesia 2024. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 15(1), 1–20. <https://doi.org/10.14710/politika.15.1.2024.1-20>
- Elizamiharti, E., & Nelfira, N. (2023). Demokrasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Partisipasi Politik. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 2(01), 61–72. <https://doi.org/10.59653/jimat.v2i01.342>
- Hia, E. F. , & C. S. (2021). KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol. 1 No. 1*, 6–18.
- Kadir, N. (2022). Media Sosial dan Politik Partisipatif: Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum Milenial dan Gen Z. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 4(2), 180–197. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v4i2.225>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). *Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok* (Vol. 5, Issue 2).
- Rainer Pierre. (2023, August 29). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. GoodStats.
- Saputro, E. R. (2022). MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI KANDIDAT PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI KOTA MAKASSAR TAHUN 2020. *Jurnal Politik Profetik*, 10(1), 61–78. <https://doi.org/10.24252/profetik.v10i1a4>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Syafrida Hafni Shair. (2021). *Metodologi Penelitian* (Dr.Ir.Try.Koryati). KBM.
- Zuniananta, L. E. (2021). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INFORMASI DI PERPUSTAKAAN*.