



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT No. 1853/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

Peran *TikTok* dalam Mendorong
Digitalisasi Komunikasi Politik pada Kalangan Anak Muda di
Indonesia Tahun 2020-2023 (Studi Kasus: PDI-P, PSI, dan PAN)

Skripsi

Oleh

Rivana Thania Kosandra

6092001015

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT No. 1853/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

Peran *TikTok* dalam Mendorong
Digitalisasi Komunikasi Politik pada Kalangan Anak Muda di
Indonesia Tahun 2020-2023 (Studi Kasus: PDI-P, PSI, dan PAN)

Skripsi

Oleh

Rivana Thania Kosandra

6092001015

Pembimbing

Anggia Valerisha, S.IP., M.Si

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Rivana Thania Kosandra
Nomor Pokok : 6092001015
Judul : Peran *TikTok* dalam Mendorong Digitalisasi Komunikasi Politik pada Kalangan Anak Muda di Indonesia Tahun 2020-2023 (Studi Kasus: PDI-P, PSI, dan PAN)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 23 Januari 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

: 

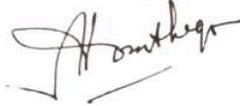
Sekretaris

Anggia Valerisha, S.IP., M.Si.

: 

Anggota

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

: 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rivana Thania Kosandra

NPM : 6092001015

Jurusan / Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Peran *TikTok* dalam Mendorong Digitalisasi
Komunikasi Politik pada Kalangan Anak Muda di
Indonesia Tahun 2020-2023 (Studi Kasus: PDI-P,
PSI, dan PAN)

Dengan ini menyatakan bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar

Bandung, 22 Desember 2023



Rivana Thania Kosandra

ABSTRAK

Nama : Rivana Thania Kosandra
Nomor Pokok : 6092001015
Judul : Peran *TikTok* dalam Mendorong Digitalisasi Komunikasi Politik pada Kalangan Anak Muda di Indonesia Tahun 2020-2023 (Studi Kasus: PDI-P, PSI, dan PAN)

Perkembangan teknologi yang pesat di abad ke-21 telah membuat banyak aspek kehidupan masyarakat berubah secara global, salah satunya dalam cara berpolitik. Hal ini terbukti dengan adanya kemunculan media sosial yang digunakan oleh aktor politik di berbagai negara termasuk Indonesia. Pada tahun 2020, *TikTok* menjadi salah satu media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia. *TikTok* juga kemudian mulai digunakan sebagai alat berpolitik di tengah keberadaannya yang dianggap sebagai media hiburan semata. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud menjawab pertanyaan “**Bagaimana peran *TikTok* dalam mendorong digitalisasi komunikasi politik terhadap partisipasi anak muda di Indonesia Tahun 2020-2023 khususnya pada partai PDI-P, PSI, dan PAN?**”. Guna menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini dianalisis dengan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara kepada pihak PDI-P, PSI, dan PAN, serta anak muda Indonesia pengguna *TikTok* yang berasal dari latar belakang yang beragam. Sementara itu, data sekunder diambil dari berita digital, buku, laporan penelitian, dan artikel jurnal. Analisis dilakukan melalui teori demokrasi, partisipasi politik, digitalisasi politik, dan konsep *New Media*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *TikTok* berperan dalam meningkatkan partisipasi politik anak muda dan menjunjung demokrasi di Indonesia. Peran tersebut dibagi dalam dua bagian, yaitu bagi partai politik dan bagi anak muda. Peran bagi partai politik diantaranya adalah untuk meningkatkan popularitas partai, memberi informasi mengenai hal yang menjadi daya tarik anak muda, serta mengubah stigma politik Indonesia yang buruk. Sementara bagi anak muda peran *TikTok* adalah untuk memperoleh informasi seputar politik dan memberi ruang lebih banyak kepada anak muda untuk berpartisipasi dalam politik. Hal ini pula yang membuktikan bahwa *TikTok* memang tak hadir hanya sebatas aplikasi hiburan melainkan sebagai aplikasi yang dapat memberikan produktivitas dan mempengaruhi demokrasi di Indonesia.

Kata kunci: *TikTok*, *New Media*, Digitalisasi Komunikasi Politik, Anak Muda, Demokrasi

ABSTRACT

Nama : Rivana Thania Kosandra
Nomor Pokok : 6092001015
Judul : *The Role of TikTok in Driving the Digitalization of Political Communication among Youth in Indonesia 2020 - 2023 (Case Study: PDI-P, PSI, and PAN)*

The technological developments in the 21st century have caused many aspects of societal life globally, including the political aspect. It is proven by the emergence of social media platforms utilized by political actors in many countries, including Indonesia. In 2020, TikTok became one of the most popular social media platforms among the Indonesian people. TikTok, also began to be utilized for political purposes despite being primarily viewed only as an entertainment platform. Therefore, this research aims to answer the question, “How does the role of TikTok in promoting the digitalization of political communication and youth participation in Indonesia from 2020 to 2023, especially within the PDI-P, PSI, and PAN parties?” To address this question, the research uses qualitative methods and utilizes primary and secondary data collection techniques. Primary data is obtained through interviews with representatives from the PDI-P, PSI, and PAN parties, as well as Indonesian youth TikTok users from diverse backgrounds. Meanwhile, secondary data is collected from digital news, books, reports, and journal articles. The analysis is conducted through the lenses of theories of democracy, political participation, political digitization, and the concept of New Media. The findings of this research show that TikTok has various roles in increasing political participation among youth people and supporting democracy in Indonesia. This role can be divided into two parts: for political parties and for youth people. For political parties, TikTok serves to enhance party popularity, provide information on topics that attract the youth, and change the negative political stigma in Indonesia. Meanwhile, for youth, TikTok's role is to acquire political information and create more space for youth participation in politics. This also proves that TikTok is not merely an entertainment application but rather a platform that contributes to productivity and impacts democracy in Indonesia.

Keywords: TikTok, New Media, the Digitization of Political Communication, Youth People, Democracy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Esa karena berkat kasih karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*Peran TikTok dalam Mendorong Digitalisasi Komunikasi Politik pada Kalangan Anak Muda di Indonesia Tahun 2020-2023 (Studi Kasus: PDI-P, PSI, dan PAN)*" dengan baik. Adapun penelitian ini dibuat untuk memenuhi syarat demi menempuh gelar sarjana dalam program studi Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan berkaitan dengan hal tersebut, Penulis sangat terbuka untuk setiap kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan penelitian ini kedepannya. Penulis juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi Penulis maupun para pembaca. Terima kasih, salam sejahtera dan Tuhan memberkati.

Bandung, 22 Desember 2023



Rivana Thania Kosandra

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini dapat selesai dengan baik atas dukungan semangat, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, Penulis ingin menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih yang besar terhadap dukungan-dukungan tersebut, diantaranya:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kasih, kekuatan, dan tuntunan yang sempurna hingga skripsi ini dapat selesai
2. Orang Tua, yang sudah memberikan doa dan semangat tiada henti
3. Ibu Anggia Valerisha, S.IP., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, dan tenaga untuk Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
4. Kakak dan adik terkasih, William, Cintya, Andreas, Sharence, Nazla, Michelle, dan seluruh keluarga besar yang sudah mendukung dan menyemangati
5. Gabriel yang selalu ada sejak awal, memberikan semangat dan doa terbaik dari awal penyusunan skripsi ini sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Rekan-rekan pelayanan di gereja yang telah hadir dalam memberikan doa terbaik, kekuatan, dan semangat
7. Teman-teman seperjuangan Program Studi Hubungan Internasional angkatan 2020 di Universitas Katolik Parahyangan yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu baik di dalam maupun di luar kampus.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR SINGKATAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.2.1. Deskripsi Masalah.....	7
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	10
1.2.3. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	13
1.4. Kajian Literatur.....	13

1.5. Kerangka Pemikiran.....	17
1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.6.1. Metode Penelitian.....	22
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.7. Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II DEMOKRASI DI INDONESIA DAN KEBERADAAN TIKTOK....	26
2.1. Demokrasi di Indonesia.....	26
2.1.1. Perkembangan Kampanye Partai Politik di Indonesia.....	26
2.1.2. Partisipasi Politik Anak Muda di Indonesia.....	32
2.1.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Politik Anak Muda di Indonesia.....	36
2.2. Perkembangan TikTok sebagai New Media.....	39
2.2.1. Kemunculan TikTok sebagai New Media.....	39
2.2.2. Penggunaan TikTok Sebagai Alat Berpolitik di Indonesia 2020 - 2023.....	41
BAB III PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI PENDORONG PARTISIPASI POLITIK DI INDONESIA PADA TAHUN 2020-2023.....	46
3.1 TikTok dan Kegiatan Partai Politik di Indonesia.....	47
3.1.1. TikTok dan Kegiatan Partai Politik PDI-P.....	47
3.1.2. TikTok dan Kegiatan Partai Politik PSI.....	49
3.1.3. TikTok dan Kegiatan Partai Politik PAN.....	51

3.2. Respons Kaum Muda terhadap keberadaan TikTok sebagai Alat Berpolitik secara Digital.....	54
3.3. Tanggapan Pemerintah Indonesia terhadap Keberadaan TikTok tahun 2020 - 2023.....	59
3.3.1. Tanggapan pemerintah Indonesia terhadap keberadaan TikTok tahun 2020.....	59
3.3.2. Tanggapan pemerintah Indonesia terhadap keberadaan TikTok tahun 2021.....	62
3.3.3. Tanggapan pemerintah Indonesia terhadap keberadaan TikTok tahun 2022.....	63
3.3.4. Tanggapan pemerintah Indonesia terhadap keberadaan TikTok tahun 2023.....	66
3.4. Analisis Peran TikTok sebagai Pendorong Digitalisasi Komunikasi Politik di Indonesia pada Kalangan Anak Muda Tahun 2020-2023 dengan Studi Kasus PDI-P, PSI, dan PAN.....	68
3.4.1. Peran TikTok untuk Meningkatkan Popularitas Partai Politik.....	68
3.4.2. Peran TikTok untuk Memberikan Informasi Terhadap Partai Politik Mengenai Hal yang diminati Oleh Anak Muda.....	70
3.4.3. Peran TikTok untuk Mengubah Stigma Politik Indonesia.....	72
3.4.4. Peran TikTok dalam Memudahkan Anak Muda Memperoleh Informasi Seputar Politik.....	74

3.4.5. Peran TikTok dalam Memberi Ruang Bagi Anak Muda untuk Berpartisipasi.....	76
3.5. Analisis Keterkaitan TikTok sebagai New Media yang mendorong Digitalisasi Komunikasi, Partisipasi Politik Anak Muda, dan Berimplikasi pada Demokrasi di Indonesia.....	77
BAB IV.....	80
KESIMPULAN.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Akun Partai Politik Pengguna TikTok, Jumlah Pengikut, Penyuka, dan unggahan nya 25 Oktober 2023.....	42
Tabel 3.1. Hasil Wawancara Mengenai Sumber yang Paling Sering digunakan Untuk Mendapatkan Informasi Seputar Politik	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Alur Kerangka Teori	21
Gambar 2.1. Grafik Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Golongan Usia (Februari 2022)	33
Gambar 2.2. Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Lembaga di Indonesia	35
Gambar 2.3. Piramida Aktivitas Partisipasi Politik	37
Gambar 3.1. Konten <i>TikTok</i> Pidato Ketua Umum PDI-P	48
Gambar 3.2. Konten <i>TikTok</i> Ketua Umum PSI tentang Politik Santuy.....	50
Gambar 3.3. Konten <i>TikTok Jingle</i> PAN, PAN, PAN.....	52
Gambar 3.4. Grafik Alasan Anak Muda Enggan untuk Berpolitik	57
Gambar 3.5. Tingkat Pentingnya <i>TikTok</i> Secara Menyeluruh dari Skala 1-10	58
Gambar 3.6. Grafik Permohonan Pemerintah untuk Menghapus atau Melarang Konten atau Akun <i>TikTok</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara.....	95
Lampiran 2. Hasil Wawancara 1.....	97
Lampiran 3. Hasil Wawancara 2.....	102
Lampiran 4. Hasil Wawancara 3.....	105
Lampiran 5. Hasil Wawancara 4.....	118
Lampiran 6. Hasil Wawancara 5.....	125
Lampiran 7. Hasil Wawancara 6.....	133
Lampiran 8. Hasil Wawancara 7.....	140
Lampiran 9. Hasil Wawancara 8.....	147
Lampiran 10. Hasil Wawancara 9.....	152
Lampiran 11. Hasil Wawancara 10.....	156

DAFTAR SINGKATAN

BSSN	: Badan Siber dan Sandi Negara
CEO	: <i>Chief Executive Officer</i>
CSIS	: <i>Centre for Strategic and International Studies</i>
DKPP	: Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
DPW	: Dewan Pimpinan Wilayah
Kemenkominfo	: Kementerian Komunikasi dan Informatika
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
Mendag	: Menteri Perdagangan
Menko	: Menteri Negara Koordinator
Menkop	: Menteri Koperasi
MPR	: Majelis Permusyawaratan Daerah
PAN	: Partai Amanat Nasional
PAN-RB	: Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi
PDI-P	: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
PSE	: Penyelenggara Sistem Elektronik
PSI	: Partai Solidaritas Indonesia
Satgasus	: Satuan Tugas Khusus
TNI	: Tentara Nasional Indonesia
UKM	: Usaha Kecil Mandiri
UMKM	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
UMR	: Upah Minimum Regional

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks hubungan internasional, dikenal istilah globalisasi yang mengacu pada proses semakin meningkatnya konektivitas dalam lingkup global. Salah satu aspek utama dari adanya globalisasi dapat dilihat dari adanya persebaran barang dan jasa yang secara ekonomi menjadi lebih cepat dan luas. Namun, globalisasi sendiri tidak hanya dibatasi pada aspek ekonomi saja, melainkan juga adanya pergeseran yang terjadi pada bidang lainnya seperti sosial, budaya, bahkan politik. Perubahan ini terjadi melampaui lintas batas negara dan tentunya ditopang oleh keberadaan teknologi.

Melihat pada perkembangannya, teknologi memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung dan mempercepat globalisasi. Kemajuan teknologi, salah satunya teknologi informasi dan komunikasi, telah mengubah cara penyebaran informasi, ide, dan gagasan, yang ada di seluruh dunia. Dalam kacamata politik, teknologi juga telah memunculkan bentuk-bentuk partisipasi politik baru, seperti kampanye politik yang beralih ke ranah digital dan memberikan peluang bagi calon pemimpin atau partai untuk melakukan interaksi langsung serta memperoleh dukungan dari masyarakat. Hal ini berkaitan erat dengan adanya konsep demokrasi.

Penggunaan teknologi sebagai alat berpolitik pertama dilakukan di Amerika Serikat oleh Presiden Bill Clinton yang pada saat itu bersaing dengan

George H.W. Bush di tahun 1992 melalui kemunculan internet.¹ Dalam kampanye yang dilakukannya, Clinton menggunakan internet untuk mengunggah secara daring transkrip pidato, promosi, proposal, informasi biografi miliknya.² Hasilnya, Clinton berhasil memenangkan pemilihan presiden saat itu dan membentuk suatu pandangan baru mengenai penggunaan internet untuk berkampanye meski tidak melalui bukti secara langsung.³ Hal itu pun berlanjut dengan adanya penggunaan situs web resmi yang dibuat khusus untuk kampanye presiden pada tahun 1996 oleh Bill Clinton dan Robert Dole. Sejak saat itu, dalam dua dekade, penggunaan internet sebagai sarana berpolitik terbukti meningkat secara signifikan dari 23% pengguna menjadi 61%.⁴

Tidak hanya terjadi di Amerika Serikat, perkembangan dalam penggunaan teknologi pada aspek politik pun terjadi di negara lainnya. Salah satu buktinya dapat dilihat dari Pemilu Lok Sabha tahun 2004 di India, yang mana partai politik dan kandidat menggunakan situs web resmi bernama *IndiaVotes*, untuk melakukan kampanye terhadap para pemilih dan penyebaran informasi seputar pemilihan partai.⁵ Selain di India, perkembangan digitalisasi politik juga terjadi di Inggris pada tahun 2005 di mana tiga partai yaitu Partai Buruh, Konservatif, dan Liberal Demokrat menggunakan *e-mail* dan web-log sebagai alat kampanye.⁶ Dengan

¹ Phillip Barr, "The Impact of the World Wide Web on 21st Century Elections in the U.S.," *History | Senior Theses* 1 (May 2020):7, <https://doi.org/10.33015/dominican.edu/2020.hist.st.01>.

² Ibid

³ Ibid

⁴ Ibid, 10

⁵ Apurva Chaudhary, "IndiaVotes Integrates Election Data on Maps," *MediaNama*, June 27, 2013, <https://www.medianama.com/2013/06/223-indiavotes-integrates-election-data-on-maps/>.

⁶ James Stanyer, "Political Parties, the Internet and the 2005 General Election: From Web Presence to E-Campaigning?," *Journal of Marketing Management* 21, no. 9 (November 2005): 1049–65, <https://doi.org/10.1362/026725705775194094>.

demikian, terbukti bahwa sejatinya penggunaan teknologi sebagai alat berpolitik merupakan fenomena yang terjadi secara global.

Pergeseran komunikasi politik dari bentuk tradisional ke dalam bentuk modern merupakan salah satu bukti dari adanya perkembangan *Old Media* ke *New Media*. Berdasarkan pendapat seorang ahli bernama Chris Garrett, istilah *New Media* merupakan seperangkat alat, situs, atau bahkan perangkat lunak yang dapat menghubungkan dan memberikan informasi kepada orang lain.⁷ Hal ini yang membedakannya dengan *Old Media* yang dipahami sebagai media tradisional yang memiliki tingkat interaktivitas yang lebih rendah. Rendahnya tingkat interaktivitas tersebut disebabkan karena penyebaran dari sumber informasi memerlukan suatu saluran distribusi fisik seperti penjual surat kabar atau stasiun radio. Beberapa contoh dari *Old Media* di antaranya adalah surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Seiring dengan berjalannya waktu, teknologi untuk melakukan komunikasi politik yang dikenal erat dengan istilah *New Media* terus mengalami kemajuan. Apabila sebelumnya komunikasi politik yang terhubung lewat adanya internet hanya terbatas pada web atau *e-mail* saja, saat ini hal tersebut dapat dilakukan melalui berbagai *platform* media sosial modern. Melihat dari Amerika Serikat, pada tahun 2008 Presiden Barack Obama telah membuktikan bahwa penggunaan media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *MySpace* berkontribusi terhadap kesuksesan kampanye yang dilakukan.⁸ Dalam contoh lain, di Korea Selatan kandidat presiden Park Guen-hye dan Moon Jae-in pada tahun 2012 terbukti

⁷Chris Garrett, "Social Media Marketing Roundup," Chris Garrett, 30 Agustus 2007, diakses pada 14 Maret 2023, <https://www.chrisg.com/social-media-marketing-roundup/>.hriss Garret.

⁸ Leon Andretti Abdillah, "SOCIAL MEDIA as POLITICAL PARTY CAMPAIGN in INDONESIA," *Jurnal Ilmiah Matrik* 16, no. 1 (April 1, 2014): 2.

berhasil dalam menggunakan media sosial KakaoTalk untuk menyebarkan citra nya, mengumpulkan dukungan, serta melakukan komunikasi langsung dengan masyarakat.⁹ Hal serupa pun terjadi di Indonesia pada masa pemilu 2019, di mana digitalisasi komunikasi politik dilakukan oleh kandidat presiden dan wakil presiden Joko Widodo-K.H Ma'aruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno.¹⁰ Kampanye tersebut dilakukan dengan penyebaran visi, misi, program, pencapaian, serta tagar kampanye #JokowiuntukPresiden dan #2019gantiPresiden yang disebarakan melalui platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook.¹¹ Strategi kampanye ini pun terbukti meningkatkan partisipasi pemilih dari 69,58% pada tahun 2014, menjadi 81,97 persen pada tahun 2019.¹²

Melalui apa yang terjadi secara global, dapat dilihat bahwa keberadaan media sosial telah memberikan dampak terhadap demokrasi di seluruh dunia. Media sosial telah menjadi platform baru yang memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi aktif dalam proses politik dan mengeluarkan pendapat mereka. Hal ini sesuai dengan prinsip demokrasi sendiri yang menekankan pada partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan politik. Dengan adanya demokrasi melalui media sosial, rakyat dapat bebas dalam mengekspresikan pendapat serta memilih pemimpin atau entitas politik tertentu, seperti apa yang

⁹ Hoon Lee, "Social Media in the South Korean Presidential Election: An Interview with Hoon Lee," Association for Asian Studies, 2013, <https://www.asianstudies.org/publications/aaa/archives/social-media-in-the-south-korean-presidential-election-an-interview-with-hoon-lee/>.

¹⁰Sellita, "Media Sosial Dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia," *Jurnal Lemhannas RI* 10, no. 3 (2022): 155, <https://doi.org/10.55960/jlri.v10i3.293>.

¹¹Ibid, 155

¹² Ibid, 156

dikatakan oleh Abraham Lincoln, Presiden Amerika Serikat ke-16, bahwa demokrasi merupakan pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.¹³

Salah satu media sosial yang menjadi tren di dunia pada rentang tahun 2020-2023 adalah *TikTok*. Hal ini dibuktikan dengan laporan *Hootsuite*, bahwa di tahun 2022, *TikTok* telah menempati urutan ke dua hampir menyusul *Instagram*.¹⁴ Ada pula laporan dalam *App Figures* pada bulan Agustus 2023 yang menyatakan bahwa *TikTok* menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh.¹⁵ Aplikasi ini telah meraup pengguna dengan total 54 juta unduhan yang juga berarti mengalahkan *Instagram* yang telah mempertahankan posisi pertama sejak akhir tahun 2022.¹⁶ Penggunaan media sosial ini terbilang sederhana dan mudah sehingga dapat dikategorikan sebagai aplikasi yang ramah pengguna. Aplikasi ini telah berhasil mempengaruhi masyarakat untuk menjadi pengguna aktifnya berdasarkan kegunaan untuk membuat video pendek yang pada awalnya hanya bisa sepanjang lima belas detik dan kemudian terus berkembang hingga memunculkan beragam fitur lainnya seperti penambahan musik dan filter pada aplikasi tersebut. Daya tarik aplikasi ini telah membuat banyak generasi muda khususnya yang termasuk dalam kategori Gen Z menjadi peminat utama dari aplikasi ini.¹⁷

¹³ Harpreet Singh Grover, "...of the People, by the People, for the People," *Journal of Indian Society of Periodontology* 24, no. 3 (2020): 190, https://doi.org/10.4103/jisp.jisp_149_20.

¹⁴ Stacey McLachlan, "50+ Important TikTok Stats Marketers Need to Know in 2023," *Hootsuite Social Media Management*, April 13, 2023, <https://blog.hootsuite.com/tiktok-stats/>.

¹⁵ Novina Putri Bestari, "Instagram-Facebook Minggir, Ini Aplikasi Nomor Satu Dunia," *CNBC Indonesia*, September 19, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230919153726-37-473766/instagram-facebook-minggir-in-i-aplikasi-nomor-satu-dunia>.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Elisa Kusumawardhani and Deasy Silvya Sari, "Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India Dan Indonesia," *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 1 (31 Januari 2021): 22, <https://doi.org/10.24198/padjar.v3i1.27758>.

Melihat dari perkembangannya, penyebaran *TikTok* secara internasional terbilang cukup pesat dan luas sejak tahun 2017 atau tepat satu tahun setelah aplikasi ini rilis di negara asalnya, Tiongkok. Saat ini, *TikTok* telah berhasil masuk ke pasar besar dunia seperti Amerika Serikat dan juga berhasil menguasai pasar di Asia Tenggara, seperti Indonesia. Berawal dari keberadaan *Musical.ly* dari Amerika Serikat dan *Bytedance* dari Tiongkok yang merupakan aplikasi penggabungan lagu yang berkembang menjadi aplikasi *TikTok*. Menurut survei yang dilakukan oleh *Business of Apps* melonjaknya popularitas aplikasi ini terbukti dengan 693 juta kali pengunduhan aplikasi ini yang dilakukan oleh masyarakat di seluruh dunia pada tahun 2019. Hal ini pun terus mengalami peningkatan dibuktikan dengan angka pengunduhan yang melonjak hingga 850 juta kali pada tahun berikutnya. Penyebarannya yang luas dan cepat membuat *TikTok* dipercaya dapat menjadi kompetitor yang sepadan untuk bersaing dengan media sosial populer pendahulunya seperti *Facebook*.¹⁸

Dalam aspek politik, *TikTok* terbukti hadir dalam mendorong komunikasi politik secara digital di berbagai belahan dunia. Salah satu buktinya dapat kita lihat dari negara Spanyol yang memiliki partai politik bernama Podemos. Partai ini menggunakan aplikasi *TikTok* untuk melakukan upaya komunikasi politiknya dan berhasil menarik pengikut sebesar 191.400 pengguna dan memiliki jumlah *likes* sebesar 3.1 juta.¹⁹ Tak hanya terjadi di Benua Eropa, pemanfaatan *TikTok* oleh partai politik pun telah terjadi di Benua Asia, termasuk Indonesia.

¹⁸ Mansoor Iqbal, "TikTok Revenue and Usage Statistics (2021)," *Business of Apps*, 9 Januari 2023, diakses pada 14 Maret 2023, <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>.

¹⁹ Cervi, L., Tejedor, S. & Marín Lladó, C., "TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos," *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol. 26 (2021): 267-287, <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5817>

Berdasarkan data yang didapat dari aplikasi *TikTok* pada 20 September 2023, terdapat 17 dari 18 Partai yang lolos verifikasi pemilu 2024, yang telah bergabung ke dalam *TikTok*. Setiap akun tersebut berisikan berbagai macam bentuk kampanye dan kegiatan yang dilakukan partai dengan dukungan fitur seperti latar musik, tagar, *like*, kolom komentar, dan lain sebagainya.

Kekuatan aplikasi *TikTok* dalam sistem algoritma miliknya yang luar biasa telah menjadikan *TikTok* sebagai sebuah aplikasi yang memberikan peluang bagi proses percepatan digitalisasi yang ada. Berdasarkan pada perkembangan *TikTok* yang pesat dan kecenderungannya digunakan oleh masyarakat Indonesia, maka Peneliti tertarik untuk mencari tahu secara lebih mendalam mengenai penyebaran dan pengaruh aplikasi ini dalam mendorong partisipasi politik khususnya pada kalangan anak muda di Indonesia.

1.2. Identifikasi Masalah

1.2.1. Deskripsi Masalah

Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, tak dapat dipungkiri bahwa pada era digital saat ini, tak hanya batas negara saja yang menjadi semakin samar, melainkan batas berkomunikasi, berpolitik, berekonomi, dan berbudaya pun mengalami hal serupa. Perubahan sistem yang konvensional menuju sistem yang modern ini tentu tidak dapat dihindari oleh setiap negara termasuk dalam hal berpolitik. Berdasarkan pada hal itu, proses digitalisasi menjadi faktor yang begitu penting bagi sebuah negara.

Seperti halnya negara-negara di dunia, bagi Indonesia, digitalisasi politik juga merupakan hal yang begitu diupayakan. Hal itu didasari pada nilai demokrasi

yang dianut oleh Indonesia yang pada dasarnya memperjuangkan hak-hak kesetaraan, kebebasan, dan partisipasi, di mana nilai-nilai tersebut dapat terimplementasi pada teknologi digital yang ada, salah satu bentuknya adalah dalam media sosial. Selain itu, para pelaku politik yang ada pada dasarnya membutuhkan pendukung atau masyarakat pemilih yang terjangkau luas dan kehadiran media sosial merupakan salah satu bentuk solusinya. Sebagai perantara komunikasi politik, media sosial mampu mewadahi beragam pendapat yang datang dari masyarakat.

Kaum muda merupakan aset yang penting bagi sebuah negara karena dapat memegang kendali atas nasib atau masa depan negara. Kekacauan akan berpotensi terjadi apabila kaum mudanya tidak dioptimalkan partisipasinya. Dalam hal ini, media memegang peranan yang penting untuk meningkatkan partisipasi kaum muda. Menurut survey yang dilakukan dalam jurnal *Society* tentang “Media Sosial dan Digitalisasi Partisipasi Politik pada Generasi Muda: Perspektif Indonesia”, terhadap para pengikut berita yang berorientasi politik di media sosial, sebesar 57,5% responden menyatakan secara teratur mengikuti berita dari media sosial. Lebih jelasnya lagi, dari keseluruhan responden, usia yang tergolong muda (18-27 tahun), berkontribusi sebanyak persentase 84,5%. Hal tersebut telah membuktikan bahwa media sosial berhasil menjangkau kaum muda dalam berpolitik.²⁰ Data dari CSIS (*Centre for Strategic and International Studies*) pun membuktikan hasil yang serupa, di mana informasi politik khususnya yang diterima anak muda,

²⁰ Muhammad Saud et al., “Media Sosial Dan Digitalisasi Partisipasi Politik Pada Generasi Muda: Perspektif Indonesia,” *Society* 8, no. 1 (2020): 93–94, <https://doi.org/10.33019/society.v8i1.160>.

menempati posisi tertinggi dengan angka 59% dibandingkan dengan media lainnya seperti televisi, surat kabar, radio.²¹

Salah satu media sosial yang memiliki pamor utama pada kalangan anak muda dalam berpolitik adalah *TikTok*. Melalui aplikasi *TikTok*, dapat dilihat bahwa sejumlah partai politik telah menjadikan *TikTok* sebagai salah satu perantara penyampaian informasinya dengan mengikuti tren-tren yang dimiliki anak muda. Partai yang menggunakan *TikTok* sebagai sarana berpolitik di antaranya Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dan Partai Amanat Nasional (PAN) yang menempati posisi lima partai teratas dalam jumlah pengikut di aplikasi *TikTok* dengan masing-masing 1.200.000, 181.900, dan 104.500 jumlah pengikut dan tiga partai teratas dalam jumlah penyuka dengan masing-masing berjumlah 17.100.000, 4.800.000, dan 4.100.000 penyuka berdasarkan data yang diambil pada tanggal 25 Oktober 2023.

Walaupun pada awalnya *TikTok* merupakan media sosial yang dianggap sebagai sarana hiburan saja, namun, pada kenyataannya, *TikTok* telah terbukti dapat dimanfaatkan untuk mendukung banyak produktivitas di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya anak muda. Hal ini didukung dengan pernyataan, CEO *TikTok*, Shou Zi Chew, pada sesi wawancaranya dalam *Mata Najwa* tanggal 21 Juni 2023, bahwasannya *TikTok* tidak hanya berbicara mengenai konten menari dan menyanyi, melainkan sebuah *platform* yang membuat puluhan anak Indonesia terkoneksi, merasa didengar, dan juga mendapatkan perhatian. Dalam hal ini, *TikTok* juga terbukti hadir sebagai bentuk jalan keluar yang tepat

²¹ Centre for Strategic and International Studies, "Pemilih Muda Dan Pemilu 2024: Dinamika Dan Preferensi Sosial Politik Pascapandemi," September 2022, https://s3-csis-web.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/doc/Final_Rilis_Survei_CSIS_26_September_2022.pdf?download=1.

untuk mendorong digitalisasi politik berkaitan dengan kecepatannya menjangkau masyarakat luas khususnya anak muda. Namun demikian, kredibilitas dari adanya *TikTok* sebagai alat komunikasi dalam berpolitik masih menjadi polemik yang ada di antara masyarakat maupun pemerintah. Oleh karena itu, masalah dalam penelitian ini berfokus pada keberadaan *TikTok* sebagai aplikasi yang mendorong digitalisasi komunikasi politik dan partisipasi politik kaum muda di Indonesia, namun diiringi dengan pertentangan-pertentangan negatif terhadap keberadaan aplikasi ini.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Dalam sebuah penelitian, diperlukan suatu pembatasan masalah yang bermanfaat untuk mencegah terjadinya perluasan masalah. Permasalahan yang terlalu luas dapat mengakibatkan penelitian tersebut menjadi tidak fokus dan tujuan penelitian tersebut tidak tercapai secara efektif. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan dalam melakukan pembatasan masalah. Dalam penelitian kali ini beberapa batasan masalah dibuat berdasarkan pada empat indikator yaitu media sosial, isu, aktor, negara, dan waktu.

Media sosial yang dikaji dalam penelitian ini adalah *TikTok* yang menjadi salah satu media paling populer yang ada di masa kini dan banyak dipakai oleh generasi muda khususnya dalam berpolitik. Pemilihan sosial media juga didasari pada survei yang dilakukan oleh CSIS, yang mana hasil survey membuktikan bahwa mayoritas masyarakat yang berusia 17-39 lebih memilih berpartisipasi dalam politik dengan cara menyampaikan pendapat lewat media sosial. ²²

²² Centre for Strategic and International Studies, "Pemilih Muda Dan Pemilu 2024: Dinamika Dan Preferensi Sosial Politik Pascapandemi," September 2022,

dibandingkan dengan kegiatan politik lain seperti memberikan donasi untuk kegiatan partai atau menyampaikan pendapat secara langsung kepada pejabat publik. Tahun *TikTok* dijadikan sebagai media sosial yang diteliti karena pengaruhnya yang luas baik dari aspek sosial, ekonomi, politik, maupun budaya. Selain itu, pemilihan *TikTok* juga didasari pada perdebatan kemunculan aplikasi yang dianggap sebagai ancaman namun di sisi lain memberikan banyak manfaat.

Isu yang diambil dalam penelitian ini berfokus pada peran *TikTok* dalam hal mendorong proses digitalisasi komunikasi politik dalam hal melakukan kampanye partai politik khususnya di Indonesia. Sementara itu, aktor yang terlibat dalam penelitian ini adalah aktor non-negara, yang mana didalamnya dapat mencakup individu, khususnya generasi muda dan para pelaku politik. Hal ini pula yang mengerucutkan objek penelitian yang mendukung proses pengambilan data yang bersumber dari beberapa aktor-aktor tersebut. Partai Politik yang menjadi sumber dalam penelitian ini adalah PDI-P, PSI, dan PAN, Pemilihan ketiga partai tersebut, didasari pada pertimbangan bahwa ketiga partai politik tersebut telah terverifikasi atau memenuhi syarat untuk mengikuti Pemilu 2024, telah menduduki lima posisi teratas dengan pengikut terbanyak di aplikasi *TikTok*, dan menduduki peringkat tiga besar sebagai partai dengan penyuka terbanyak dan aktif di *TikTok* berdasarkan data yang diperoleh pada 25 Oktober 2023. Pada dasarnya terdapat partai Gerindra yang memiliki posisi lebih tinggi jumlah penyukanya dibandingkan dengan PSI, dan PAN, namun partai tersebut dinyatakan tidak aktif berdasarkan unggahan terakhirnya selama satu tahun terakhir. Selain itu, terdapat perolehan informasi yang dilakukan terhadap masyarakat muda Indonesia

https://s3-csis-web.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/doc/Final_Rilis_Survei_CSIS_26_September_2022.pdf?download=1.

pengguna *TikTok* yang masuk dalam kategori Gen Z dan Milenial dimulai dari usia 17-39 tahun. Rentang usia tersebut didasari pada batas minimal usia memilih dalam Pemilu yang tertera dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2023 Pasal 19 Ayat (3) k yaitu paling rendah 17 (tujuh belas) dan juga kategorisasi dewasa muda yang adalah usia 21-30 tahun.²³ Terakhir, pembatasan akan dilakukan berdasarkan rentang waktunya yaitu sepanjang tahun 2020 hingga Oktober 2023.

1.2.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah yang diawali dengan keberadaan media sosial yang dianggap sebagai alat untuk memberikan pengaruh pada berbagai aspek kehidupan termasuk politik. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil sebuah pertanyaan penelitian yaitu, **“Bagaimana peran *TikTok* dalam mendorong digitalisasi komunikasi politik terhadap partisipasi anak muda di Indonesia Tahun 2020-2023 khususnya pada partai PDI-P, PSI, dan PAN?”**

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana masuknya *TikTok* sebagai produk perusahaan transnasional hingga dapat mempengaruhi dinamika politik di Indonesia. Dalam penelitian ini, peran berbagai aktor

²³ Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2023 Tentang Penyusunan Daftar Pemilih Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Sistem Informasi Data Pemilih

non-negara hubungan internasional menjadi sorotan penting. Selain itu, penelitian ini juga melihat bagaimana hasil dari dorongan proses digitalisasi politik yang dilakukan melalui kehadiran aplikasi *TikTok* itu sendiri termasuk pada konsekuensi positif dan negatif yang akan muncul.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Mengingat Indonesia akan memasuki Pemilu pada tahun 2024, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses pra maupun pasca pemilu, terutama dalam hal menyikapi segala praktik kampanye yang dilakukan oleh aktor politik dalam media sosial *TikTok*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian lainnya yang akan ada di masa mendatang terutama yang berkaitan dengan pentingnya digitalisasi politik di Indonesia dalam era digital saat ini. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perdebatan akademis yang muncul berkaitan dengan keberadaan media sosial itu sendiri.

1.4. Kajian Literatur

Terdapat beberapa literatur dari sejumlah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dapat mendukung penelitian ini. Tulisan tersebut terbagi menjadi penelitian yang mendukung eksistensi penyebaran *TikTok* di dunia dan yang lebih melihat dari sisi ancaman *cyber* yang dihasilkan. Pertama, argumentasi bahwa saat ini kondisi politik telah memasuki era digitalisasi informasi dapat ditemukan melalui laporan penelitian **“Transformasi Strategi Diplomasi di Era**

Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia".²⁴ Dalam laporan tersebut dikatakan bahwa aktor dalam politik saat ini tak hanya mewujudkan kepentingan nasional melalui cara tradisional melainkan juga melalui kegiatan yang berbasis teknologi.²⁵ Hal ini juga mendukung adanya *TikTok* yang digunakan sebagai alat berpolitik aktor politik di Indonesia.²⁶

Terdapat juga pendapat dari p artikel jurnal **Kusumawardhani dan Silvy Sari** yang memiliki judul **"Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India, dan Indonesia"**. Dalam artikel ini, dijelaskan mengenai latar belakang *TikTok* dan bagaimana *TikTok* berhasil menarik konsumen karena kapabilitasnya untuk bersaing dengan pasar domestik. Dukungan akan *TikTok* terbukti dari keberadaan masyarakat negara AS, India, dan Jepang yang sejatinya berada di sisi Pro *TikTok*.²⁷

Artikel jurnal yang juga mendukung keberadaan *TikTok* sebagai media komunikasi politik adalah karya **Tejedor & Lladó** berjudul **"TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos"** yang menjelaskan mengenai penelitian media sosial *TikTok* sebagai sarana untuk melakukan komunikasi politik sebuah partai di Spanyol. Literatur ini menunjukkan upaya sebuah partai di Spanyol bernama Podemos yang menggunakan fitur-fitur kreatif *TikTok* untuk melakukan pengaruh politiknya. Hal

²⁴Sapta Dwikardana et al., "Transformasi Strategi Diplomasi Di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital Di Indonesia," December 2017, https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/4719/lpdsc189_Sapta%20Dwikardana_Transformasi%20strategi%20diplomasi-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

²⁵ Ibid

²⁶ Ibid

²⁷ Elisa Kusumawardhani and Deasy Silvy Sari, "Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India Dan Indonesia," *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 1 (January 31, 2021): 22, <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.27758>.

tersebut kemudian terbukti berhasil dengan sejumlah pengikut dan penyuka yang didapatinya.²⁸

Seperti apa yang telah dinyatakan oleh karya Tejedor & Llado, artikel jurnal karya **Herdaru Purnomo** berjudul **“TikTok Sebagai Instrumen Media Sosial Baru dalam Komunikasi Politik”**, setuju bahwa penggunaan aplikasi *TikTok* yang maksimal dan benar dapat meningkatkan kaum muda untuk berekspresi terhadap aspirasi politik mereka, khususnya di wilayah Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Pengaruh politik yang ditujukan lebih kepada kaum muda didasari oleh popularitas aplikasi ini yang disebabkan oleh Generasi Z dan Milenial. Hal tersebut juga terbukti berdasarkan fakta pada tahun 2020, banyak pengguna *TikTok* usia remaja yang juga merupakan penggemar K-Pop mengklaim bahwa mereka turut terlibat dalam gagalnya Kampanye Donald Trump di BOK Center, Tulsa. Literatur ini juga menyatakan bahwa pada aktivitas politik dengan skala kecil, TikTok telah terbukti dapat menjadi “batu loncatan”.²⁹

Selain tiga artikel jurnal sebelumnya terdapat artikel jurnal berjudul **“TikTok Politics: Tit for Tat on the India-China Cyberspace Frontier”** yang ditulis oleh **Megha Mishra**, yang berbicara mengenai pelarangan *TikTok* oleh India merupakan hasil dari adanya perdebatan mengenai peran media sosial, kebebasan dalam mengemukakan pendapat, keamanan dunia maya, serta munculnya disinformasi. Dikatakan terdapat dua ciri khas dalam perdebatan ini, yaitu masalah yang berpusat pada pertempuran militer dua kekuatan besar serta

²⁸ L, Cervi, Tejedor, S. & Marín Lladó, C., “TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos,” *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26 (2021): 267-287, <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5817>

²⁹ Herdaru Purnomo, Mandra Adi Gunawan, Dinda Firda Anggraini, “TikTok SEBAGAI INSTRUMEN MEDIA SOSIAL BARU DALAM KOMUNIKASI POLITIK,” *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 7 No. 10 (2022): 15696-15700, <https://www.jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/9855/5830>

konten-konten hiburan yang terbilang melanggar moral India. Ada penemuan juga bahwa pelarangan tersebut merupakan salah satu alat kampanye propaganda guna memberikan legitimasi dan meningkatkan minat masyarakat untuk upaya militer India.³⁰

Selain tulisan yang mendukung keberadaan *TikTok* sebagai bentuk digitalisasi yang memberikan dampak positif, terdapat tulisan yang juga tetap melihat *TikTok* sebagai sebuah ancaman. Berdasarkan **CRS Report** dengan topik “**TikTok: Technology Overview and Issues**”, *TikTok* merupakan aplikasi yang memiliki banyak kontra terkait dengan keberadaannya. Aplikasi milik Cina ini dipercaya memiliki resiko keamanan yang serius. Hal tersebut didasarkan pada perusahaan *TikTok* yang berada di bawah otoritas China’s Cybersecurity Law. Selain itu, dikatakan pula bahwa *TikTok* dipercaya meningkatkan tensi³¹ perdagangan di antara Cina dan Amerika Serikat. *CRS Report* menjelaskan kebijakan pemblokiran *TikTok* melalui konsep tekno-nasionalisme yang mengacu pada penolakan atau keengganan suatu negara untuk mengimpor teknologi milik negara lain, serta mengekspor, atau bahkan mengizinkan negara lain untuk memperoleh manfaat dari teknologi canggih miliknya.³²

Melalui literatur yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa dari sekian penelitian yang telah ada, terdapat dua kubu penelitian yaitu sisi pro terhadap penggunaan *TikTok* sebagai media sosial yang mendorong adanya proses digitalisasi dan juga pihak kontra yang tidak setuju dengan adanya digitalisasi

³⁰ Megha Mishra, “TikTok Politics: Tit for Tat on the India-China Cyberspace Frontier,” *International Journal of Communication* 16 (2022): 814 – 839

³¹ Herbert McClosky, “Political Participation,” in *International Encyclopedia of the Social Sciences* (New York: The Macmillan Company, 1972).

³² CRS Report, *TikTok: Technology Overview and Issues*, (New York: Congressional Research Service, 2020).

melalui *TikTok*. Beberapa hal yang belum terdapat pada penelitian yang telah ada di antaranya adalah, objek penelitian yang berfokus pada negara Indonesia, pengaitan spesifik *TikTok* dengan dampaknya terhadap perkembangan digitalisasi politik, dan penelitian mengenai motivasi media berita politik kontemporer masuk ke dalam media sosial untuk meningkatkan pengaruhnya dalam melakukan penyebarluasan pengaruh berbagai partai politik pada masyarakat. Hal-hal tersebut lah yang kemudian dimasukkan dalam penelitian ini. Selain itu, terdapat beberapa hal utama yang menjadi kebaruaran dalam penelitian ini. Pertama, fokus utama wilayahnya yang dibatasi dalam negara Indonesia dengan aktor-aktornya adalah masyarakat muda pengguna *TikTok*, partai politik, dan media massa dengan khusus menggunakan teknik analisis kualitatif.

1.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alat yang dipakai untuk melakukan analisis pada variabel penelitian yang ada. Kerangka pemikiran ini akan sangat penting dan menentukan jalannya setiap argumentasi yang ada dalam penelitian. Dalam penelitian kali ini teori utama yang digunakan adalah Demokrasi. Demokrasi sendiri berasal dari kata “demos” yang berarti rakyat dan “kratos” yang berarti memerintah atau mengatur. Oleh karena itu, demokrasi bisa dipahami sebagai pemerintahan yang erat kaitannya dengan keikutsertaan rakyat. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Presiden Amerika Serikat Abraham Lincoln, bahwa pada dasarnya, demokrasi merupakan pemerintahan yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.

Seperti yang dikatakan sebelumnya, teori demokrasi sangat menyoroti pentingnya partisipasi politik dalam proses pengambilan suatu keputusan atau dengan kata lain demokrasi dapat dikatakan dijunjung tinggi apabila ada partisipasi politik yang tinggi dalam suatu negara. Berbicara mengenai partisipasi politik, konsep ini merupakan suatu cara di mana warga negara dapat berkontribusi dalam menentukan arah kebijakan suatu pemerintahan. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Huntington dan Nelson, bahwa partisipasi politik mengacu pada aktivitas yang dilakukan warga negara selaku pribadi yang dapat mempengaruhi para pembuat keputusan oleh pemerintah.³³ Partisipasi politik mencakup beberapa hak diantaranya, hak untuk memilih, berpartisipasi dalam pemilihan umum, dan terlibat dalam sejumlah aktivitas politik.

Selain itu Huntington dan Nelson, terdapat juga pengertian partisipasi politik menurut seorang tokoh bernama Herbert McClosky. McClosky menyatakan bahwa partisipasi politik sejatinya mengacu pada kegiatan yang sifatnya sukarela dan dilakukan oleh pemerintah yang kontribusinya berpengaruh pada pemilihan penguasa baik secara langsung, maupun tidak langsung. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa partisipasi politik sendiri mengacu pada kontribusi masyarakat baik itu langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi pemerintahan negara.

Namun, seiring dengan perkembangan zaman, partisipasi politik akan berjalan dengan optimal apabila diiringi oleh pemanfaatan kemajuan teknologi. Partisipasi politik yang didorong oleh kemajuan teknologi dapat dikatakan sebagai proses digitalisasi politik. Pada dasarnya, digitalisasi memiliki definisi yang

³³ Samuel P. Huntington and Joan M. Nelson, *No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries* (London, England: Harvard University Press, 1976), 4.

beragam, namun setiap definisi tersebut mengarah pada hal yang serupa. Menurut Breenan dan Kries, digitalisasi sendiri mengacu pada serangkaian perubahan yang merekonstruksi kehidupan sosial dan politik. Dalam hal ini, proses tersebut berbicara mengenai komunikasi dan juga media digital. Pada sisi lain, sejumlah ahli menyatakan bahwa pada dasarnya digitalisasi adalah kekuatan yang unik dan tidak dapat dihindari di dalam dunia kontemporer. Terlepas dari banyaknya definisi yang ada, digitalisasi sendiri telah terbukti memiliki dampak besar terhadap ilmu politik maupun kehidupan bernegara.³⁴

Menurut Brynjolfsson dan MacAfee, dalam ilmu politik, terdapat banyak hal yang diubah oleh adanya digitalisasi, di antaranya, volume, kecepatan, dan juga variasi data. Hal ini sejalan dengan argumentasi Brady yang mana, saat ini ahli politik dapat melakukan pengamatan dan juga analisis yang berasal dari aktor politik secara lebih mudah. Hal-hal yang dapat dimanfaatkan diantaranya internet, catatan administrasi, teks politik, teknologi penginderaan jauh, dan *New Media*. Menurut Eivan dan Levin, apabila pada awalnya, cakupan penelitian hanya terbatas dalam skala kecil, sekarang cakupan penelitian dapat dilakukan dalam populasi yang hampir universal.³⁵

Dalam dunia politik bernegara, digitalisasi memberikan manfaat yang signifikan untuk menjadi sarana baru bagi pemimpin untuk melakukan pemantauan terhadap pemilih. Hal ini pun memunculkan pengertian dari digitalisasi komunikasi politik, yang mana menurut menurut buku *The Digital*

³⁴ Marianne Kneuer and Helen V. Milner, "The Digital Revolution and Its Impact for Political Science ," in *Political Science and Digitalization - Global Perspective* (Verlag Barbara Budrich, 2019), 8, https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctvm7bc05.3.pdf?refreqid=excelsior%3A648d7fbd43741d55f4a8640aa5606b15&ab_segments=&origin=&initiator=

³⁵ Ibid.

Revolution and Its Impact for Political Science karya Kneur dan Milner digitalisasi politik sendiri dinyatakan sebagai suatu proses yang tidak bisa dihindari oleh negara-negara di dunia.³⁶ Fitur yang diberikan dalam berbagai *platform* digital telah memberikan kemudahan bagi pemimpin untuk dapat memberikan layanan dan juga respon yang cepat sebagai bentuk komunikasi yang tepat terhadap isu-isu terkini seperti bencana alam atau ancaman lainnya.³⁷

Digitalisasi politik sendiri efektif jika didukung oleh keberadaan *New Media*. *New Media* sendiri merupakan sebuah konsep yang berasal dari seorang filsuf Kanada, McLuhan. McLuhan berpendapat bahwa *New Media* telah menciptakan sebuah akselerasi perubahan dari cara yang lama menuju ke cara baru.³⁸ Dalam *New media*, terdapat 3 (tiga) elemen yang penting di dalamnya, yaitu komunikasi, konvergensi, dan konten. Maksud dari elemen komunikasi adalah di mana *New media* telah memberikan platform untuk bentuk komunikasi yang lebih dinamis dan aktif. Sementara itu, maksud dari konvergensi adalah *New Media* melibatkan pencampuran berbagai aspek seperti pemanfaatan teknologi, pengembangan *Old media*, dan penciptaan pengalaman dalam menggunakan media yang terintegrasi. Sedangkan, maksud dari elemen konten melingkupi produksi maupun konsumsi beragam bentuk kreativitas yang terus berkembang dalam lingkungan digital.

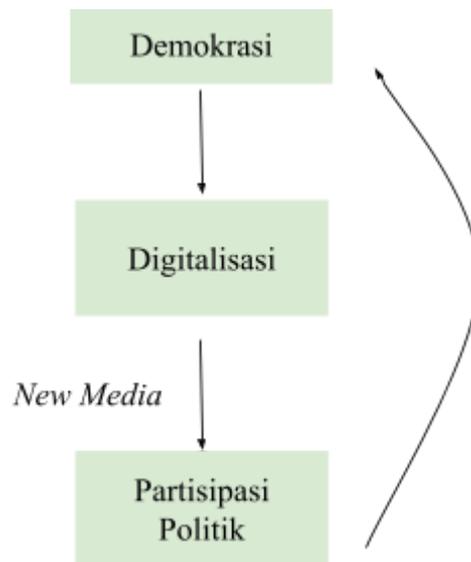
³⁶ Marianne Kneur and Helen V. Milner, "The Digital Revolution and Its Impact for Political Science," in *Political Science and Digitalization - Global Perspective* (Verlag Barbara Budrich, 2019), 8, https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctvm7bc05.3.pdf?refreqid=excelsior%3A648d7fbd43741d55f4a8640aa5606b15&ab_segments=&origin=&initiator=.

³⁷ Ibid.

³⁸ Marshall McLuhan, *Understanding Media the Extensions of Man*, 3rd ed. (1964; repr., California: GINGKO PRESS, 2013). 176

Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh McLuhan, menurut Chris Garrett, istilah *New Media* dapat diberikan terhadap seperangkat alat, situs, atau perangkat lunak yang memberikan konektivitas dan juga memudahkan penyebaran informasi dengan pihak lain.³⁹ Hal ini juga berarti membebaskan individu dalam memilih ataupun memperoleh informasi. Seiring pula dengan pendapat Paul Hodkinson yang menyatakan bahwa *New Media* telah memberikan banyak pilihan terhadap masyarakat untuk memilih jalur budaya mereka sendiri dari beragam konten yang disediakan.⁴⁰ Hal ini tentu akan mempengaruhi bermacam keputusan yang dibuat oleh lembaga tertentu dan juga memberikan tekanan yang lebih besar dalam hal berkompetisi antar media agar tetap dapat terhubung dengan audiens.

Gambar 1.1 Alur Kerangka Teori



Mengacu pada sejumlah konsep yang ada, dapat dipahami bahwa demokrasi menjadi payung tertinggi dari kerangka pemikiran yang ada. Melalui Gambar 1.1 dapat dipahami bahwa demokrasi yang efektif dapat terjadi apabila

³⁹ Chris Garrett, “Social Media Marketing Roundup,” Chris Garrett, 30 Agustus 2007, diakses pada 14 Maret 2023, <https://www.chrisg.com/social-media-marketing-roundup/>.hriss Garret.

⁴⁰ Paul Hodkinson, *Media, Culture and Society*, 2nd ed. (SAGE, 2016), 205.

ada partisipasi politik dari warga negara. Partisipasi politik ini dapat berjalan maksimal pada era globalisasi ketika didorong oleh adanya proses digitalisasi politik. Digitalisasi politik ini muncul ketika ada peranan *new media* di dalamnya. Sehingga hasil akhir dari efektivitas penggunaan *new media* dalam proses digitalisasi adalah meningkatnya partisipasi politik yang menjunjung tinggi demokrasi.

1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1. Metode Penelitian

Penelitian mengenai Peran media sosial TikTok dalam mendorong proses digitalisasi komunikasi politik di Indonesia pada kalangan anak muda tahun 2020-2023 dengan studi kasus PDI-P, PSI, dan PAN, menggunakan teknik metode penelitian kualitatif studi kasus. Metode penelitian kualitatif adalah proses untuk mengerti isu sosial dan politik melalui narasi. Menurut, W. Lawrence Neuman pendekatan kualitatif dapat dimengerti sebagai metode yang dikonstruksi berdasarkan pada fenomena yang terjadi secara sosial serta difokuskan pada proses dan kejadian yang interaktif.⁴¹ Begitu pula dengan penelitian kali ini yang berisi penjelasan naratif melalui sejumlah informasi yang didapatkan dari sumber-sumber yang ada seputar fenomena munculnya *TikTok* sebagai pendorong digitalisasi politik di Indonesia.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder baik yang berbentuk data kualitatif maupun kuantitatif. Data primer

⁴¹ W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*, 7th ed. (Harlow, Essex: Pearson, 2014), 17.

didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan kader partai politik PDI-P, PSI, dan PAN sebagai partai politik pengguna *TikTok* untuk ditanyakan mengenai kontribusi dan pengaruh aplikasi *TikTok* terhadap kampanye politik yang dilakukan oleh ketiganya. Kemudian, wawancara dilakukan kepada masyarakat pengguna *TikTok* khususnya kaum muda berusia 17 hingga 39 tahun dengan pertimbangan usia minimal sesuai dengan apa yang tertera pada Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2023 Pasal 19 Ayat (3) k yaitu paling rendah 17 (tujuh belas) dan rentang usia maksimal berdasarkan kategorisasi dewasa muda yang adalah usia 21-30 tahun.⁴² Narasumber generasi muda yang diwawancarai juga berasal dari latar belakang pekerjaan yang berbeda agar bisa lebih merepresentasikan anak muda Indonesia dari berbagai kalangan. Wawancara tersebut dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh *TikTok* dalam kegiatan berpolitik yang diantaranya memperoleh informasi atau dinamika politik di Indonesia. Terdapat juga pertanyaan mengenai skala pentingnya *TikTok* yang diukur dengan rentang 1-10 berdasarkan skala *bipolar adjective*. Skala *bipolar adjective* ini sendiri digunakan untuk mengukur tingkat suatu atau karakter tertentu dengan memberikan penilaian antara dua kutub ekstrem, di mana 1 mewakili kutub yang paling rendah dan 10 mewakili kutub yang paling tinggi agar menghindari jawaban di tengah.⁴³ Sementara itu, sumber data sekunder diambil dari buku, jurnal, atau laporan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *TikTok* terhadap digitalisasi politik di Indonesia.

⁴² Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2023 Tentang Penyusunan Daftar Pemilih Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Sistem Informasi Data Pemilih

⁴³ Ferdinand Augusty, *Structural Equation Model Dalam Penelitian Manajemen*, (Semarang: Penerbit UNDIP, 2006)

1.7. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari empat bab yang dapat dilihat dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I pada penelitian ini berisi Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah yang kemudian terbagi lagi ke dalam deskripsi masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah, dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan ditutup dengan sistematika penulisan.

Bab II akan memaparkan mengenai keberadaan demokrasi di Indonesia yang kemudian dilanjutkan dengan keberadaan TikTok di Indonesia yang juga menjadi sarana berdemokrasi bagi masyarakat Indonesia. Dalam bab ini terdapat pembahasan mengenai demokrasi khususnya dalam perkembangan kampanye partai politik di Indonesia, partisipasi politik anak muda, serta faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi politik anak muda. Sementara itu, yang dibahas mengenai keberadaan *TikTok* adalah berupa awal kemunculannya hingga penggunaan *TikTok* sebagai alat berpolitik dalam rentang waktu 2020 - 2023.

Bab III berbicara secara lebih spesifik mengenai bagaimana kehadiran *TikTok* mempengaruhi proses digitalisasi politik di Indonesia khususnya pada tiga partai politik yaitu PDI-P, PSI, dan PAN pada tahun 2020-2023 dengan analisis menggunakan kerangka pemikiran yang telah ditetapkan. Dalam bagian ini dipaparkan mengenai hasil wawancara yang ditujukan kepada partai politik dan generasi muda pengguna *TikTok*. Pada bagian ini terdapat pula penjelasan

mengenai respon pemerintah terhadap *TikTok* pada tahun 2020 - 2023. Kemudian Bab ini ditutup dengan analisis secara menyeluruh tentang peran *TikTok* dalam mendorong digitalisasi komunikasi politik di Indonesia pada kalangan anak Muda dengan studi kasus pada partai PDI-P, PSI, dan PAN.

Bab IV berisikan kesimpulan dari keseluruhan substansi pada bab sebelumnya.