

Analisis peran Media Sosial “TikTok” di Era Digital menuju Pesta Politik di Tahun 2024 studi kasus calon Presiden Ganjar Pranowo

Oleh :

Noval Pradika Kurniawan¹

Qoni’ah Nur Wijayani, S.Ikom., M.Ikom²

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Universitas Trunojoyo Madura

Alamat : JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162)

Korespondensi penulis : novalpk1945@gmail.com

Abstract. *Indonesia is a democratic country, therefore politics in Indonesia is increasingly heated every time before the election or election of a new leader or president. There are many ways that political parties do to win the proposed candidates, one of which is by using social media to campaign. In the digital era, using social media is one of the campaign strategies that makes sense and is free and allows a big impact on voters' decisions. TikTok is one of the social media used by politicians to create a good image or often known as Branding, not separated from that presidential candidates in the digital era now also use social media "TikTok" as a tool or media for campaigning. Social media "TikTok" is a free platform and has a lot of users, therefore the question arises whether the role of social media in the digital era towards political parties in 2024. With a case study of social media "TikTok" presidential candidate Ganjar Pranowo, this research uses a qualitative approach with observation techniques and to examine the magnitude and extent of the role of social media "TikTok" for Ganjar Pranowo towards a political party in 2024.*

Keywords : *Social media, TikTok, Politics, campaign, Ganjar Pranowo*

Abstrak. Indonesia merupakan Negara demokrasi maka dari itu politik di Indonesia kian memanas tiap menjelang pemilu atau pemilihan sosok pemimpin atau presiden yang baru. Banyak cara yang dilakukan partai politik untuk memenangkan calon yang diajukan, salah satunya dengan menggunakan media sosial untuk berkampanye. Di era digital menggunakan media sosial merupakan salah satu strategi kampanye yang masuk akal dan gratis serta memungkinkan berdampak besar terhadap keputusan para pemilih. TikTok merupakan salah satu dari media sosial yang digunakan para politikus untuk menciptakan citra yang bagus atau yang kerap diketahui sebagai Branding, tidak lepas dari itu para calon presiden di era digital sekarang juga menggunakan media sosial “TikTok” sebagai alat atau media untuk berkampanye. Media sosial “TikTok” merupakan Platform yang bebas dan memiliki banyak sekali pengguna maka dari itu timbul lah pertanyaan apakah peran media sosial di era digital menuju pestapolitik di tahun 2024. Dengan studi kasus media sosial “TikTok” calon presiden Ganjar Pranowo penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi serta untuk mengkaji tentang sebesar dan sejauh mana peran media sosial “TikTok” bagi Ganjar Pranowo menuju pesta politik di tahun 2024.

Kata kunci : Media sosial, TikTok, Politik, kampanye, Ganjar Pranowo

LATAR BELAKANG

Pada era digital, Dunia sudah banyak mengalami perkembangan dan perubahan, perkembangan ini melingkupi semua bidang bahkan di dunia politik. Era digital sudah hal yang lumrah bagi kita semua, perubahan era ini adalah perkembangan di seluruh dunia dan berdampak besar kepada ekosistem kehidupan di dunia dan berskala besar. Para peneliti dan ilmuwan memahami banyak sekali perubahan perubahan seperti percetakan 3D, *Big Data*, Robot, Media sosial, Rekayasa genetika, dan *Artificial Intelligence* (AI). Di era digital mudah sekali dalam menyampaikan suatu pesan secara global dan ini menjadi salah satu strategi dalam marketing di dunia politik. Perusahaan teknologi dan startup mulai mengembangkan aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) dalam berbagai sektor, termasuk *e-commerce*, keuangan, perawatan, kesehatan dan *logistic* (Anggraeni & Maulani, 2023). Salah satu berkembang di era digital yaitu media sosial yang merupakan

ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL “TIKTOK” DI ERA DIGITAL MENUJU PESTA POLITIK DI TAHUN 2024 STUDI KASUS CALON PRESIDEN GANJAR PRANOWO

media yang memberikan *development of network, convergence*, dan *interactivity* tentunya dengan adanya media yang menawarkan hal-hal itu dapat lebih menarik perhatian para pengguna. Media sosial atau yang sering dikenal jejaring sosial ini adalah sebuah bukti perkembangan dan kemajuan dunia. Media sosial yang bermuatan interaktif yang tinggi dapat mempermudah orang-orang untuk berpartisipasi maka dari itu media sosial merupakan media yang paling bergengsi dan memiliki tingkat pengaruh yang besar. Dengan segala aspek yang diberikan oleh media baru yaitu media sosial akan memiliki banyak pengguna dan telah terbukti sehingga tercipta masyarakat di dunia maya atau yang sering dikenal sebagai “Netizen”.

Era digital yang menyediakan perkembangan dan perubahan teknologi yang juga berdampak di sektor politik, tentunya Negara Indonesia sebagai Negara yang menerapkan demokrasi akan berpolitik di dalamnya. Hal ini sangat berpengaruh dari tata cara dan jalannya politik di Indonesia yang membawa kemajuan berpolitik. Banyak para tokoh politik menggunakan media sosial dalam melakukan marketing yang bertujuan kampanye untuk menciptakan citra atau yang kerap dikenal dengan Branding. Politik di Indonesia bisa dibilang dapat menciptakan banyak sensasi dan kehebohan masyarakat, salah satu kegiatan politik yang dapat memicu sensasi yaitu pemilihan presiden yang dilakukan setiap 5 tahun sekali yang kerap dikenal pesta politik, bahkan pernah terekam sejarah pemilihan presiden pada tahun 2019 dapat memecah masyarakat Indonesia di media sosial menjadi 2 kubu (cebong dan kampret). Pesta politik yang akan terjadi di tahun 2024 merupakan salah satu ajang yang penting dan kontroversial bagi rakyat Indonesia, beriringan menuju pesta politik 2024 maka akan banyak strategi yang dijalankan partai-partai atau bahkan calon presiden itu akan mengadakan kampanye dengan memanfaatkan media sosial, sesuai latar belakang diatas maka perkembangan berpolitik tidak akan lepas dari berkembangnya dunia, tentunya di era digital ini banyak sekali cara atau strategi baru untuk berpolitik salah satunya dengan menggunakan Platform yang bebas dan luas sudah disediakan di era digital yaitu media sosial. Salah satu calon presiden di tahun 2024 yaitu Ganjar Pranowo sudah menerapkan strategi untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berkampanye. calon presiden 2024 nanti sudah melakukan kampanyenya melalui media sosial “TikTok”.

Kampanye Ganjar Pranowo di media sosial “TikTok” bisa lebih disebut untuk membangun citra akan tetapi keduanya memiliki tujuan akhir yang sama yaitu untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih. Peran media sosial “TikTok” disini sangatlah berdampak besar kepada citra atau Brand dari Ganjar Pranowo sebagai calon presiden tahun 2024. Pada tanggal 09 bulan oktober tahun 2023 Ganjar Pranowo datang ke Tasikmalaya dan Cirebon untuk menemui warga setempat dan mendatangi pondok-pondok pesantren serta bertemu dengan kiai-kiai untuk mendapatkan restu, hal itu merupakan kegiatan kampanye dan di unggah melalui media sosial Instagram dan Tiktok.

Media sosial menjadi salah satu strategi berkampanye paling efektif untuk para calon presiden. Para aktor politik makin percaya betapa pentingnya “media gratisan” untuk mengusung tujuan politis mereka (Levy, 1989 seperti dikutip oleh McNair, 2011). Harus diakui bahwa banyak poliisi menggunakan jaringan sosial daring sebagai saluran resmi yang dipakai untuk berkomunikasi dengan publik dan kontituennya sambil mempertahankan relasistrategis dengan jaringan di kalangan para politisi (Jackson & Lileker, 2011 seperti dikutip Arnaboldi, et. Al., 2017). Melalui pelibatan politik di media sosial, masyarakat juga belajar tentang isu politik yang berpengaruh terhadap kehidupan mereka (Halpern, et. al., 2017). Maka dengan adanya media sosial para pengguna bisa diajak untuk berpartisipasi dalam politik. Bahkan ketika jaringan di media sosial itu bertambah, maka makin besarlah kemungkinan mereka untuk berinteraksi dengan informasi baru karena keaktifan mereka secara politis yang juga berkembang (Huckfeldt, Mendez, & Ozborn, 2004 seperti dikutip oleh Halpern, et.al., 2017).

Ada 2 bahkan lebih media sosial yang digunakan Ganjar pranowo untuk meningkatkan citranya, Ganjar Pranowo sebagai politisi pasti memikirkan banyak strategi untuk mendapatkan pendukungnya di pesta politik 2024, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu alternatif yang memiliki tingkat keberhasilan tinggi di era digital ini. peneleti memfokuskan peneletian pada media sosial “TikTok” Ganjar Pranowo dalam meningkatkan citranya menuju pesta politik 2024.

TikTok merupakan media sosial yang bisa menarik banyak perhatian dan populer di Indonesia terutama generasi muda di Indonesia. Pengguna media sosial “TikTok” di

ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL “TIKTOK” DI ERA DIGITAL MENUJU PESTA POLITIK DI TAHUN 2024 STUDI KASUS CALON PRESIDEN GANJAR PRANOWO

Indonesia sudah mencapai 113 juta pengguna, as of april 2023, *the United States was the country with the largest TikTok audience by far, with approximately 122 million users engaging with the popular social video platform. Indonesia followed, with around 113 million TikTok users* (statista, 2023). Media sosial “TikTok” menjadi platform kampanye yang menjanjikan bagi tokoh politik terkhususnya Ganjar Pranowo yang menjadi calon presiden 2024. Terdapat 204,8 juta pemilih di tahun 2024 yang terdata oleh KPU lebih tepatnya 204.807.222 pemilih. Ada sekitar 50% pengguna media sosial “TikTok” dari data pemilih di tahun 2024 maka meningkatkan citra dan berkampanye melalui media sosial “TikTok” merupakan strategi yang terjamin bagi para tokoh politik khususnya calon presiden tahun 2024 Ganjar Pranowo.

Peran media sosial sangatlah berpotensi di dunia politik khususnya TikTok menuju pesta politik 2024, lagi-lagi perkembangan teknologi merubah dunia seperti di penelitian ini perkembangan teknologi merubah cara berpolitik menjadi lebih baik lagi. Mengingat pentingnya politik di era digital maka peneleti mengangkat dan mengkaji penelitian ini yang membawa isu politik di era digital dengan studi kasus media sosial “TikTok” dari calon presiden Ganjar Pranowo.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, peneliti beracuan dan menjadikan referensi dari penelitian penelitian terdahulu serta menjadi dan mencari data pendukung didalam hasil penelitian terdahulu. Melanjutkan kajian dan mencari fenomena yang baru atau akan terjadi setelah adanya penelitian terdahulu. Penelitian pertama yang dipakai merupakan milik Wahyudi Surnawan dan Sains Pieter Surlia (2021) dari universitas Paramadina Korespondensi yang berjudul “STRATEGI PENCITRAAN POLITIK CAPRES JOKOWI MELALUI INSTAGRAM: SEBUAH ANALISIS KONTEN KUALITTIF” dan penelitian terdahulu kedua yang dipakai peneliti merupakan milik Laras Weninggalih, M.E. Fuandy (2021) yang berjudul “Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada era digital kegiatan politik atau bahkan para tokoh politik sangat mudah sekali terlihat dengan adanya media sosial sebagai platform untuk berpolitik, dengan media sosial yang lebih baru dan memiliki banyak pengguna yaitu TikTok. Maka dari itu politik di Indonesia yang dulunya kurang terbuka karena akses mendapatkan informasi yang sedikit dan sulit digapai bahkan dicerna, sekarang menjadi lebih terbuka untuk semua orang karena akses dan informasi yang bisa di dapat dengan mudah. Sudah pernah terjadi fenomena yang menggemparkan di pemilu 2019 disaat ada 2 pasangan capres Joko Widodo dan capres Prabowo Subianto, sempat terjadi menjadi 2 kubu di dunia maya Indonesia yaitu cebong dan kampret, hal ini terjadi dikarenakan kurangnya kesadaran diri masyarakat Indonesia dan minimnya sikap masyarakat dalam menggunakan media sosial. Pada 2019 media sosial di Indonesia banyak berisi ujaran kebencian, penyebaran hoaks dan banyak hal hal yang merugikan kedua capres pada saat itu.

Melihat fenomena tersebut akankah terjadi sekarang menuju pesta politik di tahun 2024, maka peneliti menganalisis hal ini dengan memantau akun media sosial TikTok calon presiden Ganjar Pranowo untuk mengkaji konten apa yang diberikan dan mencari tujuan dengan adanya konten yang di publis oleh calon presiden Ganjar Pranowo. Dengan akun @ganjarpranowo di TikTok yang memiliki pengikut sebanyak 7.2 juta dan total disukai sebanyak 181.5 juta, peneliti langsung di suguhi kata “Tuanku Rakyat” di bagian profil akun Ganjar Pranowo, hal ini menjelaskan citra atau Branding seorang tokoh politik yang bekerja untuk rakyatnya, bekerja demi rakyatnya sesuai hasil analisis peneliti maka Ganjar Pranowo sangat menjunjung tinggi fungsi politik untuk memajukan bangsa Indonesia.

Menurut hasil observasi peneliti pada konten postingan @ganjarpranowo di TikTok pada tanggal 05 bulan oktober 2023 yang memiliki 286.700.000 penonton atau Views dan 36.000 penyuka atau Like.

ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL “TIKTOK” DI ERA DIGITAL MENUJU PESTA POLITIK DI TAHUN 2024 STUDI KASUS CALON PRESIDEN GANJAR PRANOWO



Postingan konten @ganjarpranowo diatas menjelaskan di caption bahwa dia sedang berkunjung ke desa Tegallega Cianjur dan menginap di desa tersebut. Secara tidak langsung konten tersebut menciptakan citra bahwa sosok Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024 merupakan sosok yang suka blusukan ke daerah masyarakat dan bersosialisasi dengan masyarakat secara langsung. Bahkan di dalam konten tersebut tidak dijelaskan apa tujuan sebenarnya dari kunjungan tersebut, jelas terlihat Ganjar Pranowo melakukan interaksi dengan para warga lokal tidak memandang profesi atau jabatan, terlihat Ganjar Pranowo berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang-orang rumah, petani, bahkan anak sekolah, entah kunjungan tersebut memiliki kaitan dengan politik atau bahkan tidak ada kaitannya dengan politik, akan tetapi sudah jelas tujuan akun @ganjarpranowo mempublish konten tersebut untuk membangun citra atau Branding Ganjar Pranowo.

Respon netizen di media sosial TikTok terhadap konten yang di publish oleh akun @ganjarpranowo ada sebanyak 6.030 yang berkomentar di konten tersebut. Sejalan peneliti membaca isi komentar dari masyarakat dunia maya atau yang kerap dikenal Netizen ternyata meresponnya dengan baik dan menganggap bahwa sosok Ganjar Pranowo merupakan tokoh politik yang suka merakyat dan sederhana akan tetapi tidak luput dari komentar netizen yang memang tidak mendukung calon presiden Ganjar Pranowo dan mengatakan bahwa konten dan kunjungan tersebut merupakan hanya kampanye semata. Ada pula postingan konten di akun @ganjarpranowo pada tanggal 06

bulan oktober tahun 2023 yang memiliki views mencapai 555.200 dan like mencapai 45.100.



Postingan konten @ganjarpranowo menjelaskan di caption bahwa Ganjar Pranowo sedang bertemu dan berdiskusi atau mengobrol dengan para budayawan dan seniman di daerah Jawa Barat. Dengan adanya postingan konten tersebut sosok Ganjar Pranowo akan digadang-gadang sebagai orang yang menjunjung tinggi kebudayaan dan menghargai betapa beragamnya budaya di Indonesia dan di dalam postingan konten tersebut hanya menjelaskan serta menampilkan diskusi Ganjar Pranowo dengan para budayawan dan seniman juga memperlihatkan produk lokal yang diciptakan oleh kelompok budayawan dan seniman tersebut. Maka dari itu maksud dengan adanya postingan konten tersebut untuk kepentingan ekonomi masyarakat setempat dengan memanfaatkan ketenaran Ganjar Pranowo untuk memperkenalkan produk lokal yang ada di dalam video tersebut, akan tetapi kemungkinan maksud dan tujuan tidak lepas dari salah satu upaya politik untuk melakukan kampanye sebagai sosok calon presiden yang berbudaya.

Respon netizen di media sosial TikTok terhadap postingan konten @ganjarpranowo mendapati sebanyak 4.133 komentar. Sejauh peneliti mengamati komentar para netizen sesuai dengan hasil analisis video tersebut. Banyak komentar yang beranggapan bahwa sosok Ganjar Pranowo adalah sosok yang berbudaya dan tidak melupakan rakyat kecil dengan produk lokalnya. Maka bisa dibilang jika ternyata benar

ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL “TIKTOK” DI ERA DIGITAL MENUJU PESTA POLITIK DI TAHUN 2024 STUDI KASUS CALON PRESIDEN GANJAR PRANOWO

tujuan dari adanya postingan konten tersebut adalah untuk membangun citra atau Branding Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024 terbukti berhasil. Selanjutnya posting konten @ganjarpranowo pada tanggal 20 bulan oktober tahun 2023 yang ditonton sebanyak 320.400 kali dan like mencapai 63.700.



Pada postingan konten @ganjarpranowo diatas merupakan rekapan saat calon presiden Ganjar Pranowo dan pasangan Calon wakil Presiden Mahfud MD berangkat dan menuju ke KPU untuk mendaftarkan diri sebagai paslon yang akan maju. Pendaftaran mereka didampingi dengan komponen komponen masyarakat mulai dari masyarakat biasa sampai petugas partai. Di dalam postingan konten ini jelas jelas berkaitan dengan kebutuhan politik video yang mengandung kampanye ini menuai hasil yang memuaskan. Dengan pidato dari calon presiden Ganjar Pranowo yang secara tidak langsung menjelaskan garis besar tujuan mereka mencalonkan sebagai presiden dan wakil presiden. Pidato yang berbunyi :

“ini bukan tentang Ganjar, ini bukan tentang Mahfud MD, ini bukan cerita tentang Kekuasaan tapi cerita tentang nasib bangsa, nasib rakyat, cerita tentang anak-anak kita yang butuh perlindungan dan mendapatkan akses pendidikan yang baik, cerita tentang ibu-ibu dan kelompok perempuan yang harus mendapatkan tindakan khusus, cerita penyandang disabilitas yang harus mendapatkan kesetaraan. Kami ingin mengapresiasi para guru-guru kita yang berjuang mencerdaskan kehidupan bangsa tapi mereka butuh kesejahteraan yang baik, para petani dan nelayan kita

yang memberikan makan kepada kita dan butuh perlindungan dari Negara, para TNI, POLRI, Aparatur sipil Negara yang mengamankan bangsa melayani masyarakat dan melindungi masyarakat, tentu saja kalau melihat bidan, tenaga medis, dokter mereka yang ada di ujung Indonesia betapa mereka butuh perhatian kita semuanya. Itu tentang kita, itu tentang Indonesia ketika rakyat kita semuanya betul-betul mengharapakan. Buruh bekerja dengan sangat keras, pengusaha harus membanting tulang agar survive dalam ekonomi yang tidak mudah ini, itu adalah cerita tentang kita dan insyaallah dengan mengucapkan bismillahirrahmanirrahim saya dan pak mahfud akan menjalankan tugas itu. Negara ini harus berjalan dengan baik, Negara ini harus berjalan dengan bersih, Negara ini harus membawa dirinya untuk anti korupsi dan melayani masyarakat.”

Pidato singkat yang disampaikan Ganjar Pranowo bertujuan untuk mengkampanyekan dirinya sebagai calon presiden 2024, dan tujuan postingan konten @ganjarpranowo sudah pasti untuk berkampanye dan mengajak rakyat Indonesia untuk memilihnya sebagai presiden 2024. Peneliti mengamati keberhasilan dari strategi komunikasi politik atau berkampanye melalui media sosial TikTok merupakan langkah yang tepat dan cerdas.

Maka peran media sosial Tiktok untuk calon presiden 2024 Ganjar Pranowo merupakan strategi yang tepat, menjadi alat untuk menyebarkan kepentingan berpolitik. Dengan adanya strategi menggunakan dan memanfaatkan secara baik kemajuan dunia di bidang teknologi terutama membantu dan dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pemilih beriringan menuju pesta politik di tahun 2024.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kemajuan teknologi dan dunia sangatlah mempengaruhi banyak hal salah satunya di sektor politik, tata cara dan alur jalan politik juga berubah dengan adanya kemajuan teknologi yaitu media sosial yang bisa dilihat dari aspek masyarakat maupun pelaku politik. Dengan adanya media sosial yang membantu masyarakat untuk memilih lebih pasti tentang pilihannya dan para tokoh politik yang bisa membangun citranya atau Branding lebih luas lagi. Contoh kasus Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024

ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL “TIKTOK” DI ERA DIGITAL MENUJU PESTA POLITIK DI TAHUN 2024 STUDI KASUS CALON PRESIDEN GANJAR PRANOWO

membuktikan memanfaatkan media sosial sebaik mungkin untuk mendapatkan pengaruh yang lebih besar lagi serta dengan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa begitu besar peran media sosial di bidang politik yang membantu tokoh politik untuk berkampanye dan juga membantu masyarakat mendapatkan informasi dan data yang tepat.

Dengan adanya kemajuan teknologi dan dunia sebagai manusia kita juga harus meningkatkan mutu pengetahuan kita, untuk memanfaatkan dengan baik segala kemajuan yang ada. Para tokoh politik menggunakan media sosial sebaik-baiknya dan tidak memberikan informasi yang palsu dan tidak sesuai dengan kenyataan tentu kita sebagai masyarakat harus menyaring segala informasi yang ada

DAFTAR REFERENSI

- Biagi, L. (2023). countries with the most TikTok users 2023. statista.
- hanifa, sholihin, A., & Ayudya, F. (2023, juli). peran AI terhadap kinerja industri kreatif di indonesia. comprehensive science, vol 02, 2160.
- Hasfi, N. (2019, april). Komunikasi Politik di Era Digital. POLITIKA, vol.10, 93-96.
- Simarmata, S. (2014, november). media baru, ruang publik baru, dan transformasi komunikasi politik di Indonesia. journal of medicine, vol.3, 18-32.
- Sunarwan, W., & Surlia, S. P. (2021, agustus). strategi pencitraan politik capres jokowi melalui instagram : sebuah analisis konten kualitatif. jurnal ekonomi, sosial & humaniora, vol 03, 18-19.
- Sutrisno, D. (2023). DPT pemilu 2024 Nasional 204,8 juta pemilih. KPU.
- Watie, E. D. (2011, juli). Komunikasi dan Media Sosial. THE MESSENGER, vol. 3, 70-72.
- Wening, M. H., & Santosa, A. B. (2020). Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam menghadapi Era Digital 4.0. JMKSP, vol.5, 56-60.
- Weninggalih, L., & Fuady, M. (2021). hubungan kampanye politik calon presiden 2019 melaluimedia sosial instagram dengan keputusan mahasiswa indonesia di thailand. jurnal hubungan masyarakat, vol 1, 23-30.