

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, teknologi informasi dan komunikasi tumbuh dengan pesat, hal ini tidak lepas dari perkembangan teknologi yang maju di awal tahun 1970-1980 mengakibatkan sistem komunikasi dan komputer berkembang begitu cepat.¹ Perkembangan teknologi yang mumpuni hampir sudah tersebar di seluruh dunia, banyak penduduk sudah terhubung dengan teknologi internet. Perubahan teknologi dan komunikasi khususnya di negara Indonesia meluap dengan pesat. Internet memberikan efektivitas dan efisiensi dalam hal waktu, biaya dan tenaga. Teknologi internet memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi secara luas. Hal tersebut menjadikan perkembangan teknologi internet cepat untuk berevolusi di era milenial, sekarang manusia mampu mencari informasi dan bisa berkomunikasi melalui ponsel.

Di Indonesia perkembangan internet dari tahun ketahun semakin mengalami peningkatan yang signifikan. Diantara 25 pengguna internet aktif di dunia, Indonesia menempati peringkat ke 6 dengan total 8,37 juta dari tahun 2014 hingga 2018, dari total populasi penduduk dalam negeri mencapai 260 juta jiwa. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat penggunaan internet sebagai sarana komunikasi ini sangat mudah diakses melalui telepon genggam saja. Dengan hadirnya smartphone kini berbagai fitur media

¹ Jonathan Lukas, *Jaringan Komputer*, Cet 1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 2.

komunikasi tersedia di dalamnya seperti mulai dari sms, mms, *chatting*, *browsing*, *email* dan berbagai fasilitas media sosial lainnya²

Kehadiran internet dan media sosial memberikan peluang yang lebih besar bagi masyarakat untuk berpartisipasi menyebarkan informasi atau fenomena yang terjadi.³ Media sosial adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan melakukan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif.⁴ Juga media sosial merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh media baru (*new media*). Bahwa media sosial pada esensinya sebagai saluran komunikasi, atau alat yang digunakan untuk menyimpan, mengakumulasikan, berbagi, berdiskusi dan berkomunikasi secara *online*. Maka tak heran jika media sosial dipakai sebagai media publikasi para pejabat publik untuk menyampaikan komunikasi politiknya.

Komunikasi politik merupakan cara menyampaikan pesan bercirikan politik yang bertujuan memengaruhi publik. Kehadiran media sosial tentunya dimanfaatkan sebagai media komunikasi oleh pemerintah, partai politik, aktivis

² Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi," *Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2016): 1.

³ Rusli Nasrullah, "Riset Khalayak Digital : Perspektif Khlayaka Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial," *Jurnal Sosioteknologi* 17, no. 2 (2018): 1.

⁴ Widayati Fedianty Augustinah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang," *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 4, no. 2 (2019): 5, <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>.

dan professional.⁵ Media sosial merupakan bagian penting bagi partai politik untuk memberikan informasi ke publik mengenai kegiatannya.⁶

Deddy Mulyana dalam bukunya *Komunikasi Politik*, pada masa mendatang komunikasi politik di Indonesia akan semakin menarik. Jika kita cermati, apa yang diungkapkan pakar komunikasi ini pun beberapa tahun yang lalu mulai tampak dan semakin menarik. Media massa baik televisi, surat kabar dan juga internet, akan menjadi media utama kampanye politik menjelang pemilihan umum, seperti presiden, legislatif, gubernur, bupati dan wali kota.⁷

Media sosial mempunyai kekuatan dalam memengaruhi opini publik.⁸ Proses pencarian dukungan melalui media sosial menjadi lebih cepat dalam menyampaikan pesan. Karena itu, media sosial telah menempatkan ruang demokrasi dalam babak baru dari perspektif komunikasi politik. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa orang (penggunanya) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara online dalam waktu yang cepat.⁹

Aplikasi media sosial TikTok telah menjadi platform yang signifikan dan diadopsi oleh para aktor politik dalam menghadapi perkembangan politik

⁵ Ester Rosselini Nia Karniawati, "Media Sosial Sebagai Alat Pendukung Komunikasi Politik," *Jurnal Suara Politik* 2, no. 1 (2023): 3, https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_05_04.

⁶ Sukma Alam, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik," *Avant Garde* 09, no. 01 (2021): 68–78.

⁷ Yusrin Ahmad Tosepu, *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik Di Dunia Virtual)* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018), 157.

⁸ Muhammad Qadri, "Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik," *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara* 1, no. 1 (2020): 59, <https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4>.

⁹ Jurnal Komunikasi, "Media Sosial Dan Komunikasi Politik : Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada DKI Jakarta 2017" 11, no. 1 (2016): 48.

saat ini. Aplikasi ini, yang menawarkan dukungannya terhadap video, saat ini sedang meraih popularitas di berbagai lapisan masyarakat. TikTok adalah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, yang diluncurkan pada bulan September 2016 oleh pendiri Zhang Yiming.

Meskipun aplikasi ini berasal dari Tiongkok, TikTok telah menyebar di seluruh dunia dan telah menjadi platform yang penting dalam mengekspresikan pandangan politik dan sosial. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek dengan durasi sekitar 15-60 detik, dengan tambahan efek khusus yang unik dan menarik. Selain itu, musik juga dapat diintegrasikan ke dalam video, memberikan pengguna kesempatan untuk berkreasi dengan berbagai gaya dan tarian, yang sering kali ditampilkan seperti konten yang dibuat oleh para kreator.

Tidak hanya sebagai platform hiburan dan kreativitas, TikTok juga menjadi saluran informasi yang berpengaruh. Video-video yang menarik dan unik seringkali menghadirkan informasi yang sebelumnya mungkin tidak diketahui oleh pengguna. Aplikasi ini mampu menghibur dan memberikan hiburan kepada pengguna lain, dan video tersebut bahkan dapat diunggah ke platform lain, memperluas jangkauan TikTok ke berbagai lapisan masyarakat.

TikTok, dengan daya tariknya yang unik dan aksesibilitasnya yang luas, telah menjadi platform yang mampu mempengaruhi masyarakat dalam berbagai hal, termasuk dalam dunia politik. Para aktor politik telah memanfaatkan kemampuan aplikasi ini untuk mengkomunikasikan pandangan mereka, mendapatkan perhatian publik, dan menjalin hubungan lebih dekat

dengan audiens mereka. Dalam era di mana teknologi memainkan peran penting dalam membentuk opini dan mempengaruhi dinamika politik, TikTok telah menjadi alat yang signifikan dalam konteks komunikasi politik dan interaksi dengan masyarakat.¹⁰ Aplikasi Tik-Tok secara umum diramalkan akan memainkan peran utama dalam semua kampanye masa depan.¹¹

Media sosial seolah memiliki magnet yang dapat menarik orang untuk terus menggunakannya dan mengikuti tren di kalangan masyarakat, tidak terkecuali media sosial Tik Tok yang saat ini sedang tren di kalangan masyarakat. Sejak tahun 2016 hingga 2023, Tik Tok menjadi salah satu aplikasi yang sangat populer di era digitalisasi, yang banyak diunduh dan digunakan oleh masyarakat dunia termasuk Indonesia.

Menurut Bytedance, Indonesia sendiri memiliki pengguna aktif aplikasi TikTok sebanyak 10 juta setiap bulannya.¹² Indonesia merupakan negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia. Untuk peringkat satunya diduduki oleh negara Amerika Serikat. Negara dengan pengguna TikTok terbesar lainnya adalah Brazil, Meksiko, Vietnam, Filipina, Thailand, Turki dan Pakistan.¹³

Ganjar Pranowo, seorang politisi Indonesia dan Gubernur Jawa Tengah selama dua periode (2013-2018 dan 2018-2023), telah aktif memanfaatkan

¹⁰ Shafirah Pertiwi, "Konsumsi Media Sosial Tik Tok Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya" (Universitas Sriwijaya, 2021), <https://doi.org/10.47753/je.v6i2.109>.

¹¹ I H Hindarto, "Tiktok and Political Communication of Youth: A Systematic Review," *JRP (Jurnal Review Politik)* 12, no. October (2022): 2.

¹² Fatimah Kartini Bohang, "Tik Tok Punya 10 Juta Pengguna Aktif Di Indonesia," *Kompas.com*, 2018.

¹³ 10 Negara pengguna Tik-Tok Terbesar di Dunia, Indonesia Juara Dua, . <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/11/10-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-indonesia-juara-dua>, diakses 12 Agustus 2023, Pukul 11.40 WIB

media sosial sebagai alat untuk mengamplifikasi aspirasi politiknya. Dalam rangkaian platform media sosial yang dimilikinya, termasuk Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan TikTok, Ganjar Pranowo telah menjadikannya sebagai akun resmi untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Namun, penelitian akan berfokus pada penggunaan platform media sosial TikTok dalam konteks aspirasi politiknya.

TikTok, yang merupakan salah satu platform media sosial yang tengah populer di kalangan berbagai kelompok usia, digunakan oleh Ganjar Pranowo untuk menyampaikan pesan politiknya. Dalam konteks penelitian, peran TikTok dalam menyebarkan aspirasi politiknya menjadi pusat perhatian. Melalui berbagai video pendek dengan durasi 15-60 detik, Ganjar Pranowo mungkin telah mengkomunikasikan pandangan politiknya, menggambarkan pencapaian pemerintahannya, dan membangun koneksi emosional dengan audiensnya.

Dalam penelitian ini, fokus akan diberikan pada cara Ganjar Pranowo memanfaatkan TikTok sebagai alat untuk mengamplifikasi pesan politiknya. Hal ini meliputi konten video yang dibuatnya, strategi komunikasi yang diterapkan, dampak dari konten tersebut terhadap opini publik, serta potensi platform TikTok dalam membentuk citra politiknya di mata masyarakat. Dalam mengkaji penggunaan media sosial ini, dapatlah dipahami bagaimana Ganjar Pranowo menggunakan media sosial TikTok sebagai alat komunikasi politik yang efektif, bagaimana strateginya untuk berinteraksi dengan audiens, dan

bagaimana ia memanfaatkan fitur-fitur khas TikTok seperti musik dan efek visual untuk mendukung pesan politiknya.

Pada tanggal 27 Januari 2020, muncul akun TikTok dengan nama pengguna @ganjarpranowofc yang menarik untuk dijelajahi dalam konteks penelitian, karena akun ini tampak memiliki struktur pengemasan yang terorganisir. Saat penelitian ini ditulis, akun TikTok @ganjarpranowo telah berhasil mengumpulkan sekitar 6,1 juta pengikut (followers) dan telah mengunggah sebanyak 1.320 video. Selain itu, video-video yang diunggah oleh akun tersebut telah menerima sekitar 146,8 juta suka (like) dari pengguna lain.

Namun belakangan ini, akun @ganjarpranowo dengan verifikasi centang biru telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengikutnya, mencapai angka sekitar 6,9 juta pengikut. Dalam periode waktu yang sama, akun ini juga telah menambah jumlah video yang diunggah menjadi sebanyak 1.855 video. Popularitas konten yang diunggah juga terlihat dari jumlah suka yang diterima oleh video, yang kini telah mencapai sekitar 168,5 juta suka. Selain itu, akun ini juga telah mulai mengikuti 8 akun lain di platform TikTok.

Peningkatan jumlah pengikut, video yang diunggah, serta suka yang diterima oleh konten akun @ganjarpranowo menunjukkan bahwa akun tersebut telah berhasil menarik perhatian dan keterlibatan yang signifikan dari pengguna TikTok. Penelitian lebih lanjut terhadap akun TikTok ini mungkin akan membantu memahami bagaimana strategi komunikasi dan konten yang

diterapkan oleh Ganjar Pranowo dapat menciptakan dampak dan keterlibatan yang kuat di platform media sosial ini.¹⁴

Pesan politik yang disampaikan melalui media sosial menghasilkan umpan balik berupa respon dari khalayak baik berbentuk tanggapan positif berupa dukungan atau atau tanggapan negatif berupa komentar, kritik, dan sebagainya. Respon tersebut merupakan salah satu bentuk partisipasi politik. Namun, respon tersebut khususnya yang bersifat negatif tidak jarang berupa kalimat merendahkan, sarkastik, menjatuhkan bahkan hujatan yang dapat mengakibatkan perpecahan dan persoalan etis komunikasi. Penggunaan media sosial khususnya dalam penyampaian pesan politik diharapkan bersamaan dengan pelestarian budaya komunikasi yang membangun. Dengan begitu nilai demokrasi dapat ditimbulkan dan etika komunikasi tetap dijunjung tinggi.¹⁵

Pesan atau peran Ganjar Pranowo dalam komunikasi politik dinilai berhasil karena mampu memposisikan diri dengan baik saat berkomunikasi dengan masyarakat, salah satunya generasi muda. Mengenai peran politiknya dalam menanggapi informasi publik, menurut saya tanggapannya terhadap pengaduan masyarakat relatif positif. Ganjar Pranowo menilai dirinya setara dengan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan ia mempunyai hak prerogatif sebagai gubernur, namun ada pula ciri khasnya tersendiri dalam membantu masyarakat dengan membuat blusukan dan tanggap cepat terhadap permasalahan terkini sehingga semakin mendekatkan dirinya

¹⁴ Di akses pada tanggal 27 Agustus 2023

¹⁵ Leni Anggraeni Bakhtiar Rosadi, Cecep Darmawan, "Pengaruh Pesan Politik Di Media Sosial Terhadap Peningkatan Literasi Politik Generasi Milenial," *Jurnal Civicus* 20, no. 1 (2020): 29.

kepada masyarakat. Tak hanya itu ia memanfaatkannya di media sosial untuk membangun citranya dan mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Dari latar belakang yang penulis utarakan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam terkait bagaimana pesan politik Ganjar Pranowo pada media sosial Tik-Tok. Penelitian ini bertujuan menggali bagaimana pesan politik Ganjar Pranowo di media sosial Tik-Tok. Pada Unggahan video Ganjar Pranowo yang di upload di akunTik-tok dirinya @ganjarpranowofc. Peneliti akan mengambil sampel penelitian ini dari akun Tik-Tok yang digunakan sebagai data untuk menganalisa pesan politik Ganjar Pranowo di media sosial. Berangkat dari ulasan di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian secara mendalam dengan judul “Komunikasi Poltik (Analisis Semiotika Pesan Politik Ganjar Pranowo Pada Media Sosial Tik-Tok @ganjarpranowofc)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan diatas, maka peneliti ini nantinya diharapkan dapat menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan politik Ganjar Pranowo pada Media Sosial Tik-tok?
2. Bagaimana respon publik terhadap pesan politik Ganjar Pranowo di media sosial Tik-Tok?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pesan politik Ganjar Pranowo di media sosial Tik-Tok.

2. Untuk mengetahui bagaimana respon publik terhadap pesan politik Ganjar Pranowo di media sosial Tik-Tok.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang disiplin ilmu komunikasi mengenai pesan politik Ganjar Pranowo pada media sosial Tik-Tok
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wahana untuk mempertajam daya nalar peneliti dalam bidang komunikasi politik.
2. Secara Akademis
 - a. Dari hasil penelitian ini semoga bisa menambah keilmuan dan masukan yang berguna bagi mahasiswa, staff akademik dan juga non-akademik.
 - b. Dengan penelitian ini penulis berharap bisa memberi edukasi dan pedoman guna menambah wawasan.

