



Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z

Qurratul Ain Adinda Sari¹, Yuli Candrasari²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Abstract

Received: 23 Oktober 2023
Revised: 29 Oktober 2023
Accepted: 02 November 2023

Social media is currently developing, especially on social media Tiktok which is associated with some content and information about politics or related political events that can provide some understanding for generation Z regarding political developments in Indonesia. This is based on research conducted on this matter, namely using Tiktok social media as a means of political information for generation Z. So this research has the goal of providing an overview of the role of Tiktok as a means of political information for generation Z. The data collection technique for this research was carried out through a literature review and several literature studies adapted to the research. The results of the study make it clear that Tiktok, which is used to communicate political information, can influence Gen Z. This can be seen from a survey conducted for 48 hours on June 25-26 2023 using the Google Form application which managed to collect data from 99 respondents from generation Z who live in Surabaya City. This data analysis was carried out descriptively by looking at the percentage of respondents who already answered on the questionnaire.

Keywords: Politics, Tiktok, Generation Z

(*) Corresponding Author: 20043010047@student.upnjatim.ac.id¹.

How to Cite: Sari, Q. A. A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10081522>

PENDAHULUAN

Melalui pola komunikasi yang sudah dibatasi dalam konvensional pada zaman dahulunya yang mana teknologi tersebut di gunakan dengan istilah 2.0 saat ini sudah mulai merambah ke teknologi yang lebih canggih dengan bentuk media social online yang bersifat kelompok dan individual. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan perkembangan dalam kekuatan untuk beraksi di dunia nyata sehingga dapat mengembangkan potensi digital yang dapat menjadi sebuah komunikasi secara politik bagi masyarakat. Pada dasarnya McLuhan (dalam West & Turner, 2008) berpendapat bahwa teknologi media telah merevolusi masyarakat karena masyarakat sendiri sudah sangat bergantung pada teknologi dan tatanan sosial dibentuk oleh kemampuan masyarakat untuk menggunakan teknologi. Hal itulah menjadi petunjuk bahwa pengaruh media sosial di dalam generasi Z saat ini menjadi sebuah keharusan yang dijadikan perhatian lebih serius lagi. Dapat dikatakan bahwa media sosial sudah menjadi gaya hidup berkelanjutan bagi generasi Z.

Adanya media sosial yang digunakan sebagai komunikasi politik menjadi sebuah faktor yang utama didalam pengupayaan dalam memberikan pengaruh dan juga mobilitasi persepsi serta sudut pandang masyarakat. Hal tersebut dapat dilakukan guna berita dan informasi yang ditampilkan mampu memberikan pengaruh bagi setiap masyarakat untuk dapat menggunakan hak pilih dalam berpolitik. Adapun pengetahuan dalam memahami pentingnya politik ini dapat

dikaitkan dalam kehidupan masyarakat. Bagi setiap mereka yang ingin mengemukakan pendapatnya dalam berpolitik dapat digunakan melalui konten dari media sosial tersebut. Efektivitas internet baik dari bawah maupun atas maupun sebaliknya dalam menyampaikan pesan-pesan politik menjadikannya penting pada proses komunikasi politik (Tabroni, 2012: 154).

New Media

Pierre Levy adalah seorang filsuf dan teoretikus media yang telah berkontribusi dalam mengembangkan teori New Media. Teori New Media oleh Pierre Levy bahwa New media merupakan media online berbasis teknologi, memiliki sifat yang mudah disesuaikan dan interaktif, berguna untuk publik maupun privat dengan penggunaan koneksi internet (Mondry, 2008). TikTok sebagai platform New Media dapat memiliki implikasi dalam konteks informasi politik. Berdasarkan teori New Media oleh Pierre Levy, berikut adalah beberapa aspek yang dapat dihubungkan dengan TikTok sebagai sumber informasi politik:

1. Mudah disesuaikan: TikTok memungkinkan pengguna untuk menciptakan konten yang mudah disesuaikan. Dalam konteks politik, ini dapat berarti pengguna TikTok memiliki kemampuan untuk membuat video yang berhubungan dengan isu-isu politik dan menyampaikan pandangan atau pesan mereka dengan cara yang kreatif dan ringkas. Hal ini memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi politik dengan cara yang lebih personal dan mudah diakses oleh publik.
2. Interaktif: TikTok adalah platform yang sangat interaktif, di mana pengguna dapat memberikan tanggapan langsung melalui komentar, menyukai video, dan berbagi konten dengan pengikut mereka. Dalam konteks politik, ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten politik, mengajukan pertanyaan, menyuarakan pendapat, dan terlibat dalam diskusi dengan pengguna lain. Interaksi ini dapat membantu memperluas pemahaman politik dan memfasilitasi pembentukan opini yang lebih beragam.
3. Berguna untuk publik dan privat: TikTok adalah platform yang digunakan baik secara publik maupun privat. Pengguna dapat membagikan video politik dengan audiens publik, sehingga memungkinkan penyebaran informasi politik secara luas. Di sisi lain, pengguna juga dapat berkomunikasi secara pribadi melalui pesan langsung atau grup dengan tujuan untuk berbagi informasi politik dengan kelompok yang lebih kecil atau mendiskusikan isu-isu politik secara lebih terfokus.
4. Penggunaan koneksi internet: TikTok bergantung pada koneksi internet untuk beroperasi. Dalam konteks informasi politik, ini berarti akses ke informasi politik di TikTok tergantung pada ketersediaan dan kecepatan koneksi internet. Pengguna yang memiliki akses yang terbatas atau terhambat pada koneksi internet mungkin memiliki keterbatasan dalam mengakses konten politik di TikTok.

Dengan demikian, TikTok sebagai platform New Media memiliki potensi sebagai sumber informasi politik yang mudah disesuaikan, interaktif, dan dapat digunakan secara publik maupun privat. Namun, penting untuk diingat bahwa TikTok adalah platform yang cenderung bersifat singkat dan memiliki keterbatasan dalam menyampaikan konten yang kompleks secara mendalam. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk tetap kritis dalam mengevaluasi dan memverifikasi

informasi politik yang mereka temui di TikTok, serta mencari sumber informasi yang lebih luas dan beragam untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Media sosial yang sudah digunakan sebagai sebuah perantara komunikasi politik ini dapat digunakan dengan baik bagi masyarakat untuk menyampaikan beberapa program dan sifatnya lebih menarik sehingga generasi Z mampu menerima berbagai pembahasan informasi politik yang sedang berkembang. Hal ini dapat digunakan dalam pemilihan umum atau pemilu yang akan datang pada tahun 2024. Semua hal tersebut dapat terjadi berkat perkembangan teknologi yang luar biasa, khususnya internet, sehingga tercipta saluran-saluran baru di mana masyarakat dapat berkomunikasi tentang politik dengan lebih bebas, lebih cepat, dan tentunya dengan jangkauan yang sangat luas, karena terjadi di ruang publik yang disebut dunia maya (Efriza dan Indrawan, 2018: 167).

Melalui Tiktok dalam penggunaan kampanye politik ini tidak bisa lagi dihindarkan karena adanya informasi politik melalui sebuah utawa dari generasi Z untuk selalu berkembang maka banyak kalangan pelaku politik yang sudah mencapai usia pensiun menurunkan aspirasi dan keinginan keberlanjutan kehidupan politik melalui beberapa konten yang dikaitkan dengan politik. Sehingga hal ini akan menarik bagi generasi Z bahwa Tiktok dijadikan sebagai sosial media untuk mencari informasi politik seperti yang diharapkan oleh pengamat politik. Menurut (Arianto, 2016) pengembangan kampanye, khususnya di media sosial, dapat sangat berdampak jika melibatkan kreativitas serta seni. Oleh karena itu, karya dan seni dapat diekspresikan oleh siapa saja, karena dengan adanya media sosial digunakan untuk memenuhi kebutuhan tertentu, contohnya dengan menggabungkan kegiatan kreativitas dan aktivitas seni sedemikian rupa sehingga dipublikasikan dapat menjadi menarik, terutama untuk tujuan kampanye.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampel insidental (nonprobability sampling) dengan menggunakan media online. Hal ini dapat dilihat dari survei yang dilakukan selama 48 jam pada 25-26 Juni 2023 dengan menggunakan aplikasi Google Form dan berhasil mengumpulkan data dari 99 responden kaum generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya. Analisis data ini dilakukan secara deskriptif dengan melihat persentase responden yang telah menjawab pilihan jawaban pada kuesioner.

Sumber data yang diperoleh berhubungan dengan subyek penelitian yang didapatkan melalui pengamatan atau wawancara dari beberapa narasumber. Melalui hal ini data primer yang digunakan yakni berupa kata-kata yang didapatkan dari observasi langsung, yaitu peneliti mencari, mengumpulkan, serta melakukan pengamatan dan sudah menentukan berbagai kondisi dari penggunaan Tiktok bagi generasi Z saat ini. Kemudian data sekunder diperoleh dari kajian literatur seperti jurnal, artikel ilmiah lainnya yang sejenis untuk menambah sebagai sebuah referensi yang dapat dihubungkan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan zaman dalam penggunaan media sosial ini bagi para penggunanya sangat cenderung di dalam memperhatikan berbagai isu yang sedang terjadi saat ini ditengah masyarakat. Bagi para informan dapat dikatakan bahwa kesadaran dalam menggunakan media sosial ini menjadi sebuah ranah publik yang digunakan dalam bertukar pikiran dan dapat digunakan sebagai penukar dan perolehan informasi bagi para pengamat politik. Sehingga inilah yang diharapkan bagi para generasi muda untuk menggunakan sosial media sebagai sarana informasi politik di dalam penggunaan Tiktok.

Menurut (Boinauw et al., 2024) hal ini dapat dipahami bahwa pengetahuan dan juga pemahaman mengenai proses politik dapat dikaitkan dengan isu politik dan juga pengetahuan serta pemahaman yang dimungkinkan bagi warga agar dapat dengan efektif melaksanakan berbagai peranannya yang dilakukan bagi warga negara. Pemahaman serta pengetahuan yang didasarkan kepada political awareness ini ditujukan kepada sejauh mana warga negara mampu memberikan perhatian serta memahami berbagai isu dalam politik yang dimaksudkan. Penggunaan bahasa yang menjadi sebuah upaya didalam pemahaman isu politik diyakinkan bagaimana dalam menentukan kecenderungan bagi diri mereka yang memberikan pengaruh kepada orang lain (Cuprianto & Firmansyah, 2023).

Media sosial merupakan konten online yang dibuat melalui teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur (Dailey, 2009, dalam Jucaityto dan Mašpinskiene, 2014). Aspek terpenting dari teknologi ini yaitu perubahan cara dengan mengetahui orang, membaca, dan berbagi berita serta dalam mencari informasi dan konten. Tiktok merupakan media sosial yang menggunakan cara mudah untuk mengabadikan momen dan membagikannya kepada dunia melalui foto dan video. Media sosial juga dapat dinyatakan sebagai sebuah kerja sama dalam interaksi yang digunakan secara online. Oleh karena itulah media social dilihat sebagai sebuah medium yang dapat dihubungkan di antara pengguna dan jejaring pengguna sosial lainnya (Isyanawulan & Hendarso, 2023). Adapun kelompok dalam pendefinisian karakter jenis dalam media online yakni:

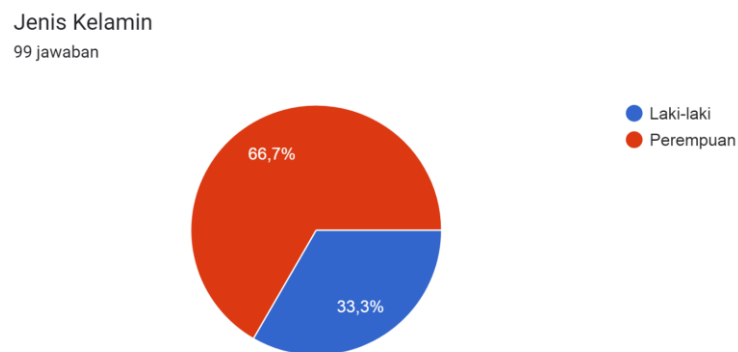
- A. Partisipasi sosial yang akan memberikan dorongan berupa kontribusi di setiap orang yang tertarik
- B. Keterbukaan yang melibatkan layanan sosial secara terbuka dan memberikan kesan umpan balik dalam berkomunikasi
- C. Kecakapan yang ada dalam pendistribusian konten kepada banyak orang yang dikenal sebagai komunikasi dari dua arah
- D. Komunitas yang dapat dibentuk melalui media social online bagi individu dan kelompok organisasi.

Berdasarkan pendapat (Malik et al., 2020) Ada beberapa fungsi dari media sosial diantaranya, yakni:

- Menjadikan sebuah media yang diciptakan untuk desain dalam perluasan interaksi social media yang digunakan bagi manusia
- Mampu membuat sebuah komunikasi yang menjadi sebuah dasar dari banyak orang
- Memberikan dukungan berupa demokratisasi dari pengetahuan dan juga informasi yang ada.

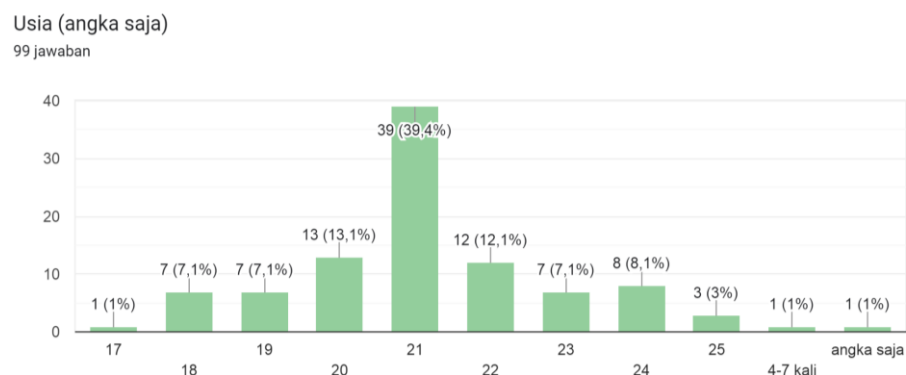
Dalam penelitian ini memperoleh responden berjumlah 99 orang. Berdasarkan jenis kelamin secara umum distribusi responden lebih didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 66 orang dengan persentase 66,7 %, sedangkan laki-laki sebanyak 33 orang dengan persentase 33,3 % seperti yang terlihat pada Gambar 1.

Gambar 1
Jenis Kelamin Responden



Kemudian dari umur responden dengan persentase paling banyak yaitu umur 21 tahun yaitu sebanyak 39 orang (39,4 %), umur 20 tahun sebanyak 13 orang (13,1 %), umur 22 tahun sebanyak 12 orang (12,1 %), umur 24 tahun sebanyak 8 orang (8,1 %), umur 18 tahun dan 19 tahun serta umur 23 tahun sebanyak 7 orang (7,1 %), kemudian umur 25 tahun sebanyak 3 orang (3 %), serta umur 17 tahun sebanyak 1 orang (1 %) seperti pada Gambar 2.

Gambar 2
Usia Responden



Mayoritas responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan SMA, yaitu 45,4 %. Selain itu ada 36,4 % Sarjana dan 18,2 % responden yang berlatar belakang pendidikan Diploma seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Responden Berdasarkan Pendidikan

| Pendidikan | Frekuensi | Presentase |
|--------------|-----------|-------------|
| SMA | 45 | 45,4 % |
| Diploma | 18 | 18,2 % |
| S1/S2 | 36 | 36,4 % |
| Total | 99 | 100% |

Pada penelitian ini memiliki indikator yang terdiri dari Durasi, Frekuensi, dan cara memperoleh informasi politik pada media sosial Tiktok. Informasi terkait politik yang paling banyak diperoleh yaitu dari laman FYP dengan jumlah 41 orang responden (41,4 %) seperti pada Tabel 2. Kemudian posisi kedua yaitu dengan mengikuti Influencer yang membahas isu politik sebanyak 21 orang (21,2 %), melalui bilah pencarian sebanyak 19 orang (19,2 %). Sedangkan dari mengikuti tokoh politik sebanyak 17 orang (17,2 %) dan melalui Google (lalu muncul hasil pencarian berupa Tiktok) sebanyak 1 orang (1 %). Survey ini sejalan dengan (lihat Hernandez, 2022; Guinaudeau et al., 2020) bahwa meskipun Tiktok memiliki fitur yang menarik selain video pendek, adapun fitur lain yang menarik seperti Hashtag dan Repost yang dapat mampu mendorong stabilitas dan viralitas.

Namun, penting untuk diingat bahwa TikTok adalah platform yang didasarkan pada konten pendek dan sering kali berfokus pada hiburan dan tren. Karena itu, jumlah konten politik yang ditemukan di laman FYP mungkin lebih sedikit dibandingkan dengan konten hiburan atau gaya hidup. Akhirnya, tingkat penggunaan laman FYP untuk mencari informasi politik juga dapat bervariasi tergantung pada preferensi dan minat pengguna individu. Beberapa orang mungkin lebih aktif dalam mencari dan berbagi konten politik, sementara yang lain mungkin lebih tertarik pada konten lainnya.

Tabel 2
Cara Memperoleh Informasi Politik Melalui TikTok

| Cara Memperoleh | Frekuensi | Presentase |
|---------------------------|-----------|------------|
| Melalui Bilah Pencarian | 19 | 19,2% |
| Laman FYP | 41 | 41,4% |
| Mengikuti Tokoh Politik | 17 | 17,2% |
| Mengikuti Influencer yang | 21 | 21,2% |

| | | |
|------------------------------------------------|-----------|-------------|
| membahas isu politik | | |
| Melalui Google (hasil pencarian berupa TikTok) | 1 | 1% |
| Total | 99 | 100% |

Didalam melakukan komunikasi politik yang saat ini melalui media sosial akan memberikan dasar informasi yang cukup baik dan efektif serta digunakan dengan tujuan bagi kepentingan politik yang tertentu (T Heru Nurgiansah, 2021). Adanya opini public yang digunakan dalam membangun dalam hubungan untuk memberikan dukungan bagi para pejalan politik akan digunakan untuk kampanye yang akan mendatang. Dengan menjaga perkembangan komunikasi ini dengan konsisten maka penggunaan struktur didalam berkomunikasi akan selalu mengalami perkembangan yang ada ditengah masyarakat. Melalui keberhasilan dan juga proses dari pencitraan di media social saat ini sangat berpengaruh bagi kemampuan seseorang dalam mengelola media sosial yang ada. Secara hal ini yang terjadi Tiktok bukanlah sebuah kondisi yang mudah untuk digunakan secara terus menerus dalam penyampaian pesan politik, karena memiliki beberapa larangan dan kriteria yang tidak bisa ditonton oleh kalangan yang banyak (Triono et al., 2020).

Penggunaan media sosial yang saat ini berbasis internet dapat digunakan sebagai sebuah pencitraan yang dapat memberikan sebanyak keuntungan yang secara efektif dan gampang. Melalui hal ini sistem internet dapat menunjukkan bahwa kemudahan yang digunakan hanya dengan penekanan tombol saja dan memerlukan paket data untuk berinteraksi di media social (Prasetyo et al., 2020). Bagi penyalur opini yang dikembangkan bagi para kelompok, maka internet ini akan bisa menyediakan sebuah forum yang sangat luas. Diawali dari pemilu yang dilakukan pada tahun 1997 dimana kontestan ini memiliki website resmi dengan memberikan data kepada para public dengan mengetahui beberapa visi dan misi dari pernyataan partai yang tersedia.

Dari kuantitas informan yang ada dalam ranah komunikasi politik akan dibandingkan dengan kemampuannya ditengah masyarakat dalam memberikan pemahaman dan penciptaan dari sebuah realitas dan konteks teknologi yang disediakan dalam komunikasi saat ini. Kenyataan yang ada akan memberikan hasil era dimana penyampaian sebuah pesan akan dikaitkan dengan politik yang mampu menghasilkan sebuah pandangan dan persepsi bagi para generasi Z (Taryadi & Yunianto, 2022).

Indikator ini merujuk pada seberapa lama waktu yang dikeluarkan responden dalam mengakses informasi politik pada media sosial TikTok setiap kalinya. Berdasarkan Tabel 3 dari sampel yang terambil dalam mengakses informasi politik melalui media sosial TikTok dengan durasi kurang dari 5 menit hingga lebih dari 20 menit. Dari data tersebut, durasi paling banyak 5 menit - 10

menit sebanyak 40,4%, kemudian pengguna yang mengakses informasi politik melalui TikTok dengan durasi 10 - 20 menit sebanyak 36,4%, serta yang mengakses informasi politik melalui TikTok dengan durasi <5 menit sebanyak 18,2%, dan yang paling lama mengakses informasi politik melalui TikTok dengan durasi >20 menit sebanyak 5%.

Tabel 3
Durasi Penggunaan TikTok untuk Mengakses Informasi Politik

| Durasi | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|-------------|
| kurang dari 5 menit | 18 | 18, 2 % |
| 5 menit - 10 menit | 40 | 40,4% |
| 10 - 20 menit | 36 | 36,4% |
| >20 menit | 5 | 5 % |
| Total | 99 | 100% |

Indikator ini merujuk pada seberapa sering responden mengakses informasi politik pada media sosial TikTok dalam waktu satu minggu. Hasil analisis Tabel 4 memberikan gambaran bahwa dari sampel yang terambil sebanyak 99 responden pengguna media sosial TikTok mengakses informasi politik melalui media sosial TikTok sebanyak kurang dari sama dengan 3 kali hingga lebih dari 6 kali dalam satu minggu. Dari data tersebut, frekuensi paling banyak kurang dari sama dengan 3 kali dalam satu minggu sebanyak 78,8%, kemudian pengguna yang mengakses informasi politik melalui TikTok dengan frekuensi 4-6 kali sebanyak 18,2%, dan yang paling sering mengakses informasi politik melalui TikTok dengan frekuensi >6 kali dalam seminggu sebanyak 3%.

Tabel 4
Frekuensi Penggunaan TikTok untuk Mengakses Informasi Politik

| Frekuensi | Frekuensi | Presentase |
|---------------|-----------|-------------|
| ≤ 3 kali | 78 | 78,8% |
| 4-6 kali | 18 | 18,2% |
| >6 kali | 3 | 3% |
| Total | 99 | 100% |

Tiktok sebagai Sarana Informasi Politik Bagi Generasi Z

Tiktok merupakan sebuah platform yang digunakan bagi generasi Z saat ini di dalam mengemukakan aspirasi, opini serta pemikiran mereka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Alamri et al., 2024) yang menyatakan bahwa bagi generasi Z

tidak akan lelah dalam melakukan pengeditan baik itu gambar atau video menjadi hasil yang lebih menarik dan perspektif yang mereka utarakan secara mandiri. Oleh sebab itu, media sosial ini mampu menarik banyak perhatian dari kalangan generasi Z di dalam pertarungan politik melalui kegiatan politik yang akan digantungkan kepada media social Tiktok.

Pada informasi politik merupakan sebuah yang ditelaah melalui kegiatan dan perilaku dalam melakukan pembacaan, komunikasi dan juga hal yang berkaitan dengan bacaan dari bidang politik. Generasi Z mengimplementasikan sejumlah komunikasi berdasarkan berbagai perubahan yang akan dilakukan di media baru. Dalam prosesnya, ini terjadi dikarenakan karena perubahan secara struktur politik. Maka melalui hal itulah akan mendapat sebuah akibat yang esensial di dalam hasil yang diperoleh. Yakni berupa partisipasi dari struktur politik yang digunakan bagi para pengguna Tiktok dan dihubungkan dengan posisi serta pengaruh bagi diri mereka sendiri (Bao & Samosir, 2021).

Struktur dalam komunikasi politik merupakan satu aspek yang berubah secara signifikan dengan penggunaan Tiktok. Media sosial seperti Tiktok merupakan salah satu bentuk perkembangan informasi dan teknologi. Tidak hanya terkait dengan gaya hidup masyarakat saja, namun media sosial ini akan menjadi sebuah kebutuhan yang akan dimanfaatkan bagi banyak orang. Sehingga media social berupa Tiktok akan menjadi sebuah alat dalam komunikasi yang akan bermanfaat untuk menggunakan kode tutur sebagai sebuah bahan yang paling utama di dalam pengekspresian serta interaksi yang ada di tengah masyarakat. Melalui hal ini Tiktok juga dimanfaatkan sebagai sebuah bentuk penukar informasi ditengah hubungan pertemanan baik melalui foto atau video (Boinauw et al., 2024).

Generasi yang saat ini lebih bersuara melalui Tiktok akan dikaitkan dengan perspektif dan pandangan politiknya. Sebagai sarana yang sangat efektif untuk literasi politik, Tiktok menyediakan berbagai informasi politik yang up-to-date dan dapat diakses oleh Gen Z. Kehadiran formulasi branding dari politik akan memberikan hal yang efektif dalam menggunakan Tiktok karena mereka harus memahami bahwa ada platform yang berbasis *user generated content*. Di mana para politisi dan juga stake holdernya membentuk citra berbeda yang mereka inginkan, sehingga dalam hal ini Generasi Z terhadap isu politik dalam isu tertentu atau di area umum (Cuprianto dan Firmansyah, 2023).

Melalui dasar inilah didalam melakukan berbagai strategi pada komunikasi politik yang ada di Tiktok dibutuhkan beberapa cara yang intensif dan juga dapat menunjang proses ditengah survei dengan semua bentuk pemberitaan di dalam menghadapi hal atau isu yang disebarluaskan melalui Tiktok. Hal ini dapat dilakukan dengan cara generasi Z di Tiktok, melakukan Upaya persuasi public mengenai isu politik (Fitriani et al., 2022). Melalui hal ini juga akan menjadi sebuah fakta bahwa para pemimpin tidaklah lagi memberikan batas di dalam berpendapat khususnya generasi Z.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan di atas oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan dalam menggunakan Tiktok sebagai sarana informasi politik memiliki keuntungan secara strategis. Di dalam penggunaan sarana ini dapat digunakan sebagai media sosial sebagai penyampai aspirasi bagi para generasi Z. Penggunaannya yang efektif, mudah dan praktis ini menjadikan Tiktok sebagai sebuah media penyampaian informasi bagi generasi Z. Media utama dalam komunikasi politik ini memberikan kepada penguasa yang ada menjadi hal yang digunakan dalam penyampaian kebijakan publik, pernyataan dan juga segala fenomena yang berkaitan dengan public.

Dengan mudahnya dalam pengaksesan dan juga biaya yang rendah inilah menjadi nilai yang baik dalam penggunaan Tiktok. Media tidak bisa dua arah atau hanya terpusat. Namun, ketika media sosial digunakan sebagai alat komunikasi politik, mereka mendapat reaksi dari masyarakat. Jangan lupa jangkauan media sosial, yang bisa menjangkau siapa saja, di mana saja. Oleh karena itu, media sosial merupakan sarana yang efektif dan fenomena yang menarik untuk dikaji dalam kajian komunikasi politik kontemporer. Tiktok adalah *platform* di mana kaum muda dapat membagikan aspirasi, pemikiran, dan pendapat mereka. Generasi Z tidak pernah bosan mengedit foto mereka untuk menghasilkan versi Tiktok yang paling menarik dari sudut pandang mereka sendiri. Oleh karena itu, media sosial jenis ini bisa menarik perhatian banyak generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamri, J., Bena, M., Katili, Y., Tabo, S., Gorontalo, U., & Politik, P. Pendidikan Politik Generasi Muda Melalui Instrumen Media Sosial. 3, 2024.
- Arianto, B. Kampanye Kreatif dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2016. <https://doi.org/10.22146/jsp.10854>
- Bao, B., & Samosir, P. A. Utilitas Media Sosial Dalam Peningkatan Literasi Politik Mahasiswa Universitas Sains Dan Teknologi Jayapura”. *Dinamis*, 18(2), 1–9, 2021. <http://ojs.ustj.ac.id/dinamis/article/view/923>
- Boinauw, I., Kelibay, I., & Kadir, M. A. A. MEDIA SOSIAL DAN POLITIK GENERASI MILENIAL KOTA. 1(1), 2024.
- Cuprianto, C., & Firmansyah, M. Optimalisasi Pembelajaran Sejarah dengan Pendekatan Kontekstual untuk Meningkatkan Literasi Politik Siswa Sekolah Menengah Atas. 2, 61–67, 2023.
- Efriza & Indrawan, J. Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris. Malang: Intrans Publishing, 2018.
- Fitriani, L., Aminudin, I., & Rengi, P. Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Generasi Milenial. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 46–55, 2022. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i1.6517>
- Isyanawulan, G., & Hendarso, Y. Nawadeepa : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pendidikan Literasi Politik Untuk Siswa SMA Negeri 25 Kabupaten Banyuasin. 1, 2023.
- Malik, I., Khaerah, N., Prianto, A. L., & Hamrun, H. Edukasi politik virtual era demokrasi digital pada sekolah menengah kejuruan. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 1(1), 39–47, 2020. <https://doi.org/10.33292/mayadani.v1i2.14>

- Nurgiansah, T. H. Petuah Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Kontestasi Politik. *Academy of Education Journal*, 12(1), 39-47, 2021.
- Prasetyo, K. B., Putri, N. A., & Pramono, D. Pendidikan Politik Generasi Muda Melalui Gerakan Voluntarisme Komunitas Milenial. *Konservasi Pendidikan*, 3(1), 1–29, 2020.
- Shofi, S., Seroja, D. P., Fajerin, M. N., Caesar, D., Sari, J. I., Zulfikar, A., ... & Sasmita, Y. D. Kebebasan Media Mengancam Literasi Politik (Vol. 1). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligensia Media (Intrans Publishing Group), 2020.
- Tabroni, R. Komunikasi Politik Pada Era Multimedia. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Taryadi, T., & Yuniarto, E. Upaya Menangkal Konten Negatif dengan Pelatihan Literasi Digital Bagi Generasi Muda. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 2(2), 143–150, 2022. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v2i2.605>
- Triono, E. K. O., Studi, P., Penyiaran, K., Ilmu, F., Dan, D., Komunikasi, I., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. STRATEGI LITERASI POLITIK ISLAM AGENDA PARLEMEN REMAJA DPR RI : STUDI KASUS PERWAKILAN SISWA SMA SE- STRATEGI LITERASI POLITIK ISLAM AGENDA PARLEMEN REMAJA DPR RI : STUDI KASUS PERWAKILAN SMA SISWA SE-, 2020.