

Persepsi Mahasiswa dan Pelajar Tentang Lagu PAN 12 di Tiktok

Oleh:

Indah Kartika Devi

Dosen Pembimbing:

Kukuh Sinduwiatmo, M. Si

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,

22 Agustus 2023



Latar Belakang

Media elektronik saat ini terus berinovasi dan di dukung oleh adanya internet, dan media sosial yang digunakan oleh individu untuk kepentingan mereka. Media baru ini dapat menentukan upaya untuk menampilkan citra baru, termasuk politisi. . Komunikasi politik merupakan proses dimana lambing dan symbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok dikirimkan kepada orang lain untuk meningkatkan wawasan, berpikir, dan mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target.

Lanjutan

Era digital yang maju atau berkembang, media sosial sudah menjadi alat efektif untuk menyebarkan pesan politik kepada khalayak luas. Salah satu platform media sosial yang populer saat ini adalah TikTok, yang telah menjadi wadah bagi banyak kampanye politik untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pemilih muda. TikTok merupakan salah satu media menarik untuk kampanye. Dikarenakan TikTok termasuk media sosial yang melaju berkembang serta bisa dipakai sebagai sarana berkomunikasi politik. Berdasarkan data yang sudah diperoleh oleh (Kepios 2022), pada bulan April 2022 tercapai 99 juta orang pengguna aplikasi TikTok. Rata-rata pengguna berusia 18 tahun keatas dengan jumlah 51,1% dari populasi masyarakat Indonesia untuk pengguna perempuan dengan jumlah 66% penggunanya sedangkan 34% pengguna berjenis kelamin laki-laki. Dengan data yang di atas Indonesia menjadi peringkat ke dua pengguna aplikasi TikTok. Seiring bertambahnya pengguna TikTok, TikTok bisa menjadi alat strategis bagi para aktor politik dan tim media mereka untuk mendorong narasi politik selama periode pemilihan umum (pemili)

Rumusan Masalah

- Bagaimana penerimaan pesan masyarakat tentang lagu PAN 12 di Tiktok?

Teori

- Pesan politik merupakan inti dari kekuatan dalam membangun realitas seorang komunikator politik. Nimmo (2009) menjelaskan beberapa jenis pesan politik yang memiliki peran penting. Pertama, retorika, yang melibatkan penggunaan seni bahasa yang persuasif dan efektif dalam berkomunikasi, baik dalam interaksi antarpersonal, kelompok, maupun publik. Tujuan utamanya adalah mempengaruhi lawan bicara agar memiliki persepsi yang sama dengan komunikator politik. Selanjutnya, iklan politik, yang mirip dengan iklan komersial, bertujuan untuk memperkenalkan partai politik kepada masyarakat agar mereka mau memilih atau mendukung partai tersebut.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan, metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Bodgan dan Tyler yaitu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa istilah maupun sikap yang dapat diamati (Elisa Lestari, n.d.). Jumlah informen yakni 6 orang, adapun karakteristik informen adalah orang Sidoarjo dan khalayak aktif menggunakan Tiktok. Jenis metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan penelitian purposive. Purposive sampling merupakan teknik sampling yang menetapkan peneliti jika peneliti mempunyai penijauan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel bertujuan tertentu (Santina et al., 2021).

Metode Penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Analisis data adalah teknik dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk mengorganisasikan, menjabarkan, dan membuat kesimpulan berdasarkan data kualitatif. Data kualitatif diperoleh dari wawancara mendalam atau observasi. Miles dan Huberman (1994) menjelaskan bahwa proses analisis data kualitatif melibatkan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi, yang dapat dilakukan berulang kali sesuai kebutuhan penelitian (Asrat1 & Kalaloi2, n.d. 2022).

Hasil dan Pembahasan

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi persepsi Davidoff, yang mungkin termasuk dalam konteks ini. Yaitu faktor pengaruh media sosial, faktor pengaruh pesan dan karakteristik pesan. Faktor-faktor ini bersifat umum, dan persepsi seseorang terhadap kampanye Partai PAN melalui lagu PAN 12 di TikTok dapat bervariasi tergantung pada preferensi individu dan konteks masyarakat yang lebih luas.

Lanjutan

Media sosial dapat digunakan oleh partai politik untuk menjangkau audiens yang lebih luas daripada melalui saluran tradi sional. Ini juga memungkinkan partai politik untuk berinteraksi langsung dengan pemilih potensi. Pesan politik yang disampaikan melalui media sosial akan mendapatkan umpan balik berupa respon dari khalayak, baik tanggapan positif berupa dukungan atau tanggapan negative berupa komentar, kritikan, dan lainnya. Media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam mempengaruhi masyarakat. Sebagai contoh, partai PAN menggunakan media Tiktok untuk menyampaikan kampanye PAN 12. Hal tersebut didasarkan dalam pernyataan-pernyataan sebai berikut:

“Hasil wawancara dengan akun @dell_ pengguna aplikasi Tiktok, aplikasi Tiktok cukup efektif buat media kampanye partai PAN melalui lagu PAN 12. Dikarenakan Tiktok untuk sekarang menjadi media yang disukai oleh semua kalangan terutama kalangan anak-anak mudah dan Tiktok memiliki fitur-fitur yang mendukung kampanye partai PAN”.

Dari penuturan diatas penting bagi Partai PAN untuk merespons kritik ini dengan transparansi, keterbukaan, dan komunikasi yang substansial. Dengan memperkuat konten kampanye yang inklusif, serta menghargai perbedaan pendapat, partai politik dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang tujuan dan rencana politik mereka. Dalam hal ini, kampanye melalui media sosial Tik Tok menjadi sarana yang efektif menciptakan keterlibatan dan partisipasi publik yang luas.

Lanjutan

Faktor pengaruh pesan yaitu cara pandang seseorang, nilai-nilai mereka, perasaan yang sedang dirasakan, latar belakang mereka, peran yang dimainkan, pengetahuan tentang topik, dan hubungan dengan orang lain. Pandangan seseorang yaitu bagaimana pendukung dan pemirsa lagu PAN 12 memahami dan menginterpretasikan pesan dalam lagu tersebut akan mempengaruhi sejauh mana kampanye tersebut berhasil. Nilai yaitu pesan dalam lagu tersebut mungkin mencerminkan nilai-nilai partai PAN. Emosi yaitu lagu PAN 12 apakah memiliki kemampuan untuk memicu emosi. Latar belakang yaitu sosial, budaya, dan ekonomi pemirsa dapat mempengaruhi cara mereka merespons kampanye ini. Peran yaitu peran masyarakat dalam kampanye ini juga bisa memengaruhi cara mereka menerima pesan. Pengetahuan tentang partai PAN, program-programnya, dan isu-isu yang diangkat dalam lagu akan memengaruhi pemahaman mereka terhadap kampanye ini. Hubungan yaitu hubungan antara partai PAN dengan para pendukungnya atau pemirsa di platform TikTok akan mempengaruhi sejauh mana pesan kampanye tersebar dan diterima. Dalam konteks ini peneliti menemukan informasi yang beragam, hal tersebut didasarkan dalam pernyataan-pernyataan berikut:

“Hasil wawan cara dengan akun @cumikering pengguna aplikasi Tiktok, lagu PAN 12 memiliki pesan yang cukup jelas di fahami oleh masyarakat. Tetapi pesan tersebut bisa membuat orang menjadi mengkritik karena pesan tersebut terkadang tidak sesuai kenyataan di lapangn ketika menjabat.

Pentingnya untuk menerima kritikan dann memperbaiki kekurangan agar kampanye berjalan berhasil. Selain pesan yang sudah di buat seharusnya dilaksanakan agar tidak membuat masyarakat menjadi kurang percaya lagi dengan visi misi yang selanjutnya.

lanjutan

Karakteristik pesan yaitu atribut yang melekat pada pesan dimana dalam konteks ini pesan yang di sampaikan partai PAN 12 melalui lagu PAN 12, sedangkan isi pesan iyalah informasi atau materi yang ingin disampaikan kepada masyarakat melalui lagu PAN 12, gaya komunikasi ialah Gaya komunikasi merujuk pada cara atau gaya yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui lagu PAN 12, kejelasan pesan ialah mengacu pada tingkat kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan partai PAN melalui lagu PAN 12, dan konsistensi pesan kesesuaian dan keselarasan pesan yang disampaikan dengan pesan-pesan sebelumnya atau dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi atau individu yang mengirimkan pesan. Dengan nilai dan kepentingan masyarakat dapat mempengaruhi persepsi mereka. . Pesan yang lebih menarik, relevan, dan mudah dimengerti cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar pada persepsi. Dalam konteks ini peneliti menemukan informasi yang beragam mulai dari mendukung ada juga yang kurang suka. Hal tersebut didasarkan dalam pernyataan-pernyataan berikut:

“Hasil wawancara dengan akun @cumikering pengguna aplikasi Tiktok, kejelasan pesan yang disampaikan oleh partai PAN 12 melalui lagu PAN 12 di Tiktok cukup jelas dan banyak orang yang menerimanya dengan membuat konten meme lucu tetapi juga ada yang kurang setuju karena apa yang disampaikan terkadang cuma ucapan saja tapi tidak dilakukan. Untuk gaya komunikasi yang disampaikan sangat unik diman konten yang di buat tarian serta lagu yang di sampaikan membuat orang menjadi ikut trend tersebut”.

Jika terdapat kritik terhadap kampanye melalui lagu PAN 12 di Tik Tok, penting bagi Partai PAN untuk merespons dengan transparansi, keterbukaan, dan komunikasi yang substansial. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap partai PAN.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian , penelitian tentang penerimaan pesan masyarakat terhadap lagu PAN 12 di TikTok menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye ini berhasil menciptakan popularitas dan viralitas di platform TikTok. Meskipun demikian, terdapat pandangan yang bervariasi, dengan beberapa orang menilai konten kampanye tersebut lucu dan menarik, sementara yang lain mengkritik fokus pada pencitraan daripada substansi politik. Kampanye melalui media sosial TikTok memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih luas daripada saluran tradisional, memungkinkan partai politik berinteraksi langsung dengan pemilih potensial. Namun, perlu diwaspadai bahwa terlalu berfokus pada kepopuleran dan daya tarik platform dapat mengabaikan isu politik yang lebih mendalam. Oleh karena itu, penting bagi Partai PAN untuk merespons kritik dengan transparansi, keterbukaan, dan komunikasi substansial. Dengan memperkuat konten kampanye yang inklusif dan menghargai perbedaan pendapat, partai politik dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai tujuan dan rencana politik mereka, serta memanfaatkan kampanye melalui media sosial TikTok sebagai sarana efektif untuk mendorong keterlibatan dan partisipasi publik yang luas.

Manfaat Penelitian

- Penelitian ini diharapkan mampu memahami Penerimaan Pesan Masyarakat Tentang Lagu PAN 12 di Tiktok

Referensi

- [1] Ardha, B. (2014). Ardha: Social Media sebagai media kampanye partai SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA. In *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol. 13, Issue 01). <http://oreilly.com/web2/archive/>
- [2] Asrat1, S., & Kalaloi2, A. F. (n.d.). *Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi*.
- [3] Dr Umaima Wahid. (2016). *Komunikasi Politik* (Nunik Siti Nurbaya, Ed.; Dr Umsimah Wahid).
- [4] Effendi1, M. W., Hendra2, Y., & Matondang1, A. (n.d.). *Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan Community Perceptions of the Image of Medan City Government Through Instagram Social Media Account @humas_pemkomedan*. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif>
- [5] Elisa Lestari, Y. (n.d.). *PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK KECANTIKAN WARDAH*. <http://wardahbeauty.com>
- [6] Faudy Akbar, R. (2015). *ANALISIS PERSEPSI PELAJAR TINGKAT MENENGAH PADA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI KUDUS* (Vol. 10, Issue 1).
- [7] Fitra, H., Dosen, S., Jurnalistik, J., Dakwah, F., & Komunikasi, D. (n.d.). *Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Bentuk Saluran Komunikasi (Haidir Fitra Siagian) PENGARUH DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK*.
- [8] Hidayat, H., & Muksin, N. N. (n.d.). *Ganjar Pranowo's Political Public Relations to Build Political Communication on Social Media*.

- [9] *MEDIA SOSIAL DAN PESAN POLITIK*. (n.d.).
- [10] *Memahami Pesan Kampanye Politik Dalam Permainan Selamatkan Jakarta*. (n.d.).
- [11] Munzir, A. A. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(2), 173. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.2691>
- [12] Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial : Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47. <https://doi.org/10.24905/jip.v4i1.1212>
- [13] Rosadi, B., Darmawan, C., Anggraeni, L., & Kunci, K. (2020). *THE INFLUENCE OF POLITICAL MESSAGE ON SOCIAL MEDIA FOR INCREASING THE POLITICAL LITERACY OF MILLENIAL GENERATION*.
- [14] Santina, R. O., Hayati, F., Oktarina, D. R., Bina, U., & Getsempena, B. (2021). ANALISIS PERAN ORANGTUA DALAM MENGATASI PERILAKU SIBLING RIVALRY ANAK USIA DINI. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* (Vol. 2, Issue 1).
- [15] Sarbaini, H., & Matnuh, Z. (n.d.). *PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PARTAI POLITIK DI DESA TERANTANG KECAMATAN MANDASTANA KABUPATEN BARITO KUALA*.
- [16] Zahara Mika, B. T. S. (2018). PERSEPSI MASYARAKAT PULO BREUEH KECAMATAN PULO ACEH TERHADAP PENDIDIKAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(1), 1–13.

