

Pengaruh Penggunaan Tiktok terhadap Partisipasi Pemilih Muda dalam Pemilihan Presiden (Studi Kasus pada Generasi Z pada Pemilu 2024 Kota Kupang)

Juannita Paulo Cicilia Da Cruz^{1*}, Laurensius P. Sayrani², Jim Briand Kolianan³

¹⁻³ Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia

juannitadacruz302017@gmail.com¹, laurensiussayrani@staf.undana.ac.id²,

jim.kolianan@staf.undana.ac.id³

Alamat Kampus: Jln Adisucipto, Penfui, Kupang, Nusa Tenggara Timur

Korespondensi Penulis: juannitadacruz302017@gmail.com*

Abstract This study aims to examine the influence of TikTok usage on youth voter participation among Generation Z in the 2024 Presidential Election in Kupang City. TikTok, as one of the most popular social media platforms among young people, serves as a medium for spreading political information, forming political identity, and mobilizing political participation. Using a quantitative approach with a survey method involving 396 respondents, the data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that engagement with political content, political identity formation, and political mobilization through TikTok significantly influence youth voter participation. These findings affirm the strategic role of social media in enhancing political awareness and engagement among the younger generation.

Keywords: Tiktok, Generation Z, Political Participation, Youth Voters, Social Media

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan TikTok terhadap partisipasi pemilih muda dari Generasi Z dalam Pemilu Presiden 2024 di Kota Kupang. TikTok sebagai media sosial yang sangat populer di kalangan anak muda, menjadi sarana penyebaran informasi politik, pembentukan identitas politik, dan mobilisasi partisipasi politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap 396 responden dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dengan konten politik, pembentukan identitas politik, dan mobilisasi melalui TikTok berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih muda. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berperan strategis dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan politik generasi muda.

Kata Kunci: Tiktok, Generasi Z, Partisipasi Politik, Pemilih Muda, Media Sosial

1. LATAR BELAKANG

Di era digital, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan generasi muda, khususnya Generasi Z (lahir tahun 1995-2010). TikTok sebagai platform berbasis video pendek menjadi salah satu media paling digemari oleh generasi ini, termasuk dalam konsumsi informasi politik. Kota Kupang yang memiliki dominasi penduduk muda merepresentasikan potensi besar keterlibatan politik melalui media digital. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU), generasi Z menyumbang lebih dari 46.800 pemilih pada Pemilu 2024. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana TikTok mempengaruhi partisipasi politik generasi Z, baik dalam hal konsumsi konten, pembentukan identitas politik, maupun mobilisasi suara.

2. KAJIAN TEORITIS

Keterlibatan dengan Konten Politik di TikTok (X1)

Variabel ini dianalisis menggunakan Teori Uses and Gratifications yang dikembangkan oleh Blumler dan Katz (1974). Teori ini menjelaskan bahwa individu menggunakan media secara aktif untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Dalam konteks TikTok, pengguna generasi Z secara sadar memilih untuk mengakses dan terlibat dengan konten politik karena mereka mendapatkan kepuasan tertentu baik itu pemahaman isu terkini, rasa memiliki dalam diskusi politik, maupun hiburan dari konten yang disajikan secara menarik.

Indikator dalam variabel ini mencakup:

- Informasi
Seberapa sering responden menggunakan TikTok untuk mencari dan memahami informasi politik.
- Interaksi Sosial
Keterlibatan dalam komentar, berbagi, dan diskusi politik melalui fitur TikTok.
- Hiburan
Ketertarikan pada konten politik yang dikemas secara kreatif dan menghibur.

Pembentukan Identitas Politik melalui TikTok (X2)

Variabel ini mengacu pada Teori Kognitif Sosial dari Albert Bandura (1986) yang menyatakan bahwa perilaku manusia terbentuk melalui proses observasi, modeling, self-efficacy (keyakinan diri), dan determinasi timbal balik. TikTok menyediakan ruang dimana pengguna dapat meniru perilaku, ekspresi politik, atau sikap dari figur-figur publik dan influencer yang mereka kagumi. Generasi Z membentuk identitas politiknya tidak hanya dari pengalaman langsung tetapi juga dari pengamatan terhadap konten politik yang muncul di platform.

Indikator dalam variabel ini mencakup:

- Observasional
Melihat dan mempelajari isu politik dari konten TikTok.
- Modeling
Meniru gaya atau sudut pandang politik dari pengguna lain.
- Self-efficacy
Meningkatnya rasa percaya diri dalam berbicara atau bertindak secara politik.

- Determinasi timbal balik
Interaksi dua arah antara konten yang dikonsumsi dan keyakinan pribadi.

Mobilisasi Politik melalui TikTok (X3)

Variabel ini didasari oleh Teori Mobilisasi Politik dari Putnam dan Campbell. Teori ini menekankan pentingnya faktor eksternal dalam meningkatkan partisipasi politik, seperti ajakan kampanye, penyebaran informasi, dan dorongan melalui media sosial. TikTok sebagai media digital memungkinkan berbagai aktor politik dan institusi (seperti KPU, partai politik, atau aktivis) untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye dan ajakan pemilu secara masif dan kreatif.

Indikator dalam variabel ini mencakup:

- Penyediaan Informasi
TikTok sebagai sumber informasi politik dan prosedur pemilu.
- Kampanye
Keterlibatan dalam konten kampanye digital yang ditujukan untuk mempengaruhi pilihan politik.

Partisipasi Pemilih Muda (Y)

Variabel ini mengacu pada Teori Keterlibatan Politik (Political Engagement Theory) dari David E. Campbell (2006) yang mengkaji tingkat keterlibatan individu dalam aktivitas politik. Teori ini membagi bentuk partisipasi menjadi beberapa jenis:

- Partisipasi Elektoral
Tindakan seperti memilih dalam pemilu.
- Partisipasi Organisasi
Keterlibatan dalam kegiatan atau komunitas politik.
- Diskusi Politik
Aktif dalam percakapan dan debat mengenai isu-isu politik.
- Protes dan Aktivisme
Terlibat dalam aksi sosial atau politik untuk menyuarakan pendapat.

Dalam konteks TikTok, semua bentuk partisipasi tersebut difasilitasi melalui konten yang interaktif dan viral, sehingga memungkinkan pemilih muda merasa lebih terhubung dengan proses politik.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara penggunaan TikTok dan partisipasi pemilih muda. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan Google Form. Penelitian ini juga dilengkapi dengan studi dokumentasi untuk memperkuat data kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: pengguna TikTok aktif, usia 17–25 tahun, dan berdomisili di Kota Kupang. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Untuk variabel X1 (Keterlibatan dengan Konten Politik), indikatornya adalah informasi, interaksi sosial, dan hiburan. Untuk variabel X2 (Pembentukan Identitas Politik) menggunakan indikator observasional, modeling, self-enhancing, dan determinasi timbal balik berdasarkan teori kognitif sosial Bandura. Variabel X3 (Mobilisasi Politik) mengacu pada teori mobilisasi politik dengan indikator penyediaan informasi dan kampanye. Sedangkan variabel Y (Partisipasi Pemilih Muda) meliputi partisipasi elektoral, organisasi, diskusi politik, serta protes dan aktivisme dengan menentukan populasi menggunakan rumus slovin dengan populasi yang digunakan menggunakan rumus slovin

$$\frac{N}{1 + N \times e^2}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi (39.100)

e = tingkat kesalahan yang ditoleransi (0.05)

Dengan populasi sebesar 39.100 dan tingkat kesalahan 5%, perhitungan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{39,100}{1 + 39,100 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{39,100}{1 + 39,100 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{39,100}{1 + 97,75}$$

$$n = \frac{39,100}{98,75} n = 396$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui jumlah sampel adalah sebesar 396 orang. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 25 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Selain

itu, dilakukan uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda, uji simultan (uji F) dan uji persiapan (uji T) untuk memastikan asumsi klasik terpenuhi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Keterlibatan dengan Konten Politik (X1)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 ($< 0,05$), yang berarti keterlibatan dengan konten politik di TikTok berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih muda. Generasi Z di Kota Kupang sering menonton video politik, mengikuti akun politikus atau aktivis, serta berinteraksi melalui komentar dan likes pada konten politik. Tingginya frekuensi paparan informasi politik melalui TikTok membentuk kesadaran politik dan mendorong pemuda untuk lebih aktif dalam proses demokrasi. Indikator hiburan juga turut memberikan efek positif. Format video yang menarik, penggunaan musik populer, dan gaya penyampaian santai membuat isu-isu politik lebih mudah diterima oleh anak muda.

Tabel 1. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.783	1.036		1.721	.086
	Keterlibatan dengan konten Tiktok (X1)	.043	.07	.058	1.590	.003
	Pembentukan identitas politik melalui TikTok (X2)	.119	.038	.182	3.105	.002
	Mobilisasi politik melalui TikTok (X3)	.700	.048	.685	14.467	.000
a. Dependent Variable: Partisipasi Pemilih Muda(Y)						

Pengaruh Pembentukan Identitas Politik (X2)

Variabel X2 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002, artinya berpengaruh secara signifikan terhadap partisipasi politik. Identitas politik terbentuk melalui proses observasi dan modeling terhadap figur publik atau influencer yang aktif menyuarakan isu politik di TikTok. Banyak responden mengaku bahwa mereka membentuk opini politik, nilai, bahkan pilihan terhadap calon presiden berdasarkan tokoh-tokoh yang mereka kagumi di media sosial ini. Bandura menyatakan bahwa pembelajaran sosial sangat mungkin terjadi di ruang digital. TikTok memberi peluang kepada Generasi Z untuk belajar dari apa yang mereka lihat,

mengembangkan kepercayaan diri (self-efficacy), dan membangun determinasi timbal balik dalam komunitas digital mereka.

Tabel 2. Pengaruh Pembentukan Identitas Politik

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.783	1.036		1.721	.086
	Keterlibatan dengan konten Tiktok (X1)	.043	.07	.058	1.590	.003
	Pembentukan indentitas politik melalui TikTok (X2)	.119	.038	.182	3.105	.002
	Mobilisasi politik melalui TikTok (X3)	.700	.048	.685	14.467	.000
a. Dependent Variable: Partisipasi Pemilih Muda (Y)						

Pengaruh Mobilisasi Politik (X3)

Hasil analisis menunjukkan bahwa X3 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti mobilisasi politik melalui TikTok juga berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih muda. Banyaknya kampanye digital dari KPU, partai politik, maupun aktivis membuat TikTok menjadi ruang mobilisasi politik yang efektif. Ajakan memilih, informasi prosedur pemilu, dan konten yang membangun kesadaran kolektif terbukti mampu menggerakkan pemilih muda untuk berpartisipasi aktif. Selain itu, TikTok juga digunakan sebagai sarana kampanye kreatif oleh para calon presiden maupun tim sukses mereka dengan pendekatan yang lebih visual, interaktif, dan emosional.

Tabel 3. Pengaruh Mobilisasi Politik

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.783	1.036		1.721	.086
	Keterlibatan dengan konten Tiktok (X1)	.043	.07	.058	1.590	.003
	Pembentukan indentitas politik melalui TikTok (X2)	.119	.038	.182	3.105	.002
	Mobilisasi politik melalui TikTok (X3)	.700	.048	.685	14.467	.000
a. Dependent Variable: Partisipasi Pemilih Muda (Y)						

Dampak Terhadap Partisipasi Pemilih Muda (Y)

Partisipasi pemilih muda diukur dari empat indikator: elektoral, organisasi, diskusi politik, dan aksi protes. Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan akan menggunakan hak pilih mereka dalam Pemilu 2024. Selain itu, mereka juga aktif berdiskusi tentang politik, baik secara langsung maupun melalui komentar di media sosial. Sebagian kecil responden juga mengikuti kegiatan organisasi atau komunitas yang berkaitan dengan demokrasi, dan ada pula yang pernah mengikuti aksi kampanye atau kegiatan sosial yang bernuansa politik. Hal ini menegaskan bahwa TikTok berperan tidak hanya dalam hal konsumsi konten, tetapi juga dalam pembentukan partisipasi aktif di kalangan pemuda.

Tabel 4. Dampak Terhadap Partisipasi Pemilih Muda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7293.078	3	2431.026	472.564	.000 ^b
	Residual	2016.579	392	5.144		
	Total	9309.657	395			
a. Dependent Variable: Partisipasi Pemilih Muda (Y)						
b. Predictors: (Constant), Mobilisasi politik melalui TikTok (X3), Keterlibatan dengan konten Tiktok (X1), Pembentukan identitas politik melalui TikTok (X2)						

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) $F_{hitung} = 472.564$
- b) Signifikansi (Sig.) = 0.000

Karena nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0.05, maka H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen, yaitu Keterlibatan dengan Konten TikTok (X1), Pembentukan Identitas Politik melalui TikTok (X2), dan Mobilisasi Politik melalui TikTok (X3) terhadap variabel dependen, yaitu Partisipasi Pemilih Muda (Y).

Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan partisipasi pemilih muda di Kota Kupang. Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterlibatan dengan konten politik di TikTok, pembentukan identitas politik, dan mobilisasi politik terhadap partisipasi pemilih muda dalam Pemilu 2024 di Kota Kupang. Berdasarkan hasil penelitian, seluruh

indikator dalam variabel X1 (Keterlibatan dengan Konten Politik di TikTok), X2 (Pembentukan Identitas Politik melalui TikTok), dan X3 (Mobilisasi Politik melalui TikTok) dinyatakan valid, karena nilai R-hitung masing-masing lebih besar dari R-tabel sebesar 0,05. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003, yang berarti berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih muda (Y). Demikian pula, variabel X2 juga memberikan pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Sementara itu, variabel X3 memberikan pengaruh paling kuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan t-hitung tertinggi sebesar 14,467. Secara keseluruhan, ketiga variabel independen (X1, X2, dan X3) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih muda dalam Pemilu Presiden 2024 di Kota Kupang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, disarankan agar pemerintah dan lembaga politik memanfaatkan TikTok secara strategis sebagai media edukasi dan sosialisasi politik yang efektif. Kolaborasi dengan kreator konten atau influencer yang memiliki pengaruh kuat di kalangan generasi muda dapat menjadi cara untuk menyebarkan informasi politik yang akurat, menarik, dan mudah dipahami. Bagi generasi muda sebagai pemilih, penting untuk bersikap selektif dan kritis dalam mengonsumsi konten politik di TikTok dengan memverifikasi informasi dan mengandalkan sumber yang kredibel, guna menghindari hoaks dan propaganda. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan memperluas cakupan wilayah, menambahkan variabel baru, atau mengkaji dampak keterlibatan politik di media sosial terhadap perilaku memilih dalam jangka panjang. Selain itu, pengguna TikTok yang aktif mengakses konten politik diharapkan tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga terlibat dalam diskusi politik yang sehat dan berbasis data. Melalui partisipasi aktif dan diskusi yang rasional, platform TikTok dapat dimanfaatkan sebagai ruang dialog politik yang konstruktif dan inklusif di kalangan generasi muda.

DAFTAR REFERENSI

- Ain, N., Budi, A., & Citra, R. (2023). Pengaruh media sosial terhadap perilaku generasi Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital*, 12(1), 1–15.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Blumer, H., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratification research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

- Campbell, D. E. (2006). *Why we vote: How schools and communities shape our civic life*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjelang pemilu 2024: Studi kasus tentang akun media sosial partai politik dan politisi.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Kharisma, D. (2015). Peran pendidikan politik terhadap partisipasi politik pemilih muda. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 1(7), 1144.
- Lévy, P. (1997). *Cyberculture* (R. Bononno, Trans.). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press. (Original work published 1990)
- Nisa, S. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat interaksi sosial siswa kelas VII di SMP Negeri 17 Kota Jambi (Skripsi, Bimbingan Konseling).
- Nugroho, P. (2024). Pengaruh terpaan konten video #OOTD di TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Nur, H. (2022). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku belajar peserta didik di SMA Negeri 4 Barru (Skripsi, IAIN Parepare).
- Pitria, E., Utari, D., Marseta, Y., Sari, M. T., & Pangestu, R. A. (2023). Peran pemilih pemula dalam Pemilu 2024. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(3), 210–218.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rahmayani, M., Ramdhani, M., & Lubis, F. O. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku kecanduan mahasiswa. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3327–3343.
- Raudhah, N. (2023). Pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Sari, Q. A. A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana informasi politik generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568–578.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Wicaksono, M. A. (2023). Perancangan konten video TikTok untuk meningkatkan kesadaran Generasi Z menggunakan hak pilih menuju Pemilu 2024. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 36–49.
- Wijaya, N., & Utami, L. S. S. (2021). Pengaruh penyampaian informasi pada aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Prologia*, 5(2), 267–276.