

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1.1.1 Profil Partai Politik Gerindra**

Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) berdiri sejak 6 Februari 2008 sebagai bentuk keprihatinan terhadap rakyat yang terjerat kemelaratan akibat ulah orang-orang yang tidak memperhatikan kesejahteraan. Pada November 2007, Fadli Zon dan Hashim Djojohadikusumo berdiskusi tentang situasi politik yang jauh dari nilai-nilai demokrasi sejati. Mereka khawatir bahwa demokrasi telah disalahgunakan oleh orang-orang yang memiliki kekayaan, menjadikan rakyat hanya sebagai alat. Salah satu korban adalah Hashim sendiri, yang dituduh mencuri benda-benda cagar budaya. Karena keprihatinan ini, mereka sepakat untuk membentuk partai baru yang memperhatikan kesejahteraan rakyat. Meskipun sempat ada pertentangan, kelompok Hashim dan Prabowo berjuang keras untuk mewujudkan gagasan tersebut. Pada Desember 2007, mereka bertemu di markas IPS di Bendungan Hilir untuk membahas struktur partai. Meskipun padat, diskusi berlanjut hingga Fadli jatuh sakit dan harus dirawat di rumah sakit selama dua minggu.

Meskipun awalnya pesimistis, Hashim tetap bersemangat dan akhirnya nama Gerindra muncul, dengan lambang burung garuda yang digagas oleh Prabowo. Partai Gerindra dipimpin langsung oleh Prabowo Subianto, yang sebelumnya dikenal sebagai perwira militer dengan karier cemerlang, termasuk pernah menjabat sebagai Komandan Resimen Pasukan Khusus (Kopassus). Selain latar belakang militernya, Prabowo juga dikenal sebagai menantu dari Presiden Soeharto, pemimpin yang menjabat selama lebih dari tiga dekade di Indonesia.

Berdasarkan perjuangan yang telah dilalui oleh Gerindra, partai ini menjadikan prinsip kedaulatan dan tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai fondasi perjuangannya. Mengacu pada Partai Gerakan Indonesia Raya (2022) Jati diri partai ini mencerminkan komitmennya dalam empat aspek utama. Pertama, Gerindra menjunjung tinggi semangat kebangsaan dengan mengusung nasionalisme yang kuat, kokoh, dan mandiri. Pandangan ini tidak hanya membentuk identitas politik Gerindra tetapi juga mempengaruhi semua bidang kehidupan, baik dalam aspek politik, ekonomi, sosial, budaya, maupun keagamaan. Kedua, prinsip kerakyatan menjadi pilar

utama yang menegaskan bahwa Gerindra adalah partai dari, oleh, dan untuk rakyat. Memperjuangkan kepentingan rakyat menjadi prioritas yang tidak dapat ditawar.

Ketiga, nilai religiusitas juga mewarnai Gerindra. Partai ini menekankan pada nilai Ketuhanan Yang Maha Esa serta mendukung kebebasan bagi setiap warga negara untuk menjalankan agama dan kepercayaan masing-masing. Nilai-nilai ini menjadi pedoman dalam tindakan dan sikap seluruh anggota serta kader partai. Terakhir, Gerindra berkomitmen pada prinsip keadilan sosial dengan visi membentuk masyarakat yang adil dalam berbagai aspek seperti ekonomi, politik, hukum, pendidikan, dan kesetaraan gender. Keadilan ini dicapai melalui penghargaan terhadap hak asasi manusia, persamaan hak, dan pemerataan yang berkelanjutan.

Gerindra pertama kali mengikuti pemilihan umum legislatif pada tahun 2009. Walaupun tergolong baru, partai ini berhasil meraih sekitar 4,46% suara nasional, yang cukup untuk mendapatkan 26 kursi di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Hal tersebut menunjukkan bahwa Partai ini segera mendapatkan dukungan dari berbagai individu dan kelompok karena banyak diantara masyarakat Indonesia memiliki visi dan nilai-nilai yang serupa. Visi dari partai Gerindra ialah "menjadi partai politik yang mampu menciptakan kesejahteraan rakyat, keadilan sosial, dan tatanan politik negara yang melandaskan diri pada nilai-nilai nasionalisme dan religiusitas dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia". Untuk merealisasikan visi tersebut, Partai Gerindra menjalankan misi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, antara lain:

1. Mempertahankan kedaulatan dan tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.
2. Mendorong pembangunan nasional yang menitikberatkan pada pembangunan ekonomi kerakyatan, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan pemerataan hasil-hasil pembangunan bagi seluruh warga bangsa dengan mengurangi ketergantungan kepada pihak asing.
3. Membentuk tatanan sosial dan politik masyarakat yang kondusif untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dan kesejahteraan rakyat.

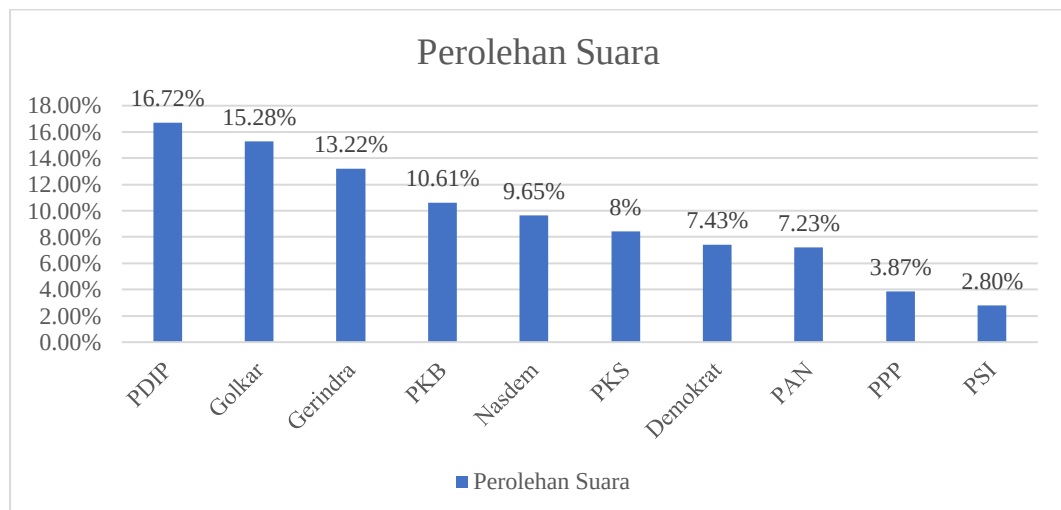
Menegakkan supremasi hukum dengan mengedepankan praduga tak bersalah dan persamaan hak di depan hukum. 7 5. Merebut kekuasaan pemerintahan secara konstitusional melalui Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden untuk

menciptakan lapisan kepemimpinan nasional yang kuat (Partai Gerakan Indonesia Raya, 2022)

### 1.1.2 Peran dan Pengaruh Gerindra dalam Politik Indonesia

Pada pemilihan umum 2019, Partai Gerindra kembali berpartisipasi dalam pemilihan presiden. Kali ini, mereka bergabung dalam koalisi yang dikenal sebagai Koalisi Indonesia Kerja bersama partai-partai lain, termasuk Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) yang dipimpin oleh Presiden Jokowi. Prabowo kembali mencalonkan diri, kali ini sebagai calon presiden dengan Sandiaga Uno sebagai calon wakil presiden. Meskipun pasangan Prabowo-Sandiaga kalah dalam pemilihan, Partai Gerindra tetap menjadi bagian penting dari koalisi pemerintahan, mendukung program-program yang dijalankan oleh Presiden Jokowi. Gerindra pun terus aktif dalam perumusan kebijakan dan mempertahankan posisinya di parlemen.

Kemudian memasuki pemilihan legislatif DPR RI 2024 partai Gerindra menjadi salah satu partai yang menarik perhatian karena banyaknya perolehan suara yang diraih. Grafik berikut akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hasil tersebut:



**Gambar 1.1 Hasil Hitung Suara Legislatif DPR RI 2024**  
(Sumber: Komisi Pemilihan Umum, Februari 2024)

Dari grafik yang telah digambarkan diatas dapat disimpulkan bahwa hasil perolehan suara Partai Politik Gerindra dalam hitungan suara legislatif DPR RI 2024 menunjukkan sebanyak 20.071.708 pemilih di seluruh Indonesia dengan persentase 13,22% suara sah. Angka ini mencerminkan dukungan yang cukup solid dari

masyarakat terhadap Gerindra, mengindikasikan bahwa partai ini berhasil menarik perhatian pemilih dengan visi dan misi yang diusungnya.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945 ditandai dengan diterapkannya Undang-Undang Dasar 1945, sebuah dokumen konstitusi yang menegaskan prinsip-prinsip demokrasi, termasuk kedaulatan rakyat dan perlindungan hak asasi manusia. Proses demokratisasi ini menjadi poin penting dalam perjalanan politik Indonesia, dengan mengadopsi sistem multipartai dan menyelenggarakan pemilihan umum secara teratur untuk memilih pemimpin dan wakil rakyat. Selama beberapa dekade, Indonesia mengalami variasi dalam bentuk pemerintahan, termasuk periode Orde Baru yang cenderung otoriter. Namun, pada tahun 1998, gerakan reformasi mengguncang negara dan membuka jalan menuju kembalinya demokrasi sejati (Noviawati, 2019). Reformasi ini menghasilkan perubahan yang signifikan dalam bentuk pemerintahan, kebebasan berpendapat, serta partisipasi politik masyarakat.

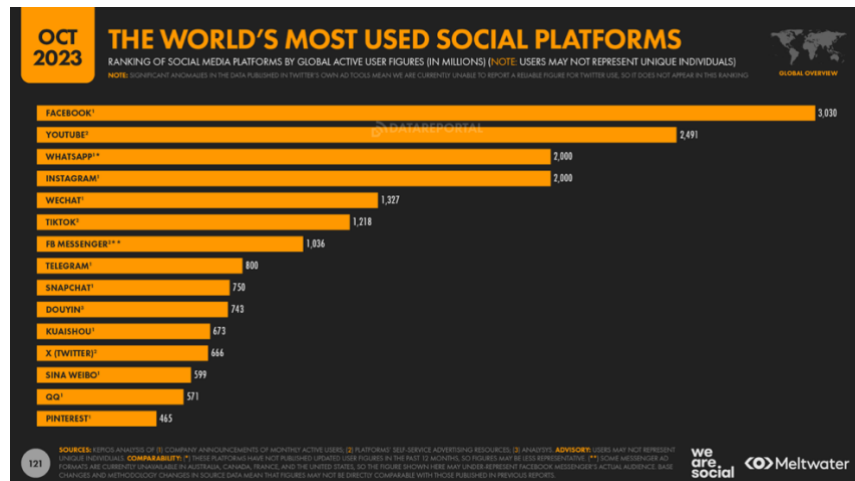
Prinsip-prinsip Pancasila, sebagai ideologi negara, memainkan peran sentral dalam memandu negara menuju demokrasi yang inklusif dan berkeadilan. Dengan populasi yang heterogen dari segi etnis, agama, dan budaya, Indonesia terus berupaya membangun keseimbangan antara keragaman dan persatuan dalam konteks demokrasi. Meskipun Indonesia telah mencapai banyak pencapaian dalam memperkuat fondasi demokrasinya, tantangan-tantangan seperti korupsi, ketidaksetaraan, dan isu-isu hak asasi manusia tetap menjadi fokus perhatian. Pemeliharaan demokrasi yang sehat memerlukan pengawasan terhadap pemerintah, komitmen terhadap prinsip-prinsip demokratis untuk memastikan pembangunan yang berkelanjutan dan kesejahteraan rakyat dan keterlibatan aktif masyarakat (Harefa, 2020).

Saat ini keterlibatan aktif masyarakat dapat dilaksanakan dengan baik karena adanya media baru yang hadir saat ini. Saat ini teknologi menjadi peran penting dalam pusat informasi baik dalam bentuk penyebaran ataupun proses komunikasi itu sendiri. Dengan beragamnya teknologi baru yang hadir memudahkan masyarakat untuk menjangkau informasi. Informasi yang didapat bisa menyesuaikan kebutuhan setiap individu. Baik hiburan, sosial, ekonomi bahkan politik sekalipun. Teknologi tak dapat dipisahkan dari cara para pelaku politik di era saat ini melakukan proses-proses yang

terkait dengan komunikasi politik. Teknologi ini diwujudkan melalui media yang saat ini dikenal sebagai media baru (Indawan, Efriza, & Ilmar, 2020). Dengan adanya media baru yang hadir membuat segala aspek kehidupan lebih mudah. Salah satunya adalah kegiatan berpolitik terutama di Indonesia sendiri yang merupakan negara demokrasi.

Perkembangan teknologi media baru telah menciptakan transformasi besar dalam pengalaman politik masyarakat. Media baru ini, yang didesain untuk meningkatkan jangkauan, kecepatan, dan efisiensi komunikasi manusia, memiliki potensi untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas demokrasi (Tosepu, 2018). Kemajuan teknologi yang sangat cepat belakangan ini telah memacu globalisasi informasi. Media telah menjadi saluran komunikasi yang sangat penting antara pemimpin rakyat dan masyarakat dalam konteks politik. Dalam era informasi digital dan media sosial, pemimpin politik menggunakan platform media untuk menyampaikan pesan, kebijakan, dan visi mereka secara langsung kepada masyarakat (Hidayati, 2021). Sebaliknya, masyarakat dapat memperoleh informasi tentang tindakan pemerintah, keputusan politik, dan isu-isu terkini melalui berbagai bentuk media, seperti televisi, radio, surat kabar, dan terutama media sosial.

Ketersediaan media digital, seperti platform media sosial, memfasilitasi interaksi tanpa terikat oleh batasan geografis atau waktu (Hidayati, 2021). Fasilitas tersebut beragam bentuknya, dimana isinya berupa konten yang disuguhkan dari setiap sosial media itu sendiri. Konten yang dimaksud berupa bentuk media yang ditampilkan yaitu seperti teks, foto atau gambar dan video. Diketahui bahwa setiap sosial media yang saat ini digunakan masyarakat, hampir seluruhnya terdapat elemen tersebut, akan tetapi setiap sosial media tersebut mempunyai identitas masing-masing dilihat dari konten yang diutamakan. Salah satunya adalah sosial media TikTok yang baru saja diluncurkan di tahun 2017 namun sudah menduduki posisi ke-6 sosial media yang paling banyak digunakan di tahun 2023. Dilihat dari usia peluncurannya bisa mengalahkan aplikasi sosial media lainnya yang hadir lebih dulu.



**Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia**  
(Sumber: *We Are Social*, 2023)

TikTok merupakan aplikasi media sosial yang populer, memungkinkan penggunaanya membuat, menonton, dan membagikan video berdurasi 15 detik yang direkam menggunakan perangkat seluler atau webcam. Aplikasi ini dikenal karena video pendeknya yang unik, diubah sesuai dengan preferensi pengguna, dan diiringi oleh musik dan efek suara. Tingkat keterlibatan yang tinggi dan kualitas yang membuat ketagihan menjadi ciri khas dari platform ini. Baik pembuat konten amatir maupun profesional memiliki opsi untuk menambahkan berbagai efek seperti filter, musik latar, dan stiker ke video mereka. Selain itu, mereka dapat berkolaborasi dalam pembuatan konten dan membuat video duet layar terpisah, bahkan jika mereka berada di lokasi yang berbeda.

TikTok ialah aplikasi media sosial yang fokus pada video pendek yang dibuat oleh dan untuk pengguna, dengan durasi antara 15 hingga 60 detik. Meskipun awalnya lebih condong ke hiburan dan komedi, format ini kini semakin umum digunakan untuk infotainment. Pengguna TikTok yang berhasil membangun audiens tetap cenderung memberikan saran, tip, dan melakukan promosi diri. Video tentang kecantikan, mode, keuangan dan penganggaran pribadi, serta memasak menjadi topik populer untuk konten informasi (Cervi, 2021). Selain itu, format ini kian sering digunakan untuk keperluan promosi. Saat ini Media Sosial TikTok juga tengah digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini sesuai dengan unggahan Data Books yaitu Indonesia menjadi negara kedua yang paling banyak pengguna TikTok di Dunia.

10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (April 2023)

databoks

| No. | Nama Data       | Nilai / Pengguna |
|-----|-----------------|------------------|
| 1   | Amerika Serikat | 116.496.000      |
| 2   | Indonesia       | 112.976.500      |
| 3   | Brasil          | 84.137.500       |
| 4   | Meksiko         | 62.445.000       |
| 5   | Rusia           | 51.246.500       |
| 6   | Vietnam         | 50.583.500       |
| 7   | Filipina        | 41.430.500       |
| 8   | Thailand        | 41.066.500       |
| 9   | Turki           | 31.033.500       |
| 10  | Arab Saudi      | 28.372.500       |

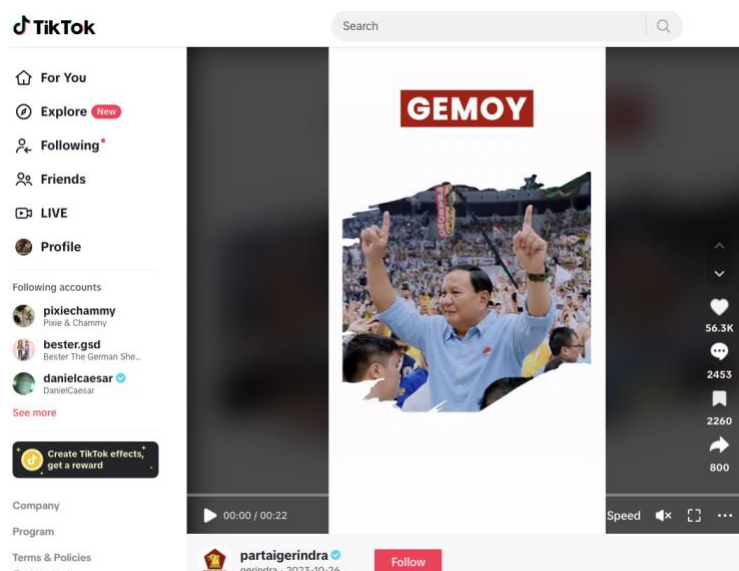
**Gambar 1.3 Data Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia**  
(Sumber: Data Books, April 2023)

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebanyak 112.976.500 masyarakat Indonesia menggunakan Aplikasi TikTok untuk mencari informasi, sarana hiburan dan lainnya (Data Books, April 2023). Hal ini dibuktikan bahwa saat ini TikTok bukan hanya sebagai sosial media sebagai sarana hiburan, namun sosial media TikTok banyak digunakan hal lain seperti adanya kegiatan dalam bidang ekonomi, sosial bahkan politik. Dengan beragam fitur yang diberikan pada sosial media ini, dapat menjangkau audiens dengan mudah. Maka dari itu TikTok menjadi sarana promosi yang paling banyak digunakan saat ini. Bukan hanya produk ataupun brand, saat ini TikTok menjadi media untuk mempromosikan Partai Politik (Cervi & Liadó, 2021).

Media memberikan panggung yang demokratis, di mana pemimpin dapat diakses dan diawasi oleh masyarakat secara lebih langsung. Interaksi dua arah melalui komentar, tanggapan, dan pembahasan online memungkinkan terbentuknya dialog politik antara pemimpin dan rakyat. Oleh karena itu, media bukan hanya sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat partisipasi public dengan para politisi yang aktif (Vijay & Gekker, 2021). Perkembangan teknologi media baru telah menciptakan transformasi besar dalam pengalaman politik masyarakat. Media baru ini, yang didesain untuk meningkatkan jangkauan, kecepatan, dan efisiensi komunikasi manusia, memiliki potensi untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas demokrasi (Vijay & Gekker, 2021). Hal ini pun sudah mulai dirasakan oleh masyarakat Indonesia. Sebagai negara demokrasi yang di dalamnya kegiatan berpolitik masih sangat aktif. Kehadiran sosial media ini dimanfaatkan oleh

partai politik yang ada di Indonesia untuk kegiatan berpolitik serta menjangkau masyarakat lebih dekat dan salah satu bentuk upaya memperkenalkan identitas dari partai tersebut kepada masyarakat luas. Salah satunya adalah melalui media sosial yang saat ini hampir setiap individu dapat mengaksesnya dengan mudah, dari berbagai kalangan tak terpaut jarak ataupun usia, maka sosial media bisa menjadi sarana berpolitik.

Pada penelitian ini berfokus kepada partai politik yang mengikuti pemilu 2024. Dikutip dari situs Komisi Pemilihan Umum (KPU), Pemilu 2024 diikuti oleh 24 Partai Politik, dengan diantaranya 18 Partai Nasional dan 6 Partai Lokal Aceh (KPU, 2022). Dari 18 partai politik ini seluruhnya mempunyai sosial media untuk melakukan kegiatan berpolitiknya dan semakin aktif di masa pemilu ini dalam bentuk berkampanye secara online. Pada penelitian ini akan berfokus kepada salah Partai Gerindra yang dimana partai tersebut memenangkan suara pemilihan Presiden Indonesia pada masa pemilu tahun 2024. Oleh karena itu dengan adanya kemenangan yang diperoleh oleh partai politik Gerindra, membuat peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai cara berkampanye secara online di media sosial TikTok. Hal ini juga didasari dengan adanya kampanye yang dibuat berbeda oleh partai Gerindra dengan partai politik lainnya. Salah satunya adalah dengan trend ‘Gemoy’ dan ‘Satu Putaran’ yang dibuat partai Politik Gerindra.



**Gambar 1.6 Konten Video TikTok Partai Gerindra  
(Sumber: TikTok/Gerindra, Oktober 2023)**





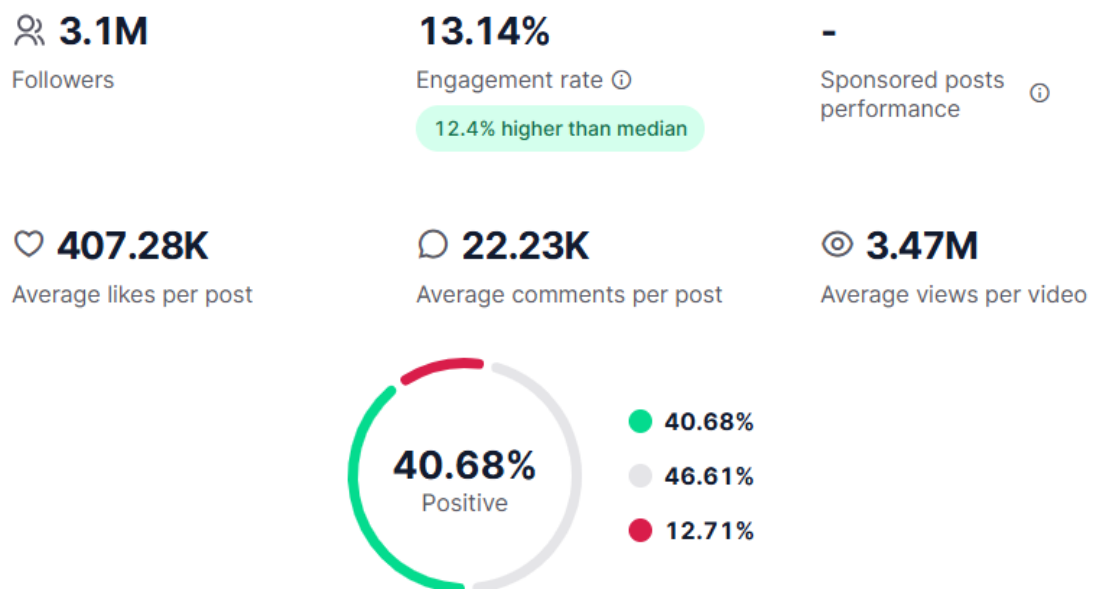
**Gambar 1.7 Konten Video TikTok Partai Gerindra  
(Sumber: TikTok/Gerindra, Oktober 2023)**

Kedua konten tersebut yang membuat banyak orang-orang tertarik untuk berinteraksi secara langsung dengan akun resmi partai tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai cara berkampanye partai politik Gerindra di media sosial TikTok. Pada pemilu tahun 2024, partai politik di Indonesia cukup aktif bersosial media, terlebih di media sosial TikTok. Berikut adalah data yang diolah penulis mengenai daftar partai politik di Indonesia dengan jumlah pengikut dan total *likes* pada akun media sosial masing-masing partai politik Indonesia.

**Tabel 1.1 Daftar Akun Media Sosial TikTok Partai Politik  
(Sumber: Olahan Penulis, Desember 2023)**

| <b>Nama Partai</b>                    | <b>Nama Akun Resmi</b> | <b>Jumlah Followers</b> | <b>Jumlah Likes</b> |
|---------------------------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|
| Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan | dpppdiperjuangan       | 1,4 juta                | 23 Juta             |
| Partai Keadilan Nasional              | pksejahtera            | 112,4 Ribu              | 2,1 juta            |
| Partai Persatuan Indonesia            | partaiperindo          | 38,5 ribu               | 649,2 ribu          |
| Partai Bulan Bintang                  | -                      | -                       | -                   |
| Partai kebangkitan Nusantara          | pkn_pimda_bali         | 1030                    | 2840                |
| Partai Garuda Perubahan indonesia     | partaigaruda           | 430,8 ribu              | 7 juta              |
| Partai Demokrat                       | pdemokrat              | 173,3 ribu              | 2,8 juta            |
| Partai Gelora Indonesia               | partaigeloraid         | 20,2 ribu               | 297,8 ribu          |
| Partai Hati Nurani Rakyat             | hanura.official        | 94,2 ribu               | 24 ribu             |
| Partai Gerindra                       | partaigerindra         | 3,1 juta                | 48,7 Juta           |
| Partai Kebangkitan Bangsa             | dpp_pkb                | 100,2 ribu              | 2,7 Juta            |

|                                                      |                      |            |            |
|------------------------------------------------------|----------------------|------------|------------|
| Partai Solidaritas Indonesia                         | psi.id               | 996,5 ribu | 37,3 juta  |
| Partai Amanat Nasional                               | partaiamanatnasional | 15,6 ribu  | 204,2 ribu |
| Partai Persatuan Pembangunan                         | dpp.ppp              | 80,4 ribu  | 360,5 ribu |
| Partai Buruh                                         | partai buruh         | 17,1 ribu  | 170.6 ribu |
| Partai Ummat                                         | partaiummatofficial  | 48,5 ribu  | 1,1 juta   |
| Partai Aceh                                          | -                    | -          | -          |
| Partai Adil Sejahtera Aceh Beusaboh Tha'at dan Taqwa | -                    | -          | -          |
| Partai Nanggroe Aceh                                 | -                    | -          | -          |
| Partai SIRA (Solidaritas Independen Rakyat Aceh)     | -                    | -          | -          |



**Gambar 1.4 Performance Rate dari Akun TikTok Partai Perindra (Sumber: InsightIQ, 2024)**

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa partai Gerindra mempunyai total followers dan likes sebanyak 3,2 juta followers dan 48,7 juta likes. Selain itu berdasarkan tabel *performance* akun TikTok partai Gerindra pada gambar 4. terlihat bahwa jumlah *engagement rate* dari akun TikTok Gerindra adalah 13,41% atau lebih tinggi 12,4% dari median akun TikTok lainnya. Kemudian, berkaitan dengan komentar audiens terhadap konten ditemukan 40,68% diantaranya merupakan komentar positif, dan hanya 12,71% komentar negatif. Data yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya menunjukkan bahwa adanya pergeseran dalam strategi komunikasi politik di Indonesia, yang mana platform TikTok dari partai Gerindra terbukti berhasil untuk menjangkau generasi Z dan pemilih pemula. Urgensi tersebut

membuat peneliti ingin menganalisis lebih jauh mengenai konten-konten yang dibuat oleh partai Gerindra.

Mengacu pada urgensi tersebut, penelitian ini didukung oleh fakta di mana penggunaan politik TikTok masih kurang dipelajari (Cervi & Liadò, 2021). Sementara itu, TikTok, sebagai platform media sosial berbasis video pendek dengan jangkauan luas, memungkinkan partai politik untuk menjangkau pemilih, terutama kalangan muda, dengan pendekatan yang lebih interaktif dan visual. Namun, belum sepenuhnya jelas bagaimana *affordances* atau fitur-fitur unik TikTok, seperti algoritma rekomendasi, fitur komentar, dan interaksi berbasis konten video, dimanfaatkan oleh Partai Gerindra untuk membangun citra, menyebarkan pesan kampanye, dan meraih dukungan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Indrawan, Efriza, & Ilmar, 2020) menjelaskan bahwa dengan kehadiran media baru mengubah secara drastis sistem kegiatan berpolitik di Indonesia saat ini. Pada penelitian (Indrawan, Efriza, & Ilmar, 2020) Berbagai jenis informasi, mulai dari gagasan, ide, tuntutan, hingga protes, dapat disampaikan melalui dunia maya, yaitu internet. Internet memiliki kecepatan yang jauh melampaui media konvensional seperti televisi atau media cetak. Konektivitas antar masyarakat, serta antara infrastruktur dan suprastruktur politik, dapat terjalin tanpa batasan ruang dan waktu. Saat ini, komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat lebih bebas, bukan hanya karena zaman yang sudah berubah, tetapi juga karena perkembangan teknologi yang memungkinkan penggunaan ruang publik diinisiasi melalui ruang-ruang privat, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Line Today, dan lain-lain, yang termasuk dalam kategori media baru. Pada penelitian tersebut lebih menjelaskan bagaimana media sosial secara luas dalam kegiatan kampanye para pemangku politik, dari dasar-dasar yang ada pada penelitian tersebut penelitian ini akan meneliti lebih khusus lagi mengenai partai politik Gerindra melakukan kampanye politik mereka di media sosial TikTok.

Mengacu pada pemaparan paragraf sebelumnya, maka penelitian ini menawarkan kebaruan utama yang terletak pada penggunaan model *affordance-based*, yang belum banyak digunakan dalam studi komunikasi politik, terutama dalam konteks platform TikTok. Selain itu, TikTok juga tergolong baru dalam ranah kampanye politik di Indonesia, studi ini memperkenalkan perspektif baru tentang efektivitas TikTok dalam menarik perhatian dan mempengaruhi pemilih muda.

Terakhir, berbeda dari penelitian sebelumnya yang mungkin lebih umum atau fokus pada persepsi pengguna, penelitian ini mengeksplorasi sudut pandang partai politik, khususnya Partai Gerindra, dalam mengadopsi dan menyesuaikan strategi kampanye mereka sesuai *affordances* yang ditawarkan TikTok.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas maka penelitian ini oleh karena itu, tujuan umumnya adalah untuk mengeksplorasi bagaimana partai politik menggunakan TikTok juga menjelaskan situasi perpolitikan di Indonesia pada masa pemilu tahun 2024 secara metodologis untuk menganalisis penggunaan politik platform yang diharapkan bisa berguna di masa depan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti sudah merumuskan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini, yaitu: Bagaimana Partai Politik Gerindra melakukan pendekatan *affordance-based Platform* Media Sosial TikTok pada saat kampanye aktif Pemilu tahun 2024?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana Partai Politik Gerindra melakukan kegiatan kampanye mereka dengan pendekatan *affordance-based Platform* Media Sosial.

### **1.5 Manfaat Penulisan**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu strategi kampanye politik di media sosial.
2. Memberikan pembelajaran dan pemahaman lebih lanjut mengenai strategi kampanye politik di media sosial.
3. Menambah referensi penelitian ilmiah terkait ilmu komunikasi politik dan kampanye politik di media sosial.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Untuk mahasiswa atau peneliti, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah contoh dalam mengembangkan penelitian mengenai strategi kampanye politik di Media Sosial pada komunikasi pemasaran politik.
2. Bagi Partai Politik, diharapkan peneliti mampu memberikan referensi dalam strategi komunikasi berpolitik melalui media sosial.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **A. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan secara luas mengenai topik penelitian yang akan diteliti lebih lanjut. Di dalamnya menjelaskan peneliti menjelaskan secara umum mengenai isu atau fenomena yang dipilih yaitu diawali dengan penjelasan Partai Politik yang ada di Indonesia yang saat ini tengah melakukan kampanye politik secara online. Peneliti juga menjelaskan mengenai latar belakang pentingnya dan tujuan penelitian ini dilakukan. Selain itu juga peneliti menjabarkan rumusan masalah yang menjadi inti dari penelitian ini.

### **B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan teori-teori yang digunakan dalam berjalannya penelitian ini. Pada bab ini peneliti menjelaskan secara lebih detail mengenai teori dan konsep yang berkesinambungan dengan penelitian. Selain itu pada bagian ini dijelaskan juga isi dari penelitian terdahul yang mempunyai fokus penelitian yang serupa yaitu penelitian mengenai kampanye politik melalui sosial media. Setelah penjabaran dari kedua hal tersebut, peneliti mengkonstruksikan bagaimana kerangka pemikiran akan diterapkan pada penelitian ini

### **C. BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Dalam bab ini peneliti menjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma interpretif dengan jenis.

### **D. BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dengan penyajian data, kualifikasi data dan pembahasan mengenai hasil dari yang telah diteliti. Dalam bab ini peneliti menjelaskan secara terperinci dan juga menjawab dari rumusan masalah.