



**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM
MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK GEN Z
PADA PEMILU 2024 (STUDI KASUS : MAHASISWA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA JAKARTA)**

SKRIPSI

**UNIVERSITAS
DIMAS GRACIANO
MERCU BUANA
44221010099**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Graciano
NIM : 44221010099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Penggunaan Media Sosial Tiktok dalam Mendorong Partisipasi Politik Gen Z Pada Pemilu 2024

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 Februari 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Nama Mahasiswa.

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Graciano
NIM : 44221010099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Penggunaan Media Sosial Tiktok dalam Mendorong Partisipasi Politik Gen Z Pada Pemilu 2024

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Haekal Fajri ()
Amrullah, S.Ikom, M.Sc
NIDN : 0318109301
Ketua Penguji : Dr. Feni Fasta, M.Si ()
NIDN : 0306047601
Penguji Ahli : Mardiyah, S.Ikom, ()
M.Ikom
NIDN : 0314038802


Jakarta, 20 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Graciano
NIM : 44221010099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Penggunaan Media Sosial Tiktok dalam Mendorong Partisipasi Politik Gen Z Pada Pemilu 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Februari 2025

Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METRAL PERUTEL'. The serial number '46C07ALX3921A8879' is visible at the bottom of the stamp.

(Dimas Graciano)

ABSTRAK

Nama : Dimas Graciano
NIM : 44221010099
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Penggunaan Media Sosial Tiktok Perkembangan Komunikasi Politik Pada Gen Z Dalam Konteks Pemilu 2024
Pembimbing : Haekal Fajri Amrullah, S.Iikom, M.Sc

Penelitian ini membahas penggunaan media sosial TikTok Gen Z dalam meningkatkan partisipasi politik pada Pemilu 2024. Dengan meningkatnya peran media sosial dalam politik, media sosial TikTok telah menjadi media sosial yang strategis bagi politisi dan pemilih muda dari kalangan Gen Z untuk berinteraksi serta menyebarkan pesan politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif dekskriptif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial TikTok berperan sebagai media komunikasi politik yang bermanfaat bagi Gen Z. Selain itu, TikTok digunakan sebagai alat kampanye oleh berbagai aktor politik untuk menarik perhatian pemilih muda melalui konten yang kreatif, interaktif, dan menghibur. Studi ini juga menemukan bahwa konten-konten yang menarik dan kreatif dapat digunakan dalam kampanye digital mempengaruhi persepsi politik Gen Z, meningkatkan partisipasi politik mereka.

Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya TikTok, kendali yang besar dalam komunikasi politik modern. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang berbasis digital perlu terus dikembangkan guna mengoptimalkan keterlibatan politik generasi muda di masa mendatang.

Kata kunci: Media Sosial, TikTok, Partisipasi Politik, Gen Z, PEMILU 2024.

ABSTRACT

Name : Dimas Graciano
NIM : 44221010099
Study Program : Public Relations
Title : Penggunaan Media Sosial Tiktok Perkembangan
Komunikasi Politik Pada Gen Z Dalam Konteks
Pemilu 2024
Mentor : Haekal Fajri Amrullah, S.Iikom, M.Sc

This research discusses Gen Z's use of TikTok social media to increase political participation in the 2024 elections. With the increasing role of social media in politics, TikTok social media has become a strategic social media for politicians and young voters from Gen Z to interact and spread political messages. This research uses a qualitative approach with a descriptive qualitative method on students of the Faculty of Communication Sciences, Universitas Mercu Buana Jakarta.

The results showed that TikTok social media acted as a useful political communication medium for Gen Z. In addition, TikTok is used as a campaign tool by various political actors to attract the attention of young voters through creative, interactive and entertaining content. This study also found that engaging and creative content can be used in digital campaigns to influence Gen Z's political perception, increasing their political participation.

The implication of this study confirms that social media, particularly TikTok, has great control in modern political communication. Therefore, digital-based political communication strategies need to be continuously developed to optimise the political engagement of the younger generation in the future.

Keywords: Social Media, TikTok, Political Participation, Gen Z, PEMILU 2024.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena hanya berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya telah memberi kemudahan dalam menyusun skripsi yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Gen Z Pada Pemilu 2024 (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta) ini sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan dengan baik.

Walaupun mungkin terdapat kesalahan dan kekurangannya, peneliti sebagai manusia biasa yang tak dapat terlepas dari kesalahan dan kekurangan, sangat mengharapkan bimbingan dan kritik dari berbagai pihak, dengan harapan peneliti dapat menyempurnakan segala kesalahan dan kekurangan dari skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan doa dari banyak pihak, penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terlaksana dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Haekal Fajri Amrullah, S.Iikom, M.Sc selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan hal-hal yang perlu didalam membuat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Farid Umarella, M.Si selaku dosen Riset Komunikasi Mercu Buana dan Kepala Bidang Studi *Public Relation* yang telah memberikan ilmu dan semangat untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Kepada orang tua peneliti, Alm.Ibu Maryati H.Simanjuntak dan Alm.Ibu Marta Simanjuntak yang peneliti sayangi dan rindukan kehadirannya, peneliti mengetahui bahwa kalian melihat dari surga proses dan usaha peneliti dalam mengerjakan skripsi ini sehingga kalian bisa melihat peneliti dengan gagah bisa melanjutkan mimpi yang kalian titip kepada peneliti.

5. Kepada kakak perempuan peneliti, Kakak Michiko Tesalonica yang peneliti sayangi atas segala dukungan moral, materi, dan semangat serta kehadirannya sebagai pengganti orang tua bagi peneliti.
6. Kepada Sang Theotokos Bunda Maria dan orang kudus Santo Yosef dari Cupertino, yang menjadi perantara bagi doa-doa peneliti kepada Tuhan Yesus Kristus sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan doa peneliti.
7. Kepada teman-teman *Public Relations* 2021 Devina Ika, Devina Amadea, Ahmad Royhan, Nurul, Febby, Fai, Elin, Aldia, Khanaya, Qeisyah, Gita, Khalila, Kemal, Tommy, dan teman-teman luar *Public Relations* Kamila (Mila), Brigitta, Celine, Aliya, Kent, Tesa, Vannesa yang memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang peneliti alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

Akhirnya peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu kritik dan saran yang mampu membangkitkan jiwa peneliti, sangat diharapkan. Mudah-mudahan skripsi ini mampu memberi manfaat serta menunjang ilmu pengetahuan bagi para generasi yang akan datang.

Jakarta, 14 Maret 2024

Peneliti

Dimas Graciano

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 17 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 17 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 17 |
| 1.4.1 Kegunaan Akademis | 17 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 18 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 19 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.2 Kajian Teori..... | 40 |
| 2.2.1 Komunikasi | 40 |
| 2.2.2 Partisipasi Politik | 42 |
| 2.2.3 Gen Z | 43 |
| 2.2.4 Internet | 47 |
| 2.2.5 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i> | 49 |
| 2.2.6 Media Sosial..... | 50 |
| 2.2.7 Tiktok..... | 52 |

| | |
|--|------------|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 58 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 58 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 59 |
| 3.3 Subjek Penelitian..... | 60 |
| 3.3.1 Definisi Subjek Penelitian..... | 60 |
| 3.3.2 Kriteria Subjek..... | 65 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 66 |
| 3.4.1 Data Premier..... | 66 |
| 3.4.2 Data Sekunder..... | 68 |
| 3.5 Teknik Analisis Data..... | 69 |
| 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data..... | 71 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 73 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 73 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 75 |
| 4.3 Pembahasan..... | 100 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 110 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 110 |
| 5.2 Saran..... | 111 |
| 5.2.1 Saran Akademi..... | 112 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 112 |
| DAFTAR PUSTAKA | 113 |
| LAMPIRAN..... | 121 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu | 24 |
| Tabel 3.1 Daftar Informan..... | 61 |



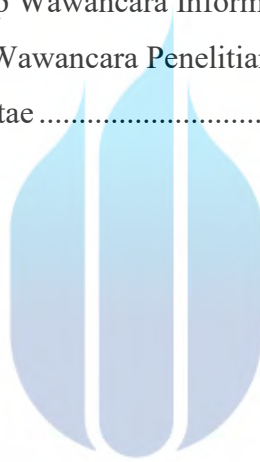
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Jumlah Populasi Gen Z di Indonesia Sensus Tahun 2020 | 4 |
| Gambar 1. 2 Akun-Akun Capres Pemilu 2024 | 8 |
| Gambar 1. 3 Kampanye Politik..... | 10 |
| Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna Tiktok di Dunia | 13 |
| Gambar 1. 5 Lamanya Waktu Penggunaan Media Sosial Tiktok Gen Z..... | 14 |
| Gambar 1. 6 Jumlah Pemilih di PEMILU 2024 dari Berbagai Generasi | 15 |
| Gambar 2. 1 Jumlah Pengguna Tiktok di Dunia..... | 55 |
| Gambar 2. 2 Lamanya Waktu Penggunaan Media Sosial Tiktok Gen Z..... | 56 |
| Gambar 4.1 Logo Media Sosial Tiktok..... | 73 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Pedoman Wawancara | 121 |
| Lampiran 2. Hasil Transkrip Wawancara Informan 1 | 123 |
| Lampiran 3. Hasil Transkrip Wawancara Informan 2 | 126 |
| Lampiran 4. Hasil Transkrip Wawancara Informan 3 | 130 |
| Lampiran 5. Hasil Transkrip Wawancara Informan 4 | 133 |
| Lampiran 6. Hasil Transkrip Wawancara Informan 5 | 138 |
| Lampiran 7. Hasil Transkrip Wawancara Informan 5 | 142 |
| Lampiran 8. Dokumentasi Wawancara Penelitian | 145 |
| Lampiran 9. Curriculum Vitae | 150 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA