

Pengalaman Generasi Muda Dalam Mencari Informasi Politik Melalui Platform Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi Pada Siswa SMA di Surabaya)

Erza Angelia Putri¹, Zefanya Azzahra Sapna Clarisa², Widiatanti³, Gilang Gusti Aji⁴
Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3}

erzaangelia.22023@mhs.unesa.ac.id¹, zefanyaazzahra.22024@mhs.unesa.ac.id²,
widiatanti.22132@mhs.unesa.ac.id³, gilangaji@unesa.ac.id⁴

Abstrak: Penelitian ini mengobservasi penggunaan TikTok sebagai sumber informasi politik pada kalangan siswa SMA di Surabaya. Dengan menggunakan kualitatif fenomenologi, penelitian ini menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, motivasi, dan pandangan para siswa SMA dari Surabaya dalam mengakses konten politik melalui TikTok. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi platform yang signifikan bagi para siswa untuk memperoleh informasi seputar politik, walaupun mereka tetap melakukan verifikasi informasi dari sumber lain untuk memastikan kredibilitas. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi bahwa algoritma TikTok mempengaruhi jenis konten yang diterima oleh para siswa SMA dari Surabaya selaku pengguna TikTok sehingga dapat membentuk pemahaman dan preferensi politik mereka. Temuan ini memberikan wawasan mengenai pergeseran cara bagaimana para murid SMA dari Surabaya mencari dan mengonsumsi informasi di era digital.

Kata Kunci: Generasi muda, media sosial, politik

PENDAHULUAN

Dalam beberapa waktu terakhir, masyarakat Indonesia yang saat ini sedang ada di fase transisi perlahan mulai menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai dinamika modernisasi. Hal tersebut tercermin dalam sikap mereka ketika menerima pengaruh globalisasi dan segala bentuk perubahan dari luar, tak terkecuali perihal perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi telah membawa pengaruh signifikan terhadap kecepatan akses informasi sehingga mengantarkan manusia untuk membuat inovasi baru dalam berinteraksi dan berkomunikasi, termasuk kemunculan new media sebagai produk transformasi digital (Bulele, 2020). Dalam buku berjudul Teori Komunikasi Massa oleh Denis McQuail dikemukakan bahwa media baru memiliki karakteristik utama yaitu keterkaitan, artinya akses terhadap individu atau khalayak sebagai penerima atau pengirim pesan sifatnya terbuka dan ada di mana saja (McQuail, 2011). Salah satu tanda bahwa media baru mengambil peran besar terhadap komunikasi saat ini adalah hadirnya media sosial yang mendobrak lanskap pencarian informasi dan interaksi manusia

secara intens. Beragam bentuk media sosial berkembang secara masif dengan masing-masing berusaha menunjukkan karakteristiknya, salah satunya TikTok. Aplikasi ini menawarkan pengalaman yang lebih menarik dengan menghadirkan video berdurasi singkat disertai special effect yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan performa melalui gaya serta tarian sehingga meningkatkan daya tarik secara keseluruhan (Maharani et al., 2022). Di Indonesia sendiri, aplikasi ini mulai mendapatkan perhatian intens sejak pandemi COVID-19 empat tahun lalu dan terus mengalami pertumbuhan pesat hingga saat ini. Melansir dari laman berita tekno.compas.co, lebih dari 10 juta orang Indonesia aktif menggunakan TikTok dengan segmentasi anak muda termasuk generasi milenial, siswa sekolah, atau yang akrab disebut generasi Z.

Setelah mengetahui fakta jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 10 juta dan didominasi oleh anak muda terkhusus generasi Z kemudian munculkan pertanyaan apa yang sebenarnya mereka cari dari aplikasi tersebut. Survei yang dilakukan oleh Jejak Pendapat (Jakpat) sepanjang tahun 2022 dan dilakukan setiap bulannya terhadap responden dari generasi kelahiran 1997-2012 mengenai media sosial yang paling populer untuk mencari informasi, ditemukan hasil bahwa dari 1.329 responden 24% diantaranya memilih TikTok. Artinya mereka meyakini bahwa TikTok merupakan sumber informasi yang menawarkan pengalaman baru yang tidak mereka dapatkan di media-media tradisional lain. Bentuk informasi yang dicari juga beragam, tidak hanya hiburan tetapi juga berbagai informasi menarik yang dikemas dengan padat, tidak terkecuali informasi politik.

TikTok telah menjadi wadah untuk mencari tahu jati diri bagi kalangan anak muda di hadapan publik. Meskipun Perusahaan induk TikTok tidak bermaksud untuk menciptakan aplikasi ini berhubungan dengan aktivitas politik, akan tetapi semenjak kemunculan TikTok mampu memiliki peran dalam politik di hampir seluruh negara terutama dalam membentuk ideologi, aktivisme politik, dan internet troll (Herman, 2020).

Media sosial TikTok terpilih sebagai sebuah platform yang berskala besar untuk proses komunikasi politik. Sebagaimana besar politisi meniru pesan kampanye mereka dari platform tradisional ke platform modern seperti media sosial dan membatasi partisipasi mereka dengan audiens mereka sembari menyesuaikan preferensi pemilih secara online (Stier, 2018). Sedangkan bagi pemilih kalangan muda, selain membangun koneksi tanpa batas, media sosial dapat memberi tawaran yang menarik untuk memberdayakan diri mereka secara berbeda dan menyeangkan (Coyle, 2018).

Jika dahulu kita hanya melihat informasi politik melalui media massa seperti majalah, koran, televisi atau lainnya sekarang tidak demikian. Media sosial menjadi wadah baru untuk menyerukan usulan, kebijakan, atau pernyataan lain berbaur politik tanpa ada limitasi yang jelas. Akibatnya informasi politik yang diterima oleh konsumen sebagai personal freedom tak terbendung sehingga sulit untuk mereka mencerna situasi dan mengambil keputusan secara rasional (Indrawan & Ilmar, 2020). Terlebih lagi bagi generasi muda yang masih duduk di bangku SMA sebagai individu yang rentan untuk menerima informasi politik dan belum jelas verifikasinya.

Umumnya informasi politik yang ditemukan di media sosial khususnya TikTok dipublikasikan melalui fitur “For Your Page” atau FYP. Penonton akan disugahi video-video pendek yang ajaibnya TikTok dapat membaca secara cepat melalui konten-konten yang sering mereka lihat. Namun, yang menjadi persoalan adalah pengguna tidak diberi kesempatan untuk mencari informasi politik sesuai dengan preferensi mereka, melainkan melalui frasa berwarna biru yang acapkali muncul di kolom komentar. Hal ini sangat membahayakan karena pengguna hanya akan melihat satu sisi dan kemudian terjebak dalam gelembung informasi. Dalam konteks politik, hal tersebut akan menghasilkan pemahaman yang sempit dan terbatas terhadap persoalan politik yang sebenarnya jauh lebih kompleks. Jika keadaan tersebut berlanjut maka masyarakat akan merasa wajar dan lumrah bahkan kemungkinan ke depannya akan semakin sering menggunakan TikTok sebagai search engine dan sumber utama informasi politik.

Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan generasi muda, mengubah cara mereka mencari dan mengonsumsi informasi politik. Studi ini akan menganalisis bagaimana penggunaan TikTok mempengaruhi pemahaman mereka tentang isu-isu politik, serta bagaimana interaksi dan keterlibatan mereka di platform tersebut membentuk pola pikir dan perilaku politik mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan mempertimbangkan dampak potensial dari algoritma TikTok yang mempromosikan konten tertentu terhadap preferensi politik generasi muda dan bagaimana hal ini dapat menggeser cara tradisional dalam mencari informasi politik, seperti menggunakan mesin pencari konvensional.

Pendekatan pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah dengan terlebih dahulu mengidentifikasi pola perilaku dan pola motif yang dimiliki oleh generasi Z terutama siswa SMA di Surabaya ketika mereka memperoleh informasi berbaur politik di TikTok. Analisis data dilakukan secara kualitatif untuk menguji pengalaman mereka menjadikan TikTok sebagai

platform pencarian informasi politik sehingga hasil nantinya diharapkan peneliti dapat mengetahui motif mereka menggunakan TikTok dan implikasinya terhadap pendidikan politik. Terdapat setidaknya dua penelitian terdahulu yang digunakan sebagai sumber rujukan. Pertama jurnal berjudul “Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik” yang ditulis oleh Jerry Indrawan dan diterbitkan di Jurnal Medium Volume. 8 Nomor. 1 tahun 2020. Jurnal ini secara umum menjelaskan bagaimana internet sebagai pendukung utama new media dan peran teknologi dalam menyampaikan informasi bersifat politik dengan tujuan kepentingan politis. Hasilnya media baru telah mengubah skema informasi politik secara pragmatis. Begitupun komunikasi politik pada zaman ini berkembang sangat pesat dan membuktikan bahwa berpendapat merupakan citra diri sebuah demokrasi serta bagian yang esensial dari kehidupan manusia.

Sumber rujukan kedua didapatkan dari jurnal berjudul “Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok” yang ditulis oleh Sunggiale Vina Mahardika dan diterbitkan di Jurnal Sosearch Volume. 2 Nomor. 1 tahun 2021. Isi dalam jurnal ini memberikan gambaran hal apa yang melatarbelakangi generasi post-milenial gemar menggunakan TikTok dan bahkan rela untuk menghabiskan waktu berjam-jam untuk memainkan aplikasi tersebut tanpa rasa jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga aspek yang mendasari generasi post-milenial bermain TikTok, yaitu pengetahuan, dilanjutkan dengan hiburan, dan terakhir adalah faktor ekonomi. Dari ketiga faktor tersebut pengetahuan menjadi alasan kuat mengapa generasi post-milenial betah bermain TikTok.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode Fenomenologi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami realitas sosial dan melihat dunia secara apa adanya, bukan yang semestinya (Mamik, 2015). Penelitian dengan metodologi kualitatif juga didefinisikan oleh Bogdan dan Taylor sebagai penelitian yang memiliki prosedur dalam menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau lisan bersumber dari individu yang diamati. Penelitian kualitatif memiliki tujuan dalam memahami fenomena yang ada pada subjek penelitian termasuk terkait sudut pandang persepsi, motivasi, perilaku, tindakan, secara holistic (Setyowati, 2020).

Pengaplikasian penelitian yang dilakukan melalui fenomenologi dapat memungkinkan untuk mengungkapkan fenomena pengalaman generasi muda terutama siswa SMA dalam proses

pencarian informasi politik melalui platform media sosial TikTok. Fenomenologi didefinisikan sebagai sebuah ilmu yang melihat dan mempelajari fenomena yang ada di masyarakat melalui pengalaman dan interaksi yang terjadi di kehidupan sosial (Rorong, 2020). Fenomenologi menurut Little John dalam (Nuryana, 2019) diartikan pula sebagai sebuah studi pengetahuan yang berasal dari kesadaran dalam memahami suatu peristiwa atau objek yang secara sadar dialaminya. Tujuan utama dari fenomenologi adalah melihat bagaimana suatu individu menciptakan makna melalui pemahaman fenomena terkait pengalaman hidupnya.

Penelitian yang akan dilakukan memiliki batasan dalam menentukan subjek, objek, dan fokus penelitian. Hal tersebut didasarkan atas alasan dalam pemberian sekat atau batasan terkait variabel data yang diteliti. Subjek penelitian pada penelitian kualitatif disebut sebagai informan atau narasumber. Pada penelitian ini, yang dimaksud informan sebagai subjek adalah meliputi siswa SMA di Surabaya.

Pemilihan sekolah-sekolah SMA-SMA sebagai objek penelitian diantara banyaknya SMA di Surabaya ditentukan berdasarkan perilaku psikografis yang dimunculkan para siswa mengenai keterlibatan mereka dalam mengakses informasi politik. Selain itu sekolah-sekolah yang dipilih terletak pada kawasan urban dengan penetrasi teknologi yang tinggi sehingga memudahkan peneliti dalam mencari sumber data yang berkaitan erat dengan sosial media.

Adapun siswa SMA yang kami pilih sebagai subjek penelitian ditentukan berdasarkan kemampuan kognitif yang tinggi untuk mencerna segala informasi di TikTok, salah satunya politik. Oleh karenanya seluruh narasumber kami merupakan Ketua Osis di SMA-nya sehingga memiliki potensi lebih besar dalam mengelola isu yang berkaitan dengan politik secara lebih terstruktur dan kritis.

Sedangkan objek penelitian, mengarah pada pokok permasalahan yang akan diteliti. Media sosial TikTok sebagai platform pencari informasi politik merupakan objek dari penelitian yang akan diteliti. Hal lain yang juga menjadi perhatian dalam penelitian adalah terkait fokus penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah mengenai pengalaman generasi muda mengakses TikTok dalam perolehan informasi politik dan memanfaatkannya sebagai search engine yang baru.

Pada jenis penelitian fenomenologi, metode pengumpulan data yang digunakan berfokus pada perolehan sumber data primer berupa wawancara secara mendalam (*in-depth interviews*) dan observasi. Wawancara umumnya dilakukan untuk memperoleh pendapat, keterangan, pendirian secara lisan dan langsung dari seseorang yang biasa disebut dengan responden.

Sedangkan pada pengumpulan data berupa observasi, dilakukan dengan melalui media pengamatan sebagai tempat perolehan informasi. Dalam hal ini, observasi mengharuskan peneliti untuk turun langsung ke lapangan guna mengamati hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Observasi tidak dilakukan hanya dengan mengamati, akan tetapi juga turut menggali informasi dengan melakukan wawancara, mendengarkan, dan memahami batas-batas dari masyarakat yang diteliti (Mamik, 2015).

Proses pengumpulan data juga dilakukan melalui perolehan sumber data sekunder, yaitu melalui studi literatur relevan dalam memberi referensi. Studi literatur merupakan aktivitas penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengumpulan data dan informasi melalui berbagai alat penunjang seperti buku, penelitian sebelumnya, jurnal, naskah akademik, makalah, serta artikel yang kredibel dan relevan dengan penelitian yang akan diteliti (Melinda, 2020).

Sebagai proses lanjutan dari pengumpulan data, dilakukan tahapan analisis data. Menurut Sugiono dalam (Putra, 2018), analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan perolehan data yang telah diperoleh secara sistematis, sehingga data dapat mudah dipahami dan diinformasikan kepada masyarakat luas. Analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman melalui beberapa tahapan (Putra, 2018), yaitu: 1) Reduksi Data (data reduction), 2) Penyajian Data (data display), 3) Penarikan Kesimpulan (verification). Reduksi data, merupakan tahapan pemilahan data untuk memisahkan data penelitian yang pokok dan penting serta membuang data yang tidak diperlukan. Penyajian data, merupakan penyajian dari perolehan data secara deskriptif dengan bentuk tabel, teks, dan gambaran sehingga maknanya dapat dengan mudah dipahami orang lain. Penarikan kesimpulan sebagai tahapan akhir menjadi suatu acuan jika analisis yang dilakukan telah terverifikasi kebenarannya.

Setelah melalui penarikan kesimpulan, dilakukan keabsahan data untuk memberikan pembuktian jika penelitian yang dilakukan telah sesuai dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek, sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan. Salah satunya menggunakan teknik pemeriksaan Triangulasi. Norman K. Denkin dalam (Susanto, 2023) mendefinisikan triangulasi sebagai metode untuk mengkaji sudut pandang dan perspektif yang berbeda pada suatu fenomena. Terdapat empat hal yang meliputi proses triangulasi data, yaitu: 1) Triangulasi Metode, 2) Triangulasi Antar-peneliti, 3) Triangulasi Sumber, 4) Triangulasi Teori.

Pada penelitian ini akan dilakukan tahapan triangulasi data sebagai analisis keabsahan data.

Tujuan dari proses Triangulasi adalah untuk peningkatan kekuatan teoritis, metodologis, dan interpretatif dari penelitian kualitatif (Mekarisce, 2020). Triangulasi data dilakukan dengan menggunakan acuan dari berbagai perolehan sumber informasi seperti wawancara lebih dari satu subjek, observasi, dan studi literatur terkait objek yang diteliti. Sehingga data yang ditemui dapat memiliki sudut pandang dengan subjek yang berbeda.

Luaran riset penelitian ini meliputi laporan kemajuan, laporan akhir, dan artikel ilmiah yang akan dipublikasikan dan dipresentasikan di Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS). Sementara itu, target dari penelitian ini adalah mengeksplorasi fenomena generasi muda terutama siswa SMA di Surabaya dalam mencari informasi politik melalui platform media sosial TikTok yang termasuk search engine baru. Hal ini juga mencakup aktifitas, pemanfaatan, dan pencarian informasi yang saat ini tidak hanya terpusat pada mesin pencarian Google, akan tetapi juga new social media seperti TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pola Penggunaan TikTok

Hasil wawancara dengan enam siswa SMA di Surabaya menunjukkan adanya variasi dalam pola penggunaan TikTok dan jenis informasi yang dicari. NA menggunakan TikTok lebih dari 5 jam per hari, sementara FA menghabiskan waktu 2-3 jam. Sebaliknya, SA dan HI jarang membuka TikTok, dengan rata-rata hanya 30 menit hingga 1 jam per hari. Konten yang diminati bervariasi, dengan AD sering menonton video olahraga, terutama sepak bola, dan PH lebih menyukai konten musik. Informan lainnya, seperti FA, lebih banyak mencari informasi terkait tren, gaya hidup, atau beasiswa, bukan politik. Sementara itu, beberapa siswa juga menggunakan TikTok untuk mendapatkan tutorial praktis, seperti memasak, yang dianggap lebih mudah dan langsung dipraktikkan tanpa harus mencari sumber lain. Algoritma TikTok berperan dalam menyajikan konten yang sesuai dengan minat mereka, sehingga video yang sering muncul di FYP sebagian besar berkaitan dengan hobi atau minat pribadi mereka.

Hal ini selaras dengan laporan

“Digital 2024: Indonesia” yang dirilis oleh We Are Social mengungkapkan bahwa Indonesia menghabiskan rata-rata 3 jam 11 menit di media sosial setiap harinya. Adapun jenis media sosial yang paling sering digunakan adalah TikTok dengan durasi rata-rata 38 jam 26 menit setiap bulan atau sekitar 1 jam 32 menit per hari (Ectefania, 2024).

2. Penggunaan TikTok untuk Mencari Informasi Politik

Dilansir dari survey yang telah dilakukan oleh Kadata Insight Centre didapatkan hasil bahwa mengungkap perilaku pemilih muda dalam mencari berita atau informasi mengenai hal-hal berbaur politik (Rainer, 2024)

Dari wawancara dengan beberapa informan, dapat disimpulkan bahwa TikTok digunakan sebagai salah satu platform untuk mencari informasi politik, terutama menjelang Pemilu. Motivasi mereka beragam, mulai dari keinginan mengikuti perkembangan politik hingga rasa penasaran terhadap isu-isu yang sedang viral di media sosial. Konten politik yang sering ditemui di TikTok umumnya bersifat sindiran, parodi, hingga debat politik yang diambil dari platform lain seperti YouTube. Meskipun TikTok memberikan kemudahan melalui algoritma FYP, sebagian besar narasumber tidak serta-merta menerima informasi yang mereka temukan. Mereka melakukan verifikasi dengan membandingkan informasi tersebut melalui platform lain seperti Google, Instagram, Twitter, hingga situs berita kredibel seperti Kompas dan CNN. TikTok tidak selalu menjadi sumber utama untuk informasi politik; beberapa informan, seperti SA dan HI, lebih mengandalkan platform lain seperti Instagram dan YouTube. Namun, mereka tetap menggunakan TikTok sebagai sumber tambahan, terutama untuk konten yang relevan dengan isu-isu politik yang sedang hangat, seperti kasus korupsi atau perubahan kebijakan.

3. Pengalaman dalam Mencari Informasi Politik

Hasil wawancara menunjukkan bahwa TikTok memengaruhi cara informan dalam memahami dan menilai isu politik. Informan umumnya mencari konten dari berbagai akun untuk mendapatkan sudut pandang yang beragam dan memverifikasi informasi, karena informan khawatir jika hanya mengandalkan satu sumber, informasi yang diperoleh hanya berupa opini pribadi. Sebagian besar informan merasa bahwa konten politik di TikTok, terutama yang disampaikan oleh influencer terpercaya atau media besar seperti Narasi dan Tempo, membantu informan memahami isu-isu politik dengan lebih sederhana. PH dan AD, misalnya, merasa terbantu dengan konten yang membahas isu-isu seperti RUU Pilkada dan korupsi, karena disajikan dengan jelas dan informatif.

Meskipun pada awalnya merasa aneh atau tidak nyaman dengan konten politik di platform yang umumnya dikenal sebagai aplikasi hiburan, para informan akhirnya terbiasa dan merasa bahwa TikTok memberikan akses cepat ke berbagai informasi politik, baik nasional maupun internasional. TikTok juga memengaruhi cara informan memandang politik, dengan FA dan HI menekankan pentingnya melihat komentar netizen serta memverifikasi informasi

sebelum mempercayainya. Akun-akun seperti @presidengenz dan @ferryirwandi menjadi rujukan utama beberapa informan, sementara lainnya lebih mengandalkan akun media besar atau konten yang membahas isu spesifik seperti korupsi atau kebijakan publik.

4. Interaksi dengan Konten Politik

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan merasa enggan berinteraksi dengan konten politik di TikTok melalui fitur like, share, atau comment. NA, misalnya, merasa takut dan tidak nyaman mengekspresikan opininya karena khawatir akan mendapat kritik yang menjatuhkan atau bahkan memicu pertengkaran di kolom komentar. PH juga jarang berinteraksi dengan konten politik karena tidak ingin memperbanyak kemunculan konten serupa di FYP-nya. AD pernah mengalami pengalaman buruk ketika berdiskusi di kolom komentar dengan seseorang yang tidak didukung data, sehingga membuatnya enggan terlibat lagi. SA dan HI juga hampir tidak pernah memberikan like, share, atau berkomentar di konten politik, meskipun HI lebih sering berdiskusi secara langsung dengan teman-teman dan guru di kelas. Di sisi lain, FA, yang lebih aktif di media sosial, sering kali menyukai, membagikan, dan berkomentar pada konten politik, bahkan merasa nyaman mengekspresikan opininya di TikTok. Namun, SA merasa kurang nyaman karena adanya intoleransi terhadap pendapat yang berbeda, sementara HI belum sepenuhnya yakin apakah dirinya nyaman atau tidak karena jarang berinteraksi di media sosial terkait isu politik.

5. TikTok sebagai Sumber Informasi Politik

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para informan sering membandingkan informasi politik yang didapatkan di TikTok dengan sumber lain yang lebih kredibel. NA, misalnya, selalu melakukan verifikasi dengan mencari informasi serupa di platform lain seperti Google, Instagram, dan Twitter, agar tidak menerima informasi mentah dari TikTok. Bagi NA, meski TikTok memudahkan pencarian informasi politik yang lengkap dan beragam, platform ini juga dipenuhi opini pribadi yang tidak objektif, serta informasi yang sering kali kurang memiliki sumber yang jelas. PH juga menyatakan bahwa meskipun TikTok memudahkan pertukaran informasi, kredibilitas kontennya sering kali meragukan karena banyaknya potongan video yang diambil dari TV atau YouTube tanpa konteks yang tepat. HI menyebut bahwa ia lebih suka membandingkan informasi TikTok dengan video YouTube yang memberikan penjelasan lebih panjang dan rinci. Ketiga informan setuju bahwa TikTok efektif dalam menyajikan informasi secara menarik dan mudah dicerna dalam waktu singkat, namun kredibilitas konten

politikny sering kali diragukan, terutama karena banyaknya buzzer yang bisa menggiring opini publik, serta kolom komentar yang kadang lebih menarik daripada isi konten itu sendiri.

Pembahasan

Merujuk pada aktivitas Focus Group Discussion yang telah dilakukan peneliti didapatkan temuan bahwa siswa SMA/SMK di Surabaya memahami betul bagaimana peran TikTok dalam menunjang kebutuhan mereka akan informasi politik. Mereka menyadari bahwa TikTok bukan hanya aplikasi yang menghibur tetapi juga media untuk memperoleh informasi, terlebih informasi politik. Tayangan video pendek dengan narasi sederhana namun tetap mengedepankan visualitas membuat TikTok menjadi platform yang sering mereka gunakan untuk memperoleh informasi politik. Daripada itu, alasan lain mengapa TikTok menjadi rujukan siswa SMA/SMK di Surabaya mencari informasi politik adalah TikTok yang memiliki algoritma cerdas dalam membaca dan mengamati aktivitas pengguna sekaligus juga memahami isu atau percakapan yang sedang diperbincangkan oleh masyarakat.

Namun, meski siswa-siswi ini menyadari betul potensi TikTok sebagai rujukan informasi politik yang cepat dan mudah, mereka tetap merasa khawatir terkait kebenaran dan validitas informasi politik yang tersebar di platform tersebut. Sebagian besar siswa menunjukkan sikap kritis dengan memilih untuk melakukan verifikasi informasi melalui sumber terpercaya salah satunya situs media resmi seperti CNN, Kompas, Tirto atau juga melalui influencer politik yang memiliki reputasi baik dan kredibilitas tinggi.

Hal ini sejalan dengan pernyataan (Meri, 2014) bahwa penggunaan media sosial di bidang pendidikan yang dilakukan melalui guru untuk bahan pembelajaran tampaknya masih kurang familiar, berbeda dengan ketika siswa mencari informasi di media sosial secara organik atau mandiri dengan pembawaan video yang insidental dan informal (Hikmah, 2024)

KESIMPULAN

TikTok sebagai platform media sosial baru mampu mendobrak anggapan masyarakat sebagai aplikasi hiburan semata. Nyatanya TikTok merupakan rujukan informasi politik yang paling mudah ditemukan dan digunakan oleh siswa-siswi SMA/SMK di Surabaya. Keberagaman jenis konten yang tersedia di TikTok termasuk juga konten edukatif dan informatif membuatnya lebih mudah diakses oleh generasi muda terkhusus pelajar siswa SMA/SMK yang tidak

memiliki ketertarikan khusus terhadap isu politik sebelumnya menjadi lebih aware melalaui cara pandang yang lebih menarik dan interaktif.

Selain itu lamanya durasi mereka dalam menggunakan aplikasi video pendek tersebut semakin menambah pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap isu politik yang mungkin terabaikan. Melalui pendekatan yang lebih fresh dan interaktif, TikTok tidak hanya mampu meningkatkan minat siswa terhadap informasi politik, tetapi juga mendorong mereka untuk berpikir kritis dan aktif dalam isu-isu sosial.

Namun, perlu digarisbawahi bahwa penting untuk memvalidasi seluruh inforasi yang tersebar di akun TikTok, terkhusus informasi politik dengan melibatkan sumber berita resmi yang dilindungi oleh aturan jurnalistik. Secara keseluruhan, TikTok menjadi platform yang efektif dalam mendorong anak muda melek terhadap poltik dengan mengemas informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dicerna sekaligus juga memperkuat keterlibatan generasi muda dalam memahami isu sosial yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Bulele, Y. N. (2020). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus TikTok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572.

Coyle, D. (2018). Practical competition policy implications of digital platforms. *Antitrust LJ*, 82, 835

Fatimah Kartini Bohang. (2018). Tik Tok Punya 10 juta pengguna Aktif di Indonesia-*Kompas.com*. Retrieved September 10, from <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tik-tok-punya-10-juta-penggunaaktif-di-indonesia>

Ectefania, I.M. (2024). Orang Indonesia Paling Sering Habiskan Waktu untuk Main Sosial Media. <https://goodstats.id/article/orang-indonesia-paling-sering-habiskan-waktu-untuk-main-sosial-media-nETfh>. Diakses pada tanggal 16 November 2024.

Herrman, J. (2020). **TikTok** is shaping politics. But how. *The New York Times*, 28.

Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1–17.

- Maharani, R. P., Rahmawati, U., & Sari, D. N. (2022). Hiperrealitas pengguna TikTok. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 3(1), 1–11.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mao, J. (2014). Social media for learning: A mixed methods study on high school students' technology affordances and perspectives. *Computers in Human Behavior*, 33, 213-223.
- Mekarisce. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*.
- Melinda, V. (2020). Penerapan Model Project Based Learning untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa Sekolah Dasar (Studi Literatur). *Jurnal pendidikan tambusai*.
- Nuryana, A. (2019). Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi. *Ensains Journal*.
- Putra, M. A. (2018). Pola Komunikasi Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (Pmii) di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Runner, P. (2024). Media Sosial Andalan Akses Informasi Politik: Gen-Z TikTok, Milenial Facebook. <https://goodstats.id/article/media-sosial-andalan-akses-informasi-politik-gen-z-tiktok-milenial-facebook-xbij8>. Diakses pada tanggal 16 November 2024
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Setyowati, Y. (2020). Analisis Peran Religiusitas Dalam Peningkatan Akuntabilitas Dan Transparansi Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus Pada Rumah Zakat Jakarta Timur) . (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018). Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35, 50 - 74.
- Susanto, D. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humanio*