

## PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PARTISIPASI POLITIK GENERASI Z DI KABUPATEN KENDAL DALAM PEMILU 2024

Titik Wahyuningsih<sup>1</sup>, Ali Martin<sup>2</sup>, Agus Riyanto<sup>3</sup>

Universitas Wahid Hasyim, Semarang,

[titikwahyuningsih96442@gmail.com](mailto:titikwahyuningsih96442@gmail.com)<sup>1</sup>, [alimartin@unwahas.ac.id](mailto:alimartin@unwahas.ac.id)<sup>2</sup>, [mr.gusryanto@gmail.com](mailto:mr.gusryanto@gmail.com)<sup>3</sup>

### RIWAYAT ARTIKEL

Received : 2026-07-12

Revised : 2026-07-22

Accepted : 2026-07-31

### KEYWORDS

Socialization, General Elections  
Commission (KPU), Voter  
Participation

### KATA KUNCI

Sosialisasi, KPU,  
Partisipasi Pemilih

### ABSTRACT

*TikTok has emerged as a political communication platform with the potential to influence Generation Z's political awareness and participation during the 2024 General Election. This study aims to examine the role of TikTok in shaping political awareness and encouraging political participation among Generation Z in Kendal Regency. A descriptive-analytical qualitative approach was employed using purposive sampling. Data were collected through semi-structured interviews, digital observation, documentation, and literature review, and analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis. The findings reveal that TikTok enhances Generation Z's access to political information, interest, and political awareness; however, digital engagement has not fully translated into offline political participation. From the perspectives of Almond and Verba, TikTok primarily strengthens cognitive and affective orientations, while McLuhan's perspective suggests that the characteristics of the medium shape how Generation Z understands politics. Therefore, TikTok functions primarily as a gateway to political awareness rather than a direct driver of substantive political participation.*

### ABSTRAK

TikTok berkembang menjadi media komunikasi politik yang berpotensi memengaruhi kesadaran dan partisipasi politik Generasi Z pada Pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran TikTok dalam membentuk kesadaran politik serta mendorong partisipasi politik Generasi Z di Kabupaten Kendal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi digital, dokumentasi, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik Braun dan Clarke. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok meningkatkan akses informasi, ketertarikan, dan kesadaran politik Generasi Z, tetapi keterlibatan digital belum sepenuhnya berkembang menjadi partisipasi politik offline. Perspektif Almond dan Verba menunjukkan bahwa TikTok lebih dominan membentuk orientasi kognitif dan afektif, sedangkan McLuhan's perspective suggests that the characteristics of the medium shape how Generation Z understands politics. Therefore, TikTok functions primarily as a gateway to political awareness rather than a direct driver of substantive political participation.

perspektif McLuhan menegaskan bahwa karakter media memengaruhi cara Generasi Z memahami politik. Dengan demikian, TikTok lebih berperan sebagai pintu masuk kesadaran politik daripada pendorong langsung partisipasi politik substantif.

## 1. Pendahuluan

TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform berbagi video pendek untuk hiburan, kini telah berevolusi menjadi arena baru bagi ekspresi politik. Algoritma TikTok yang berfokus pada *personalized content* memungkinkan penyebaran pesan politik secara cepat, luas, dan tersegmentasi berdasarkan minat pengguna. Hal ini menciptakan peluang bagi para politisi, aktivis, maupun warga biasa untuk menyebarkan gagasan politik melalui format yang ringan, kreatif, dan mudah dipahami. Dalam konteks ini, fenomena “dari scroll ke aksi” menggambarkan transformasi perilaku politik generasi muda dari hanya menjadi penonton pasif konten politik menjadi pelaku aktif dalam partisipasi politik, baik daring maupun luring.

Generasi muda, khususnya kelompok usia 17–30 tahun, dikenal memiliki tingkat keterpaparan digital yang sangat tinggi. Berdasarkan data We Are Social, 75% pengguna TikTok di Indonesia berusia di bawah 35 tahun, dengan durasi penggunaan rata-rata mencapai lebih dari dua jam per hari. Dengan demikian, platform ini berpotensi menjadi medium efektif dalam menanamkan kesadaran politik dan meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam proses demokrasi.

Namun demikian, peran TikTok dalam politik bukan tanpa kontroversi. Beberapa kalangan menilai bahwa politik di media sosial cenderung dangkal, bersifat *populist* dan terjebak dalam logika *clickbait* (Dean, 2021). Di sisi lain, tidak sedikit yang berpendapat bahwa TikTok justru membuka ruang baru bagi inklusivitas politik, karena mampu menjangkau mereka yang sebelumnya apatis atau tidak terlibat dalam politik formal (Loader, et., al, 2014). Oleh karena itu, penting untuk menelusuri sejauh mana TikTok benar-benar mampu meningkatkan partisipasi politik generasi muda apakah hanya sebatas kesadaran dan ekspresi

simbolik, ataukah benar-benar mendorong tindakan nyata seperti memilih, berdiskusi, dan berorganisasi.

Penelitian sebelumnya banyak membahas TikTok sebagai media kampanye politik atau komunikasi politik. Namun, masih sedikit penelitian yang mengkaji hubungan antara kesadaran politik digital dan partisipasi politik nyata (offline) Generasi Z, khususnya pada konteks Kabupaten Kendal.

Fenomena ini menjadi semakin relevan di Indonesia, terutama menjelang dan sesudah Pemilu 2024, ketika banyak kandidat politik menggunakan TikTok sebagai alat kampanye dan komunikasi politik. Video singkat dengan gaya humor, narasi ringan, dan penggunaan musik populer terbukti mampu menarik perhatian pemilih muda. Bahkan, beberapa konten politik di TikTok berhasil menjadi *trending* dan memicu diskusi publik yang luas di platform lain seperti Twitter dan Instagram (Pratiwi, 2024). Dengan demikian, TikTok bukan lagi sekadar ruang hiburan, tetapi juga menjadi arena pembentukan opini politik generasi muda.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis untuk memahami kontribusi TikTok terhadap kesadaran dan partisipasi politik Generasi Z pada Pemilu 2024 di Kabupaten Kendal. Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria berusia 18–30 tahun, memiliki hak pilih, aktif menggunakan TikTok, mengikuti konten politik, serta pernah berinteraksi dengan konten tersebut (Denzin, & Lincoln, 2018). Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan informan dari setiap kecamatan, sedangkan data sekunder berasal dari jurnal, laporan penelitian, berita daring, dan dokumentasi konten TikTok. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital terhadap konten dan tagar politik, wawancara mendalam, serta dokumentasi dan analisis konten

berdasarkan tema, bentuk komunikasi, dan tingkat interaksi pengguna. Data dianalisis menggunakan analisis tematik Braun dan Clarke melalui tahap familiarisasi, pengkodean, pembentukan tema, peninjauan, pendefinisian, dan penyusunan laporan. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi, *member check*, serta kriteria kredibilitas, keteralihan, kebergantungan, dan keterkonfirmasi. Penelitian juga menerapkan prinsip etika berupa persetujuan informan, perlindungan identitas, penghormatan terhadap privasi, dan penggunaan konten publik secara bertanggung jawab. Keterbatasan penelitian mencakup cakupan informan yang terbatas, penggunaan konten publik, dan perubahan algoritma TikTok yang dapat memengaruhi hasil observasi (Lincoln, & Guba, 1985).

### 3. Hasil Dan Pembahasan

#### 1. Kontribusi TikTok dalam Membentuk Kesadaran Politik Generasi Z di Kabupaten Kendal pada Pemilu 2024

Hasil wawancara menunjukkan bahwa TikTok memberikan kontribusi dalam membentuk kesadaran politik Generasi Z melalui penyediaan informasi mengenai Pemilu 2024. Informasi tersebut meliputi profil pasangan calon, program kerja, kegiatan kampanye, perdebatan politik, isu kepemiluan, serta tanggapan masyarakat terhadap kandidat yang mengikuti pemilu.

##### a. TikTok sebagai sumber informasi politik

Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka memperoleh informasi politik melalui video yang muncul pada halaman *For You Page*. Informasi tersebut tidak selalu dicari secara sengaja, tetapi muncul berdasarkan pola penggunaan, minat, dan interaksi pengguna terhadap konten tertentu.

Informan menjelaskan bahwa TikTok menjadi salah satu media yang paling sering digunakan untuk mengetahui perkembangan Pemilu 2024. Melalui TikTok, informan dapat mengetahui isu politik yang sedang ramai dibicarakan dalam waktu relatif cepat.

Namun, hasil wawancara juga menunjukkan

bahwa TikTok hanya berfungsi sebagai sumber informasi awal. Informan tidak sepenuhnya menjadikan TikTok sebagai satu-satunya sumber informasi politik. Beberapa informan membandingkan informasi yang diperoleh dari TikTok dengan sumber lain, seperti portal berita, Instagram, YouTube, televisi, keluarga, dan teman.

##### b. Ketertarikan terhadap konten politik

Ketertarikan informan terhadap konten politik di TikTok dipengaruhi oleh bentuk penyajiannya. Konten politik umumnya disampaikan melalui video pendek, bahasa yang sederhana, gambar yang menarik, musik populer, humor, dan potongan peristiwa politik.

Format tersebut membuat informasi politik lebih mudah diterima oleh Generasi Z. Informan lebih tertarik melihat konten yang singkat dan langsung membahas inti persoalan dibandingkan informasi politik yang disampaikan dalam bentuk penjelasan panjang.

Selain itu, konten yang sedang ramai atau banyak dibicarakan juga mendorong informan untuk mengetahui suatu isu politik. Jumlah penonton, komentar, dan pembagian ulang konten menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian informan.

##### c. Peningkatan pengetahuan tentang Pemilu 2024

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konten politik di TikTok menambah pengetahuan informan mengenai Pemilu 2024. Informan menjadi lebih mengenal kandidat, visi dan misi, program kerja, serta isu yang berkaitan dengan pelaksanaan pemilu.

Informan yang sebelumnya kurang mengikuti perkembangan politik mulai mengetahui informasi dasar mengenai proses pemilu setelah melihat konten di TikTok. Mereka juga menjadi lebih sering memperhatikan berita politik dan pembicaraan mengenai kandidat.

Meskipun demikian, pengetahuan yang diperoleh informan masih bersifat umum. Informasi yang paling banyak diterima berupa potongan video kampanye, pernyataan kandidat, hasil debat,

pendapat tokoh, serta tanggapan pengguna lain terhadap isu politik.

d. Perubahan perhatian terhadap isu politik

TikTok juga meningkatkan perhatian informan terhadap perkembangan politik selama Pemilu 2024. Informan yang sebelumnya kurang tertarik pada politik menjadi lebih sering melihat konten politik, membaca komentar, mengikuti perdebatan, dan membicarakan isu pemilu dengan orang lain.

Peningkatan perhatian tersebut terlihat dari kebiasaan informan mengikuti konten yang membahas kandidat atau isu tertentu. Beberapa informan juga membagikan konten politik kepada teman atau anggota keluarga untuk dijadikan bahan diskusi.

Namun, perhatian terhadap isu politik tidak selalu diikuti dengan pemahaman yang mendalam. Sebagian informan hanya mengetahui isu berdasarkan konten yang muncul dan tidak selalu mencari informasi lanjutan.

e. Pengaruh terhadap pandangan politik

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konten TikTok dapat memengaruhi cara informan memandang kandidat dan isu politik. Informan memperoleh kesan terhadap kandidat melalui gaya komunikasi, penampilan, program, pernyataan, serta potongan kegiatan kampanye yang ditampilkan di TikTok.

Meskipun demikian, TikTok tidak menjadi satu-satunya faktor yang membentuk pandangan politik informan. Pandangan tersebut juga dipengaruhi oleh keluarga, teman, lingkungan sosial, media berita, pengalaman pribadi, dan informasi dari platform lain.

Dengan demikian, kontribusi TikTok dalam membentuk kesadaran politik Generasi Z di Kabupaten Kendal terutama terlihat pada peningkatan keterpaparan informasi, pengetahuan dasar, perhatian terhadap isu politik, dan pengenalan terhadap kandidat Pemilu 2024.

## 2. Keterlibatan Generasi Z di TikTok dan Partisipasi Politik Nyata di Dunia Offline

Hasil wawancara menunjukkan bahwa keterlibatan Generasi Z dalam konten politik di TikTok belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi partisipasi politik nyata di dunia offline. Aktivitas informan masih lebih dominan berlangsung di ruang digital.

a. Bentuk keterlibatan politik di TikTok

Keterlibatan informan di TikTok umumnya dilakukan dengan menonton video, membaca komentar, memberikan tanda suka, mengikuti akun tertentu, membagikan video, dan mendiskusikan konten politik dengan teman.

Sebagian informan lebih banyak berperan sebagai penerima informasi. Mereka melihat konten politik yang muncul tanpa memberikan komentar atau membuat konten politik sendiri. Informan cenderung memilih untuk mengamati diskusi yang berlangsung di kolom komentar.

Terdapat pula informan yang membagikan konten politik kepada orang lain. Namun, tindakan tersebut lebih banyak bertujuan untuk memberikan informasi atau membuka percakapan, bukan untuk mengajak orang lain mendukung kandidat tertentu.

b. Diskusi politik di lingkungan sosial

Informasi yang diperoleh dari TikTok terkadang menjadi bahan diskusi informan dengan teman dan keluarga. Diskusi tersebut membahas kandidat, program kerja, hasil debat, isu kampanye, serta peluang kemenangan dalam Pemilu 2024.

Diskusi politik dilakukan secara informal dalam lingkungan pertemanan, keluarga, sekolah, kampus, atau tempat kerja. Namun, intensitas diskusi berbeda pada setiap informan. Sebagian informan aktif menyampaikan pendapat, sedangkan informan lainnya hanya mendengarkan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa diskusi politik merupakan bentuk partisipasi yang paling sering muncul setelah informan melihat konten politik di TikTok.

c. Penggunaan hak pilih

Salah satu bentuk partisipasi politik nyata yang dilakukan informan adalah menggunakan hak pilih pada Pemilu 2024. Informan datang ke tempat pemungutan suara dan memberikan suara sesuai dengan pilihan masing-masing.

Namun, keputusan untuk memilih tidak semata-mata disebabkan oleh konten TikTok. Informan menyatakan bahwa penggunaan hak pilih juga dipengaruhi oleh kesadaran sebagai warga negara, dorongan keluarga, lingkungan sosial, serta informasi dari berbagai sumber.

TikTok membantu informan mengenal kandidat dan memperoleh informasi awal sebelum menentukan pilihan. Akan tetapi, platform tersebut tidak menjadi faktor tunggal dalam keputusan politik informan.

d. Keterlibatan dalam kegiatan politik langsung

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan politik, seperti mengikuti kampanye, menjadi relawan, menghadiri pertemuan politik, bergabung dengan partai politik, atau menjadi anggota organisasi yang berkaitan dengan pemilu.

Informan juga tidak menunjukkan keterlibatan yang kuat dalam kegiatan mobilisasi politik setelah melihat konten di TikTok. Konten politik lebih banyak berhenti pada tahap penerimaan informasi, pembentukan opini, dan diskusi sederhana.

Keterbatasan partisipasi langsung tersebut menunjukkan bahwa tingginya keterpaparan konten politik di TikTok tidak secara otomatis menghasilkan keterlibatan politik aktif di dunia nyata.

e. TikTok sebagai pemicu partisipasi politik

Berdasarkan hasil wawancara, TikTok belum menjadi pemicu utama partisipasi politik offline. Platform ini lebih berperan dalam memberikan informasi, memperkenalkan isu politik, dan meningkatkan perhatian terhadap Pemilu 2024.

Keterlibatan offline informan masih terbatas pada penggunaan hak pilih dan diskusi politik dalam

lingkungan sosial. Tidak ditemukan keterlibatan yang dominan dalam bentuk kampanye, relawan politik, organisasi politik, atau kegiatan politik formal lainnya.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, TikTok memberikan kontribusi terhadap pembentukan kesadaran politik Generasi Z di Kabupaten Kendal melalui peningkatan akses informasi, pengetahuan mengenai kandidat dan pemilu, serta perhatian terhadap isu politik.

Akan tetapi, keterlibatan Generasi Z di TikTok belum sepenuhnya berubah menjadi partisipasi politik aktif di dunia offline. Partisipasi nyata lebih banyak terlihat dalam bentuk penggunaan hak pilih dan diskusi politik informal. Sementara itu, keterlibatan dalam kampanye, organisasi politik, kegiatan relawan, dan aktivitas politik langsung masih terbatas.

## Pembahasan

### 1. TikTok sebagai sumber informasi dan komunikasi politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai sumber informasi awal mengenai pasangan calon, program kerja, kampanye, debat, dan isu Pemilu 2024. Temuan ini sejalan dengan penelitian Alam (2021) yang menjelaskan bahwa media sosial dapat menyebarkan informasi politik secara cepat, efisien, dan tersegmentasi. Konten berupa video, foto, infografis, dan tulisan yang menarik juga dapat mendorong respons dari masyarakat.

Dalam konteks penelitian di Kabupaten Kendal, fungsi tersebut tampak melalui penyebaran konten politik di halaman *For You Page*. Informan tidak selalu mencari informasi politik secara sengaja. Namun, mereka tetap menerima informasi tersebut melalui sistem rekomendasi TikTok. Dengan demikian, TikTok telah memperluas akses Generasi Z terhadap informasi politik di luar media konvensional.

Meskipun demikian, media sosial idealnya tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi. Media sosial juga dapat menjadi sarana komunikasi dua arah yang memungkinkan

masyarakat memberikan tanggapan, menyampaikan aspirasi, dan berdialog dengan aktor politik. Alam (2021) menemukan bahwa media sosial dapat digunakan untuk memperoleh umpan balik dan menyerap aspirasi publik. Namun, temuan di Kabupaten Kendal menunjukkan bahwa fungsi dialogis tersebut belum berkembang secara optimal. Sebagian besar informan lebih banyak menonton dan membaca daripada berkomunikasi langsung dengan kandidat atau partai politik.

Hasil tersebut juga dapat dibandingkan dengan penelitian Andriana (2022). Penelitian tersebut menemukan perbedaan penggunaan media sosial oleh partai politik. PDI-P cenderung menggunakannya sebagai sarana pencitraan dan komunikasi satu arah, sedangkan PSI menggunakannya untuk mengenalkan program sekaligus membangun dialog dua arah dengan masyarakat.

Berdasarkan perbandingan tersebut, komunikasi politik yang diterima informan di Kabupaten Kendal masih lebih dekat dengan pola komunikasi satu arah. Informan menerima pesan politik yang telah diproduksi oleh kandidat, partai, media, atau pengguna lain. Namun, mereka belum banyak terlibat dalam dialog langsung, pembuatan konten tanggapan, atau penyampaian aspirasi kepada aktor politik. TikTok dalam penelitian ini lebih dominan sebagai media penyebaran informasi daripada media dialog politik.

## **2. Pembentukan orientasi kognitif politik**

Dalam perspektif Almond dan Verba, kontribusi TikTok paling kuat terlihat pada pembentukan orientasi kognitif. Informan menjadi lebih mengetahui kandidat, program kerja, visi dan misi, hasil debat, serta isu yang berkembang selama Pemilu 2024. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Kusnadi dan Annisa (2023). Penelitian mereka menunjukkan bahwa konten TikTok yang mengandung nilai politik dapat membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku kewarganegaraan peserta didik. TikTok

tidak hanya menyampaikan hiburan, tetapi juga menjadi media pembelajaran politik informal.

Namun, hasil penelitian di Kabupaten Kendal menunjukkan bahwa pengaruh tersebut lebih banyak berhenti pada peningkatan pengetahuan dasar. Informan mengetahui informasi politik, tetapi tidak selalu memahami konteks dan substansi persoalan secara mendalam. Dengan demikian, TikTok membentuk kesadaran politik awal, tetapi belum secara otomatis menghasilkan literasi politik yang kuat.

Temuan ini juga didukung oleh Zempi, Kuswanti, dan Maryam (2023), yang menjelaskan bahwa media sosial berperan sebagai tempat mencari informasi, berdiskusi, dan membentuk jaringan. Akan tetapi, pembentukan pengetahuan politik bergantung pada cara masyarakat menerima, memilih, dan mengolah informasi tersebut.

Hal tersebut menjelaskan mengapa informasi TikTok memberikan dampak yang berbeda kepada setiap informan. Informan yang membandingkan informasi TikTok dengan portal berita, televisi, YouTube, dan sumber lain memiliki peluang lebih besar memperoleh pemahaman yang lengkap. Sebaliknya, informan yang hanya bergantung pada potongan video FYP cenderung memperoleh pengetahuan yang fragmentaris.

Oleh karena itu, peningkatan jumlah informasi tidak selalu sejalan dengan peningkatan kualitas pengetahuan politik. Informasi baru dapat menjadi pengetahuan politik yang baik ketika pengguna memeriksa sumber, memahami konteks, dan membandingkan pandangan yang berbeda.

## **3. Ketertarikan politik melalui format video pendek**

Informan tertarik pada konten politik karena disampaikan melalui video singkat, bahasa sederhana, humor, musik populer, dan visual yang menarik. Temuan ini sesuai dengan penelitian Lestari, Kumalasari, dan Kasiyami (2024), yang menemukan bahwa pengguna TikTok

memandang platform tersebut efektif sebagai media kampanye Pemilu 2024. TikTok membantu kandidat membangun citra, menyampaikan pesan, dan berinteraksi dengan pemilih. Temuan tersebut juga diperkuat oleh Marlina dan Hakim (2025). Penelitian mereka menunjukkan bahwa Gerindra menggunakan strategi kampanye yang dinamis dan menghibur melalui tren viral dan konten interaktif. Sementara itu, PDI-P lebih menekankan pendekatan berbasis komunitas. Kedua partai memanfaatkan video pendek, musik, dan tanda pagar untuk memperkuat pesan politik dan keterlibatan Generasi Z.

Hasil penelitian di Kabupaten Kendal menunjukkan pola yang serupa. Konten yang ringan dan menghibur lebih mudah menarik perhatian informan. Hal ini mendukung konsep *the medium is the message* dari McLuhan. Pengaruh TikTok tidak hanya muncul dari isi pesan, tetapi juga dari karakter platform yang cepat, visual, personal, dan interaktif.

Namun, format tersebut memiliki keterbatasan. Pesan politik yang singkat dapat membuat informan lebih mengenal gaya komunikasi dan citra kandidat daripada memahami program secara mendalam. Ketertarikan politik yang dibangun melalui hiburan lebih kuat pada aspek perhatian dan kedekatan emosional. Pengaruhnya terhadap pemahaman kebijakan masih terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa politainment memiliki dua fungsi. Pertama, politainment dapat memperluas jangkauan komunikasi politik kepada Generasi Z. Kedua, politainment dapat menyederhanakan persoalan politik dan menggeser perhatian dari substansi program menuju penampilan kandidat.

#### 4. TikTok sebagai ruang ekspresi politik Generasi Z

Penelitian Qory dan Mahadian (2023) menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi ruang ekspresi politik pemuda. Generasi muda dapat menggunakan video untuk menyampaikan kritik, penolakan, dan sikap terhadap persoalan politik.

Fitur visual dan interaktif memberi ruang kepada pengguna untuk menjadi produsen pesan politik, bukan hanya penerima informasi.

Hasil tersebut berbeda dengan temuan di Kabupaten Kendal. Sebagian besar informan masih berperan sebagai konsumen konten. Mereka lebih sering menonton video, membaca komentar, dan memberikan tanda suka daripada membuat konten politik sendiri. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan fitur tidak selalu menghasilkan pola partisipasi yang sama. TikTok menyediakan fitur komentar, duet, *stitch*, dan pembagian ulang. Namun, penggunaan fitur tersebut bergantung pada minat, keberanian, pengetahuan, dan tujuan pengguna.

Informan di Kabupaten Kendal belum menggunakan TikTok sebagai ruang ekspresi politik secara kuat. Keterlibatan mereka lebih bersifat informasional dan reaktif. Mereka menerima informasi dan memberikan respons sederhana, tetapi belum banyak menghasilkan gagasan atau pesan politik sendiri.

Dalam perspektif McLuhan, TikTok dapat dikategorikan sebagai media yang menuntut partisipasi pengguna. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa interaktivitas teknis tidak selalu menghasilkan partisipasi politik aktif. Platform dapat bersifat interaktif, tetapi penggunaannya tetap dapat memilih posisi pasif.

#### 5. Kesenjangan antara partisipasi digital dan partisipasi offline

Temuan penting penelitian adalah keterlibatan Generasi Z di TikTok belum sepenuhnya berubah menjadi partisipasi politik offline. Informan menggunakan hak pilih dan melakukan diskusi informal. Namun, mereka tidak banyak mengikuti kampanye, menjadi relawan, bergabung dengan partai, atau mengikuti organisasi politik. Temuan ini sangat dekat dengan penelitian Ichwanusafa dan Aji (2024) terhadap mahasiswa Generasi Z di UPN Veteran Jakarta. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh TikTok terhadap partisipasi politik mencapai 49,4 persen pada kelompok responden yang diteliti. Mahasiswa

tertarik dan aktif terhadap kegiatan politik di TikTok, tetapi mereka tidak memiliki kecenderungan kuat untuk bergabung dengan partai politik atau tim kampanye.

Angka 49,4 persen tersebut tidak dapat langsung diterapkan pada informan Kabupaten Kendal karena perbedaan lokasi, jumlah sampel, dan metode penelitian. Namun, pola temuannya dapat digunakan sebagai pembanding. Kedua penelitian menunjukkan bahwa ketertarikan politik digital lebih mudah terbentuk daripada keterlibatan politik organisasional.

Temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara partisipasi berbiaya rendah dan partisipasi berbiaya tinggi. Menonton, menyukai, dan membagikan konten membutuhkan waktu dan komitmen yang relatif rendah. Sebaliknya, mengikuti kampanye, bergabung dengan organisasi, dan menjadi relawan membutuhkan waktu, keberanian, jaringan, dan komitmen yang lebih besar.

Dalam kerangka Almond dan Verba, informan telah menunjukkan orientasi kognitif dan sebagian orientasi afektif. Namun, orientasi tersebut belum sepenuhnya berkembang menjadi budaya politik partisipan. Informan telah mengetahui dan memperhatikan politik, tetapi belum menempatkan dirinya sebagai aktor politik yang aktif.

Partisipasi informan lebih dekat dengan budaya subjek yang bergerak menuju budaya partisipan. Penggunaan hak pilih menunjukkan adanya unsur partisipatif. Namun, rendahnya keterlibatan dalam kegiatan politik langsung menunjukkan bahwa budaya partisipan belum terbentuk secara menyeluruh.

#### **6. Diskusi politik sebagai penghubung ruang digital dan offline**

Informasi dari TikTok menjadi bahan diskusi informan dengan teman dan keluarga. Diskusi tersebut merupakan salah satu bentuk nyata hubungan antara ruang digital dan dunia offline. Media sosial tidak hanya memengaruhi perilaku yang berlangsung di dalam aplikasi. Konten yang

diterima dapat dibawa ke lingkungan keluarga, sekolah, kampus, tempat kerja, dan pertemanan. Dalam penelitian ini, diskusi menjadi bentuk partisipasi offline yang paling sering muncul setelah informan melihat konten politik.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan dari aktivitas online menuju offline tidak selalu berbentuk kampanye atau keanggotaan organisasi. Perubahan dapat dimulai dari percakapan, pertukaran pendapat, dan proses penilaian terhadap kandidat. Namun, diskusi yang ditemukan masih bersifat informal. Diskusi tersebut belum berkembang menjadi forum deliberasi yang terstruktur. Tidak semua informan aktif menyampaikan pendapat. Sebagian hanya menjadi pendengar. Kowimudin dan Supartinah, dalam artikel pada edisi 2026, menemukan bahwa TikTok dapat menjadi pintu awal literasi politik Generasi Z. Namun, sifat kontennya yang singkat dapat menghasilkan pemahaman parsial. Karena itu, forum offline seperti musyawarah desa diperlukan untuk memberikan klarifikasi dan pembelajaran yang kontekstual.

Temuan tersebut relevan dengan kondisi Kabupaten Kendal. TikTok dapat menimbulkan perhatian dan menyediakan informasi awal. Namun, perubahan menuju partisipasi yang lebih bermakna membutuhkan ruang diskusi offline, pendidikan politik, organisasi pemuda, kegiatan komunitas, atau forum warga. Dengan demikian, TikTok tidak harus bekerja sebagai penyebab langsung partisipasi offline. TikTok dapat berfungsi sebagai pintu masuk, sedangkan lingkungan sosial dan institusi lokal menjadi ruang untuk memperdalam pemahaman dan mewujudkan tindakan.

#### **7. Algoritma, personalisasi, dan pembentukan persepsi politik**

Ginting dan Pribadi (2025) menemukan bahwa TikTok membentuk persepsi politik Generasi Z melalui algoritma personalisasi. Generasi Z tertarik pada konten politik yang dikemas melalui video kreatif, tanda pagar populer, dan cerita yang mudah dipahami. TikTok



juga menyediakan ruang interaktif melalui komentar dan fitur produksi ulang konten.

Temuan tersebut memperkuat pemikiran McLuhan bahwa media merupakan lingkungan yang membentuk kesadaran pengguna. Algoritma tidak hanya mendistribusikan informasi, tetapi juga menentukan isu yang memperoleh perhatian. Konten yang sering muncul dapat dianggap lebih penting, populer, atau relevan oleh pengguna.

Namun, personalisasi dapat menyebabkan informan berulang kali menerima konten yang serupa. Pengulangan ini dapat memperkuat pandangan yang telah dimiliki dan membatasi perjumpaan dengan sudut pandang yang berbeda. Kondisi tersebut berpotensi mengurangi kualitas orientasi evaluatif. Informan yang hanya melihat konten sejenis dapat merasa telah memperoleh informasi yang cukup. Padahal, informasi tersebut mungkin hanya mewakili satu sisi. Oleh karena itu, banyaknya konten politik di FYP tidak selalu menunjukkan adanya keberagaman informasi.

#### **8. Literasi digital dan keterbatasan pemahaman politik**

Aprillia, Hendra, dan Sariani (2025) menemukan bahwa TikTok berperan sebagai media komunikasi dan pendidikan politik bagi pemilih pemula. Video singkat yang kreatif dan interaktif dapat menarik perhatian pengguna. Namun, pemahaman politik yang terbentuk masih terbatas karena rendahnya kemampuan literasi digital. Pengguna dapat terpapar informasi politik dalam durasi yang tinggi, tetapi belum tentu mampu menilainya secara kritis. Hasil tersebut sejalan dengan temuan di Kabupaten Kendal. Informan memperoleh pengetahuan politik melalui TikTok, tetapi pengetahuan tersebut masih umum. Sebagian informan tidak mencari informasi lanjutan setelah melihat video.

Kondisi ini menunjukkan bahwa kesadaran politik tidak cukup diukur melalui frekuensi menonton konten. Kesadaran politik juga mencakup kemampuan memahami konteks, memeriksa sumber, mengenali kepentingan

pembuat konten, dan membedakan informasi dengan propaganda. Dalam perspektif Almond dan Verba, literasi digital sangat penting bagi pembentukan orientasi evaluatif. Informan tidak hanya perlu mengenal kandidat. Mereka juga harus mampu memberikan penilaian yang didasarkan pada informasi yang valid dan pertimbangan yang rasional.

Dengan demikian, keterbatasan partisipasi offline tidak hanya berkaitan dengan kurangnya minat. Keterbatasan tersebut juga dapat berhubungan dengan kurangnya pemahaman, kepercayaan diri, kesempatan, dan ruang yang memungkinkan Generasi Z mengambil tindakan politik.

#### **9. Risiko polarisasi, bias konfirmasi, dan disinformasi**

Sari, Zuriah, dan Wibowo (2025) menemukan bahwa algoritma FYP memperkuat paparan terhadap isu tertentu, membentuk agenda politik mahasiswa, serta meningkatkan kesadaran dan keterlibatan. Namun, sistem tersebut juga menimbulkan risiko polarisasi, bias konfirmasi, dan disinformasi. TikTok dapat menjadi media pendidikan politik informal sekaligus ruang yang rentan terhadap efek gelembung informasi.

Temuan tersebut membantu menjelaskan mengapa informan di Kabupaten Kendal perlu membandingkan informasi TikTok dengan media lain. Pemeriksaan silang diperlukan karena konten yang viral belum tentu benar, lengkap, atau netral.

Komentar pengguna juga tidak selalu menjadi ruang deliberasi yang sehat. Kolom komentar dapat berisi kritik dan pertukaran pandangan, tetapi juga dapat memuat serangan pribadi, informasi palsu, dan dukungan yang bersifat emosional.

Oleh karena itu, peningkatan orientasi evaluatif memerlukan kemampuan untuk menjaga jarak kritis dari konten. Informan perlu menilai siapa pembuat pesan, tujuan konten, bukti yang digunakan, konteks pernyataan, dan kemungkinan adanya manipulasi.

## 10. Posisi dan kontribusi penelitian di Kabupaten Kendal

Jika dibandingkan dengan jurnal Indonesia tahun 2021–2026, penelitian ini menguatkan temuan bahwa TikTok efektif sebagai media informasi, komunikasi politik, pembentukan perhatian, dan pengenalan kandidat kepada Generasi Z.

Namun, penelitian ini juga menunjukkan batas pengaruh TikTok. TikTok belum menjadi faktor utama yang mendorong informan mengikuti kampanye, menjadi relawan, bergabung dengan partai, atau terlibat dalam organisasi politik.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penjelasan mengenai kesenjangan antara kesadaran politik digital dan partisipasi offline pada Generasi Z di Kabupaten Kendal. Sejumlah penelitian sebelumnya lebih banyak menekankan efektivitas kampanye, pembentukan persepsi, dan keterlibatan digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan menarik perhatian tidak selalu diikuti keberhasilan mobilisasi politik.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa hubungan antara TikTok dan partisipasi politik tidak bersifat linear. Prosesnya berlangsung melalui beberapa tahap, yaitu keterpaparan informasi, munculnya perhatian, peningkatan pengetahuan, pembentukan penilaian, diskusi, dan tindakan politik.

Pada informan Kabupaten Kendal, proses tersebut lebih banyak mencapai tahap pengetahuan, perhatian, penilaian awal, diskusi informal, dan penggunaan hak pilih. Proses tersebut belum banyak mencapai tahap keterlibatan organisasional dan kegiatan politik langsung.

Dengan demikian, TikTok dapat disebut sebagai media pembentuk kesadaran politik awal, tetapi belum menjadi sarana mobilisasi politik yang kuat. Perubahan menuju partisipasi politik nyata membutuhkan dukungan literasi digital, pendidikan politik, lingkungan keluarga, kelompok pertemanan, komunitas pemuda, dan institusi politik lokal.

## 4. Simpulan Dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai media komunikasi politik yang mampu meningkatkan akses informasi, ketertarikan, dan kesadaran politik Generasi Z pada Pemilu 2024 di Kabupaten Kendal.

Namun, penelitian terbaru juga memperlihatkan bahwa keterlibatan digital tidak selalu berubah menjadi partisipasi offline. Generasi Z dapat aktif menonton, menyukai, membagikan, dan membicarakan konten politik, tetapi tetap enggan bergabung dengan partai, tim kampanye, organisasi, atau kegiatan politik formal. Dalam perspektif Almond dan Verba, TikTok lebih berperan dalam membentuk orientasi kognitif dan afektif dibandingkan orientasi evaluatif. Dalam perspektif McLuhan, TikTok membentuk kesadaran politik melalui karakter mediana. Format video pendek, algoritma FYP, visual, musik, viralitas, dan interaktivitas menentukan cara Generasi Z menerima dan memahami pesan politik. Akan tetapi, karakter tersebut juga dapat menghasilkan pemahaman parsial, bias konfirmasi, dan keterlibatan yang bersifat simbolik.

Oleh karena itu, TikTok lebih tepat dipahami sebagai pintu awal kesadaran politik daripada sebagai penyebab langsung partisipasi politik offline. Tindakan politik nyata membutuhkan hubungan antara informasi digital, kemampuan berpikir kritis, lingkungan sosial, dan tersedianya ruang partisipasi di dunia nyata.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods dengan jumlah responden yang lebih besar serta membandingkan berbagai platform media sosial untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai partisipasi politik Generasi Z.

## 5. Daftar Pustaka

Alam, S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. *Avant Garde*, 9(1), 68–78. doi:10.36080/ag.v9i1.1257.

- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton University Press.
- Andriana, N. (2022). Pandangan partai politik terhadap media sosial sebagai salah satu alat komunikasi politik untuk mendekati pemilih muda (Gen Y dan Z): Studi kasus PDI-P dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51–65. doi:10.14203/jpp.v19i1.1154.
- Aprillia, P., Hendra, H., & Sariyani, D. (2025). Persepsi mahasiswa pemilih pemula terhadap peran media sosial TikTok dalam komunikasi politik dan pengetahuan politik. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 6(5), 1241–1252. doi:10.54543/syntaximperatif.v6i5.909.
- Cervi, L., Tejedor, S., & García Blesa, F. (2023). TikTok and political communication: The latest frontier of politainment? A case study. *Media and Communication*, 11(2), 203–217. doi:10.17645/mac.v11i2.6390.
- Dean, D. (2021). “Clickbait Politics: Social Media, Populism, and Digital Campaigning.” *Journal of Political Communication*, 38(5), 601–618.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. 5th Edition. Sage Publications.
- Gibson, R., & Cantijoch, M. (2013). Conceptualizing and measuring participation in the age of the internet: Is online political engagement really different to offline? *The Journal of Politics*, 75(3), 701–716. doi:10.1017/S0022381613000431.
- Ginting, G. E. B., & Pribadi, M. A. (2025). Persepsi politik Generasi Z di TikTok: Analisis teori ekologi media. *Koneksi*, 9(1), 97–104. doi:10.24912/kn.v9i1.33286.
- Ichwanusafa, R., & Aji, M. P. (2024). Pengaruh media sosial TikTok terhadap tingkat partisipasi politik mahasiswa Generasi Z di UPN Veteran Jakarta. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 329–337. doi:10.5281/zenodo.11199238.
- Kowimudin, I., & Supartinah. (2026). TikTok sebagai sumber informasi politik dan dampaknya terhadap partisipasi politik Generasi Z dalam musyawarah desa: Studi kasus Desa Kincang, Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 4(1), 283–292. doi:10.59246/aladalah.v4i1.1791.
- Kusnadi, E., & Annisa, R. N. (2023). Dampak media sosial TikTok terhadap pembentukan kesadaran politik peserta didik dalam berkewarganegaraan. *Academy of Education Journal*, 14(2), 410–422. doi:10.47200/aoej.v14i2.1702.
- Lestari, V. D., Kumalasari, A., & Kasiami, S. (2024). Media sosial sebagai alat kampanye Pemilu 2024: Perspektif pengguna TikTok. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 30–37. doi:10.33366/jkn.v6i1.442.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2019). Youth collective political expression on social media: The role of affordances and memetic dimensions for voicing political views. *New Media & Society*, 21(9), 1988–2009. doi:10.1177/1461444819837571.
- Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2021). How popular culture prompts youth collective political expression and cross-cutting political talk on social media: A cross-platform analysis. *Social Media + Society*, 7(2). doi:10.1177/20563051211008821.
- Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2023). TikTok as a key platform for youth political expression: Reflecting on the opportunities and stakes involved. *Social Media + Society*, 9(1). doi:10.1177/20563051231157595.
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. (2014). “The Networked Young Citizen: Social Media, Political Participation and Civic Engagement.” *Information, Communication & Society*, 17(2), 143–150.
- Marlina, D., & Hakim, L. (2025). Peran TikTok dalam kampanye politik: Strategi menarik Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 196–213. doi:10.18196/jas.v6i1.587.

- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT Press. Karya asli diterbitkan pada 1964.
- Pratiwi, L. (2024). “Kampanye Politik di TikTok: Strategi dan Dampak terhadap Pemilih Muda.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 9(1), 45–63.
- Qory, W. A., & Mahadian, A. B. (2023). Youth political expression through TikTok social media. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(1), 180–193. doi:10.51544/jlmk.v7i1.3948.
- Sari, A. Y., Zuriah, N., & Wibowo, A. P. (2025). Dissemination of political issues on TikTok social media and its implications on the political attitudes of students of the University of Muhammadiyah Malang. *Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila dan Kewarganegaraan)*, 6(2), 432–451.
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis peran media sosial dalam pembentukan pengetahuan politik masyarakat. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116–123. doi:10.33822/jep.v6i1.5286.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890. doi:10.1177/1461444820983603.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).