

**Pengaruh Konten Pemilihan Umum di Aplikasi TikTok Terhadap Civic  
Literacy Mahasiswa PPKn FKIP UNS**

**(Universitas Sebelas Maret, Surakarta)**

Dika Finsya Prabantara\*, Winarno<sup>2</sup>, Raharjo<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Prodi PPKn, Universitas Sebelas Maret, Surakarta  
\*Email: [dika.finsya@student.uns.ac.id](mailto:dika.finsya@student.uns.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to determine: Abuse of privacy, unethical behavior, application usage policies, lack of education about application literacy, and lack of participation in public discussions are other problems that affect civic literacy. This is an area that needs attention in an effort to increase understanding of responsibility and good behavior in using TikTok and other application platforms. The aim of this research is to determine the influence of general election content on the TikTok application on the civic literacy of PPKn FKIP UNS students. The sampling technique in this study used probability sampling. The approach used was the proportional random sampling technique. The sample used in this research was 148 PPKn FKIP UNS students. This research includes quantitative research. The data collection technique in this research was by distributing questionnaire instruments to respondents. The analysis technique uses descriptive statistics, analysis prerequisite tests, and hypothesis testing. This research hypothesis test uses a simple linear regression test. The results of this research are the results of the simple regression test in this research. The significance value of the T test is 0.000, which is less than 0.05, which means  $H_0$  is rejected, meaning there is a significant influence. So, it can be concluded that there is a significant influence between the general election content in the TikTok application on the civic literacy of PPKn FKIP UNS students, if the content is better, civic literacy will be better, and vice versa, if the content is worse, civic literacy will be worse. And the results of the regression test obtained the equation  $Y = 16.056 + 0.734X$ . This equation shows that every 1 unit increase in the independent variable (Election Content on the TikTok Application) can have an influence on the dependent variable (Civic Literacy of PPKn FKIP UNS Students) of 0.734. For example, if the value of election content in the TikTok application is 90, then it can be predicted that the literacy value of PPKn FKIP students is  $Y = 16.056 + 0.734(90) = 82.116$ .*

**Keywords:** *Election Content, Social Media, TikTok Civic Literacy.*

## **PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya waktu dari masa ke masa, kebutuhan mengenai informasi dan komunikasi merupakan salah satu hal penting. Peningkatan penggunaa internet ini menggambarkan mengenai pesatnya informasi dan komunikasi dari penerimaan masyarakat terhadap pertumbuhan dan perkembangan teknologi dan perubahan pesat menuju masyarakat informasif. Adanya kepemilikan telepon seluler atau *smartphone* dan didukung dengan kemudahan internet tentunya banyak sekali hal yang dapat dilakukan, Pemanfaatan media sosial membuktikan bahwa perkembangan media komunikasi, informasi, dan teknologi mengalami kemajuan begitu pesat dalam rangka menyampaikan informasi dan memudahkan pekerjaan masyarakat.

Perkembangan teknologi diperlukan untuk menciptakan inovasi-inovasi bermanfaat yang membawa manfaat positif bagi kehidupan. Internet (*internetwork*) merupakan kumpulan jaringan komputer yang menghubungkan perguruan tinggi, instansi pemerintah, dunia usaha, organisasi, dan website/situs individu (Rusito, 2021). Keberadaan Internet memberi pengguna cara yang nyaman untuk berinteraksi dengan orang-orang. Dalam proses digitalisasi, beberapa platform aplikasi mendukung pembuatan video dengan fitur-fitur menarik. Salah satunya adalah aplikasi TikTok.

Aplikasi *TikTok* ini merupakan sebuah jejaring sosial paling populer di dunia. Platform *ByteDance* ini berhasil merebut hati

masyarakat karena menyajikan konten buatan pengguna yang unik dan menarik ([dataindonesia.id](http://dataindonesia.id)). Berdasarkan laporan firma riset Statista yang dilansir dari Kompas.com, jumlah peminat, pengguna, dan penonton aplikasi *TikTok* di Indonesia telah mencapai 113 juta hingga bulan April tahun 2023. Jumlah peminat aplikasi *TikTok* di Indonesia tidak melebihi jumlah pengguna aplikasi *TikTok* di Amerika Serikat yakni sebanyak 117 juta. Jumlah tersebut menobatkan negara Amerika Serikat (USA) sebagai negara pertama di dunia yang mempunyai jumlah penonton dan pengguna aplikasi *TikTok* terbanyak perbulan April pada tahun 2023. Setelah Amerika Serikat dan Indonesia, Brasil menempati sebagai negara terbesar ketiga dengan sekitar 85 juta pengguna. Kemudian, menurut Reportal Data, negara dengan jumlah pengguna aplikasi *TikTok* paling sedikit di dunia ada urutan Inggris dengan pengguna sebanyak dua puluh koma tiga juta (20,3 juta), Malaysia sebanyak dua puluh koma nol tujuh juta (20,07 juta), dan Peru sebanyak delapan belas koma nol lima juta (18,05 juta). Dengan total kurang lebih sebanyak 113 juta pengguna aplikasi *TikTok*, menobatkan Indonesia sebagai negara dengan peminat, pengguna, dan penonton aplikasi *TikTok* terbanyak di dunia selama periode tersebut. Hal ini dilaporkan dalam laporan bertajuk “Negara dengan jumlah penonton TikTok tertinggi per April 2023”.

Penggunaan aplikasi jejaring internet dan aplikasi *TikTok* yang begitu banyak pastinya terdapat dampak yang diberikan, baik dampak positif maupun negatif. Dampak

positif dari *TikTok* itu sendiri yakni aplikasi tersebut memberikan hiburan bagi masyarakat yang menonton konten, kemudian aplikasi tersebut menyajikan *market/pasar* untuk berjualan yakni *TikTokshop*. Dimana banyak pedagang yang memanfaatkan aplikasi tersebut karena penjualan melalui *TikTok* mendatangkan omset yang fantastis. Seiring berjalannya waktu media sosial atau aplikasi *TikTok* digunakan sebagai sarana untuk berkampanye. Kampanye adalah suatu kegiatan atau aktivitas dengan bertujuan untuk membagikan informasi dan mempengaruhi perilaku suatu kelompok atau individu pada suatu waktu tertentu melalui serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisir. Selain menjadi media kampanye yang ampuh dalam pemilu, aplikasi *TikTok* merupakan bagian dari media sosial yang mampu menjangkau khalayak secara spesifik dan luas. Aplikasi *TikTok* memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan komunitas, mendengarkan donasi, dan menyesuaikan strategi kampanye berdasarkan tanggapan yang mereka terima. Para kandidat menggunakan media sosial *TikTok*, salah satu aplikasi unggulan yang digunakan oleh Gen Z, sebagai platform yang mudah diakses dan menarik secara visual karena berisi berbagai video pendek. Salah satu fitur yang cepat digunakan oleh banyak pengguna aplikasi *TikTok* adalah fitur siaran langsung. Fitur ini membantu pengguna yang menggunakan fitur ini untuk berkomunikasi langsung dengan pengguna aplikasi *TikTok* lainnya atau penonton yang menonton aksi siaran langsung (Fakhrijal

Hifdzan Kane Drew, 2024). Efektivitas komunikasi politik melalui aplikasi *TikTok* sebagai *platform* media sosial dirancang sejak awal untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga memungkinkan para aktor politik untuk secara bebas berinteraksi dengan masyarakat luas di berbagai tingkat komunikasi. Aplikasi *TikTok* adalah *platform* untuk pendidikan politik dan pemahaman tentang isu-isu politik dan program partai politik, dan kami terus memperbarui konten kami untuk mempertahankan minat pengguna dan memperluas audiens. *Platform* media sosial *TikTok* merupakan sarana berjejaring yang cukup efektif dalam memenuhi fungsi komunikasi politik partai politik (Irwansyah Kamindang, 2024).

Sedangkan dampak negatif *TikTok* beragam mulai dari penyebaran isu *hoax*, penipuan *online*, pencemaran nama baik, *hate comment*, dan lain sebagainya. Salah satu fenomena yang sering ditemukan pada penggunaan media sosial ialah adanya *buzzer*. Kehadiran *buzzer* berdampak pada masyarakat karena membingungkan mereka mengenai siapa yang dapat mereka percayai, meskipun mereka mempunyai sumber informasi yang terpercaya seperti media yang terpercaya. Terkait strategi komunikasi, *buzzer* sering memanipulasi media dengan menciptakan disinformasi, membingungkan pembaca, dan pemberitaan massal tentang akun mereka. Hal ini yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik dan menyerang serta mengalahkan lawan politik yang dipimpin oleh politisi, partai politik, dan kontraktor swasta. *buzzer* menggunakan strategiberbeda

untuk meningkatkan pesan. Salah satunya, *buzzer* memanfaatkan otomatisasi mesin dan algoritme media sosial untuk memanfaatkan akun bot secara ekstensif untuk menghasilkan *tweet* berfrekuensi tinggi dan menargetkan topik yang sedang tren (Charisma Dina Wulandari, 2023). Pada kenyataannya, *buzzer* tidak bekerja secara cuma-cuma, melainkan memang untuk dibayar. *Buzzer* telah terbukti memang nyata dan adanya, seringkali membuat gaduh pada berbagai jejaring media sosial. Tidak jarang dan seringkali kegaduhan yang sering dijumpai di media sosial tidak saja dipengaruhi oleh para *buzzer*, akan tetapi dikarenakan netizen yang mudah gegabah mengenai simpang siur di jejaring media sosial yang belum diketahui benar salahnya. (Yulianto, 2023). Beriringan dengan fenomena *buzzer* tersebut tentunya banyak sekali masyarakat yang terjerumus pada berita palsu tersebut. Berdasarkan hasil penelitian (Siti Maisaroh, 2023) survei terhadap beberapa mahasiswa IAIN Ponorogo, didapatkan bahwa masih terdapat berita palsu yang ditemukan. Hal ini menjadikan kewaspadaan para pengguna jejaring sosial supaya tidak termakan berita yang belum diketahui kebenarannya.

Dengan adanya hal itu hasil dari penggunaan aplikasi *TikTok* sangatlah tidak sesuai dengan pendidikan karakter, serta dengan adanya karakter yang harus ditanamkan pada diri seseorang terutama seorang anak ataupun mahasiswa yang tergolong remaja serta beranjak dewasa yang harus memiliki karakter jujur, menghormati semua orang, disiplin

dan mempunyai karakter baik. Dengan hal tersebut, maka tidak jauh pula mempengaruhi *civic literacy*.

## **METODE PENELITIAN**

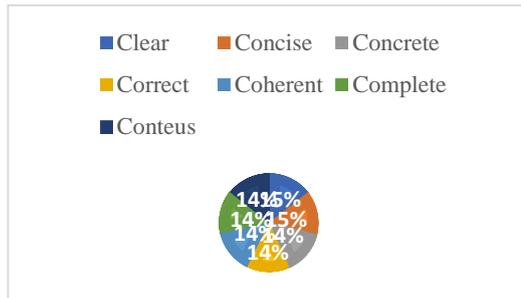
Penelitian ini yakni penelitian kuantitatif untuk mengukur pengaruh konten pemilihan umum di aplikasi *TikTok* terhadap *civic literacy* mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Pada penelitian ini menggunakan tiga teknik analisis data sebagai berikut yakni statistik deskriptif, uji prasyarat analisis dan uji hipotesis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh konten pemilihan umum di aplikasi *TikTok* terhadap *civic literacy* mahasiswa PPKn FKIP UNS. Teori yang mengkaitkan variabel X dan variabel Y yang digunakan oleh peneliti yakni teori *Uses And Gratification*. Penelitian menggunakan teori *uses and gratifications* mempertimbangkan kemungkinan dampak media. Teori penggunaan dan kepuasan atau *uses and gratification theory* dipilih karena salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori *uses and gratifications* biasa digunakan untuk meneliti media sosial yakni aplikasi *TikTok* terhadap *civic literacy*.

### **Gambar 1**

*Histogram Nilai Maximum Subindikator Variabel X*



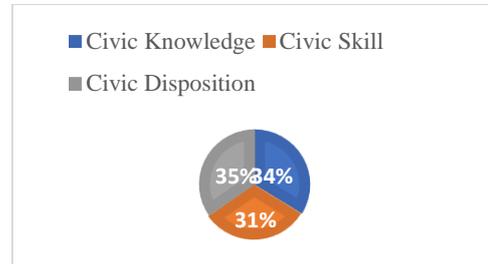
(Sumber: Data Peneliti, 2024)

Data mengenai Konten Pemilu di Aplikasi *TikTok* di dapat dari hasil rekapitulasi diketahui jumlah responden adalah N sebanyak 148, nilai tertinggi adalah 72, nilai terendah adalah 40, rentang 32 (72-40). Mengenai Konten Pemilihan Umum di Aplikasi *TikTok* peneliti mengukur kriteria konten yang sesuai daya. Menurut Heuer & Brian Solis (2010) ada 7 indikator yakni *clear*, *concise*, *concrete*, *correct*, *coherent*, *complete*, dan *conteus*. Hasil sebuah konten pemilihan umum yang ditayangkan melalui aplikasi *TikTok* apabila dirinci berdasarkan nilai maksimal tertinggi mendapat hasil tertinggi pada indikator *coherent* dan *complete* yakni dengan presentase 15%. Untuk indikator 5 lainnya yakni *clear*, *concise*, *concrete*, *correct*, dan *conteus* mendapat hasil presentase 14%. Jumlah skor keseluruhan penilaian yakni 8.949 dengan nilai mean 60,47, median 64, dan modus 66. Nilai terbanyak terdapat pada interval 64-67 yang frekuensi sebesar 41 dengan presentase 27,7%. Dan nilai yang paling sedikit pada interval 72-75 yang frekuensinya sebesar 1 dengan presentase 0,7%. Secara umum kecenderungan Konten Pemilihan Umum di Aplikasi *TikTok* menunjukkan bahwa Konten Pemilu di Aplikasi *TikTok* berada pada kategori tinggi dengan presentase

44,6%.

**Gambar 2**

*Histogram Nilai Maximum Subindikator Variabel Y*



(Sumber: Data Peneliti, 2024)

Data *Civic Literacy* Mahasiswa PPKn FKIP UNS diperoleh rekapitulasi responden adalah N sebanyak 148, nilai tertinggi adalah 71, nilai terendah adalah 43, rentang 28 (71-43). Adapun tiga indikator yang dikaji yakni mengenai *civic knowledge*, *civic skill*, dan *civic disposition*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tertinggi didapatkan pada indikator *civic disposition* yakni sebesar 35%, kemudian disusul dengan indikator *civic knowledge* sebesar 34%, dan yang terakhir yakni indikator *civic skill* sekebar 31%. Jumlah skor keseluruhan penilaian adalah 7.374, dengan nilai mean 60,45, median 62, dan modus 67. Diketahui nilai yang terbanyak terdapat pada interval 67-70 yang memiliki frekuensi sebesar 45 dengan presentase 30,4%. Nilai paling sedikit terdapat pada interval 71-74 sebanyak 1 dengan presentase 0,7%. Kecenderungan *Civic Literacy* Mahasiswa PPKn FKIP UNS dapat diketahui bahwa *Civic Literacy* mahasiswa PPKn FKIP UNS berada pada kategori tinggi dengan presentase 43,9%.

Uji analisis prasyarat melalui 2 tahap, tahap pertama yakni uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji persebaran data yang telah

dilakukan berdasarkan distribusi normal maupun tidak normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Nilai sigifikasi dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,077. Hal tersebut menunjukkan nilai signifikansi 0,077 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data terdistribusi dengan normal. Tahap yang kedua yakni uji linearitas dengan tujuan untuk memastikan data yang disebarkan bersifat linear ataukah tidak. Nilai signifikansi menunjukkan sebesar 0,115 dimana lebih besar dari 0,05 yang artinya memiliki hubungan yang linear.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel X yakni Konten Pemilu di Aplikasi *TikTok* memiliki pengaruh positif terhadap *Civic Literacy* Mahasiswa PPKn FKIP UNS. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi Uji T sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditentukan yakni sebesar 0,050. Hal ini berarti konten pemilihan umum yang ada di aplikasi *TikTok* memberikan pengaruh positif terhadap *civic literacy* pada mahasiswa PPKn FKIP UNS terutama angkatan 2021,2022, dan 2023. Jika tayangan konten pemilihan umum yang ada di aplikasi *TikTok* semakin baik, maka literasi kewarganegaraan mahasiswa akan semakin baik. Begitu pula sebaliknya, jika tayangan konten pemilihan umum yang ada di aplikasi *TikTok* itu buruk, maka literasi kewarganegaraan mahasiswa juga lebih dan semakin buruk.

Besar pengaruh konten pemilihan umum pada aplikasi

*TikTok* dapat dilihat pada tabel *Model Summary* yaitu sebesar 71,4% terhadap *civic literacy* mahasiswa PPKn FKIP UNS. Maka dari itu, dapat diartikan bahwasannya hipotesis kedua yakni  $H_a$  terdapat pengaruh konten pemilihan umum di aplikasi *TikTok* secara positif dan signifikan terhadap *civic literacy* dan dapat dibuktikan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh dari adanya konten dari pemilihan umum di aplikasi *TikTok* terhadap *civic literacy* mahasiswa PPKn FKIP UNS. Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Atikah Amanda Putri, 2023) berdasarkan hasil penelitian bersama yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh aplikasi tiktok terhadap perilaku dan karakter peserta didik sekolah dasar (SD) dari beberapa sumber yang dikaji, penggunaan aplikasi tiktok menyebabkan terjadinya dua dampak, yaitu dampak positif dan negatif baik dari perilaku, karakter, kognitif, maupun psikomotorik. Terkait penggunaan media sosial dalam berkegiatan pemilihan umum tentunya sering sekali digunakan. Hal ini selaras dengan penelitian (Billy Adinugroho, 2019) yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran tersendiri dalam politik dan pemilihan umum dikarenakan media sosial menjadi sumber utama informasi politik terutama bagi generasi milenial. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial secara positif mempengaruhi orang-orang untuk mencari informasi politik dan memiliki keyakinan berkontribusi pada pemilihan umum.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh konten pemilihan umum di aplikasi *TikTok* terhadap *civic literacy* mahasiswa PPKn FKIP UNS dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil uji regresi sederhana pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Uji T bernilai 0.000 lebih kecil dari 0.05 yang berarti  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konten pemilihan umum di aplikasi *TikTok* terhadap *civic literacy* mahasiswa PPKn FKIP UNS apabila apabila konten semakin baik maka literasi kewarganegaraan akan semakin baik, begitu pula sebaliknya, apabila konten semakin buruk maka literasi kewarganegaraan akan semakin buruk.
2. Dari hasil uji regresi diperoleh persamaan  $Y = 16,056 + 0,734X$ . Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 unit variabel bebas (Konten Pemilu di Aplikasi *TikTok*) dapat memberikan pengaruh variabel terikat (Civic Literacy Mahasiswa PPKn FKIP UNS) sebesar 0,734. Sebagai contoh apabila nilai sebuah konten pemilu yang ada di aplikasi *TikTok* adalah 90, maka dapat diprediksi nilai literasi mahasiswa PPKn FKIP yaitu  $Y = 16,056 + 0,734(90) = 82,116$ .

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Atikah Amanda Putri, A. D. (2023). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku dan Karakter Siswa Sekolah Dasar (SD). *Jurnal Reforma*, 146-158.
- Billy Adinugroho, G. F. (2019). MEDIA SOSIAL DAN INTERNET DALAM KETELIBATAN INFORMASI POLITIK DAN PEMILIHAN UMUM. *Jurnal Representamen*, 80-95.
- Charisma Dina Wulandari, M. A. (2023). Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik. *AVANT GARDE, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 134-147.
- Fakhrijal Hifdzan Kane Drew, A. A. (2024). Media Kampanye: Pemanfaatan Siaran Langsung TikTok pada Pemilu 2024.
- Irwansyah Kamindang, M. A. (2024). TIKTOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK AKTOR PARTAI POLITIK DI KOTA PALU. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 1-15.
- Siti Maisaroh, Z. P. (2023). RESPON MAHASISWA IAIN PONOROGO TERHADAP BERITA HOAXS PEMILU 2024 DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 413-424.
- Yulianto, H. (2023). Fenomena Buzzer dan Perang Siber Jelang Pemilu 2024: Perspektif Netizen Indonesia. *JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 163-168.