

## Peran Media Sosial Tiktok dalam Membangun Preferensi Politik Gen Z Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Nusantara

Edi Kusnadi<sup>a,1\*</sup>, Andita Auna Zakra<sup>b,2</sup>, Devi Fatmawati Nurfadilah<sup>c,3</sup>, Serli Aulia Permana<sup>d,4</sup>,  
Amelia Nikita<sup>e,5</sup>

<sup>a,b,c,d,e,f</sup>Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Islam Nusantara  
<sup>1</sup>[edikusnadi@uinus.ac.id](mailto:edikusnadi@uinus.ac.id); <sup>2</sup>[anditaauanz@gmail.com](mailto:anditaauanz@gmail.com); <sup>3</sup>[fatmawatidevii01@gmail.com](mailto:fatmawatidevii01@gmail.com);  
<sup>4</sup>[serliauliapermana12@gmail.com](mailto:serliauliapermana12@gmail.com); <sup>5</sup>[amelia.nikita.3@gmail.com](mailto:amelia.nikita.3@gmail.com),

\*korespondensi penulis

Naskah diterima: 21 Agustus 2025, direvisi: 29 September 2025, disetujui: 30 September 2025

### Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik, terutama di kalangan Generasi Z. TikTok, sebagai platform favorit Gen Z, kini menjadi sumber informasi politik yang memengaruhi preferensi politik pemilih muda. Mahasiswa Universitas Islam Nusantara yang masuk ke dalam kategori Gen Z termasuk pengguna aktif TikTok yang terpapar berbagai konten politik. Penelitian ini bertujuan mengetahui intensitas penggunaan TikTok, tingkat literasi digital mahasiswa Uninus serta peran konten politik calon Gubernur Jawa Barat dalam membentuk preferensi politik. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan metode studi kasus, menelusuri pandangan mahasiswa terhadap kampanye digital di TikTok. Hasil menunjukkan bahwa konten politik di TikTok menarik perhatian mahasiswa melalui narasi visual yang kreatif dan sederhana dan humanis. Namun, rendahnya literasi digital membuat sebagian mahasiswa sulit membedakan informasi valid dan hoaks. Kesimpulannya, TikTok berpengaruh signifikan dalam membentuk preferensi politik Gen Z. Penguatan literasi digital politik sangat diperlukan agar pemilih muda lebih kritis dan cerdas dalam menyikapi informasi politik.

**Kata-kata kunci:** Tiktok, Preferensi Politik, Generasi Z, Mahasiswa

### Abstract

*The rapid development of technology and social media has changed the pattern of political communication, especially among Generation Z. TikTok, as Gen Z's favorite platform, is now a source of political information that influences the political preferences of young voters. Universitas Islam Nusantara students who fall into the Gen Z category are active TikTok users who are exposed to various political content. This study aims to determine the intensity of TikTok use, the level of digital literacy of UNINUS students, and the role of political content of West Java gubernatorial candidates in shaping political preferences. The study was conducted qualitatively using a case study method, exploring students' views on digital campaigns on TikTok. The results show that political content on TikTok attracts students' attention through creative, simple and humanistic visual narratives. However, low digital literacy makes it difficult for some students to distinguish between valid information and hoaxes. In conclusion, TikTok has a significant influence in shaping Gen Z's political preferences. Strengthening digital political literacy is very necessary so that young voters are more critical and intelligent in responding to political information.*

**Keywords:** TikTok, Political Preferences, Generation Z, Student

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia berlangsung sangat pesat, yang ditandai dengan kemunculan berbagai platform media sosial baru. Salah satu media sosial yang berkembang secara signifikan adalah TikTok. Menurut (Kusnadi & Utami, 2024) saat ini, media sosial menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh remaja. Berbagai jenis media sosial, khususnya TikTok, dimanfaatkan sebagai sarana hiburan ketika mereka merasa jenuh atau bosan. Awalnya TikTok hanya dikenal sebagai platform hiburan, tetapi TikTok kini telah menjelma menjadi media komunikasi digital yang kuat, termasuk dalam ranah politik. Dengan algoritma yang mampu menyesuaikan konten sesuai preferensi pengguna, TikTok menjadi saluran yang efektif dalam menyebarkan informasi, termasuk informasi politik. Menurut (Ummah et al., 2024), media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter memainkan peran penting dalam membentuk preferensi politik generasi muda. Media sosial bukan hanya menjadi sumber informasi alternatif, tetapi juga berkontribusi besar terhadap peningkatan kesadaran politik dan partisipasi aktif pemilih pemula dalam pemilu. Konten-konten yang singkat, visual, dan emosional terbukti lebih efektif menarik perhatian generasi muda yang tumbuh di era digital. Menurut (Kusnadi et al., 2023) juga Media sosial TikTok menyajikan beragam konten menarik yang memuat nilai-nilai politik, yang dapat berperan dalam membentuk kesadaran politik serta memengaruhi sikap dan perilaku peserta didik dalam menjalankan perannya sebagai warga negara. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, adalah generasi pertama yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan digital. (Prensky &

Moore, 2010) menyebut generasi ini sebagai Digital Natives, yaitu individu yang sejak kecil telah terbiasa dengan teknologi digital dan menjadikannya bagian dari kehidupan sehari-hari. Berdasarkan data dari (Ginee, 2021) sekitar 53% pengguna TikTok di Indonesia berasal dari Gen Z, menjadikan mereka sebagai kelompok dominan dalam platform ini.

Dengan kebiasaan yang sangat erat terhadap konsumsi informasi digital, Gen Z memiliki ketertarikan tinggi terhadap konten politik yang dikemas secara menarik dan mudah diakses. TikTok memberikan ruang ini dengan penyajian konten yang singkat namun informatif, serta fitur interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengguna dan pembuat konten, termasuk tokoh politik. Dalam konteks Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2024, media sosial TikTok dimanfaatkan secara strategis oleh para pasangan calon untuk menjangkau pemilih muda, khususnya mahasiswa Universitas Islam Nusantara (UNINUS) yang mayoritas berasal dari Gen Z. Keempat pasangan calon memiliki akun TikTok resmi yang digunakan untuk melakukan kampanye digital:

1. @jabar\_bahagia (Acep Adang Ruhiat & Gita KDI)
2. @jejeronalofficial (Jeje & Ronal)
3. @syaikhu\_ahmad\_ (Ahmad Syaikhu & Ilham Habibie)
4. @dedimulyadiofficial (Dedi Mulyadi & Erwan Setiawan)

Melalui akun-akun tersebut, para kandidat membagikan berbagai jenis konten, mulai dari kegiatan kampanye, interaksi dengan masyarakat, aktivitas keseharian, hingga kemampuan debat. Saat ini, strategi pemasaran politik banyak dilakukan melalui media sosial karena memiliki sejumlah keuntungan, seperti kemampuan untuk menyebarkan informasi

secara cepat, luas, dan langsung secara waktu nyata *real-time* (Cindytrias Putri Faoziah, 2024). Maka dari itu konten-konten yang disusun harus dengan pendekatan yang menyesuaikan karakteristik pengguna TikTok, seperti penggunaan musik populer, format storytelling pendek, serta narasi visual yang kuat. Hal ini berdampak pada terbentuknya preferensi politik Gen Z terhadap kandidat tertentu. Selain itu, fitur komentar dan siaran langsung (live) di TikTok memungkinkan pemilih muda untuk berdialog langsung dengan para kandidat, membangun kedekatan emosional, dan memperluas ruang diskusi politik secara digital. TikTok pun berperan sebagai ruang publik digital tempat masyarakat dapat mempertimbangkan pilihan politik mereka secara lebih terbuka dan personal.

Di balik potensi besar TikTok dalam membentuk kesadaran politik Gen Z, terdapat tantangan besar berupa disinformasi, propaganda, dan hoaks. Tidak semua konten politik yang tersebar di TikTok bersifat edukatif dan faktual. Sebagian besar justru disajikan dengan gaya persuasif yang manipulatif dan belum tentu diverifikasi kebenarannya. Hal ini menjadi ancaman serius bagi pemilih muda yang belum memiliki kemampuan kritis yang kuat dalam memilah informasi. Menurut (Rahmadhani, 2022), literasi digital merupakan keterampilan dasar yang wajib dimiliki mahasiswa, bukan hanya untuk mengakses informasi, tetapi juga untuk mengevaluasi dan menggunakannya secara etis dalam kehidupan akademik dan sosial. Tanpa literasi digital yang baik, Gen Z rentan terjebak dalam filter bubble dan echo chamber yang memperkuat bias politik tertentu tanpa pemahaman yang utuh. Melihat tingginya penggunaan TikTok oleh Gen Z, serta intensitas kampanye digital yang dilakukan oleh para calon gubernur Jawa Barat,

sangat jelas bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan preferensi politik mahasiswa UNINUS. Studi kasus ini menjadi penting karena menunjukkan bagaimana strategi komunikasi politik melalui media sosial dapat membentuk opini dan perilaku pemilih muda secara langsung. Fenomena ini menjadi penanda terjadinya pergeseran dari kampanye politik konvensional menuju praktik demokrasi digital yang lebih terbuka, interaktif, dan personal. Dengan demikian, pemahaman terhadap dinamika media sosial, pola konsumsi informasi Gen Z, serta penguatan literasi digital menjadi kunci utama dalam memahami pembentukan preferensi politik di era digital saat ini.

Penelitian tentang peran TikTok dalam membangun preferensi politik Generasi Z di kalangan mahasiswa Universitas Islam Nusantara menjadi penting karena tiga faktor utama. Pertama, posisi Indonesia sebagai pengguna TikTok terbesar di dunia dengan dominasi Generasi Z sebagai penggunanya. Kedua, transformasi TikTok dari Platform hiburan menjadi sumber informasi politik yang signifikan juga alat kampanye yang sangat berpeluang. Ketiga penelitian ini juga memiliki urgensi dalam konteks literasi digital, mengingat meningkatnya penyebaran disinformasi dan hoaks di Platform digital. Kemampuan untuk memverifikasi informasi dan membangun pemahaman kritis terhadap konten politik digital menjadi semakin penting, terutama bagi mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang sangat aktif di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga akan menilai tingkat literasi digital mahasiswa dalam menyaring informasi politik di TikTok agar tidak mudah terbawa informasi hoaks, serta efektivitas penggunaan Platform ini sebagai sarana komunikasi politik oleh para kandidat

calon baik pada pemilihan Presiden, Walikota, Gubernur, Bupati atau Calon Legislatif yang akan menyalonkan diri pada 5 tahun mendatang.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai peran TikTok dalam membangun preferensi politik Generasi Z di kalangan mahasiswa Universitas Islam Nusantara menjadi relevan untuk peneliti teliti dengan judul Peran Media Sosial Tiktok Dalam Membangun Preferensi Politik Gen Z Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Nusantara . Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana TikTok mempengaruhi preferensi politik mahasiswa dan sejauh mana Platform ini menjadi alat efektif dalam kampanye politik. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pemangku kepentingan dalam merancang strategi komunikasi politik yang tepat sasaran bagi Generasi Z (Studi Kasus Pada Pemilihan Kepala Daerah Gubernur Jawa Barat 2024) . Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika interaksi antara media sosial dan juga preferensi politik di kalangan pemilih muda atau Generasi Z dan pentingnya literasi digital bagi Gen Z dalam konsumsi informasi, khususnya dalam konteks lokal di Daerah Provinsi Jawa Barat.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Menurut Creswell ( dalam Adhi Kusumastuti et al., 2019 : 2) Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menggali dan memahami makna yang dimiliki oleh individu atau kelompok terhadap suatu persoalan sosial atau isu kemanusiaan tertentu. Fokus utamanya adalah pada interpretasi subjektif atas pengalaman, pandangan, dan makna yang mereka bangun dari realitas yang mereka hadapi. Dengan

metode studi kasus, Menurut Creswell (Adhi Kusumastuti et al., 2019 : 8), Studi kasus merupakan salah satu strategi dalam penelitian kualitatif di mana peneliti melakukan penyelidikan mendalam terhadap suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau kelompok individu tertentu. Pendekatan ini dibatasi oleh ruang lingkup waktu dan aktivitas yang jelas, serta menuntut pengumpulan data secara menyeluruh melalui beragam teknik yang telah direncanakan sebelumnya. Dengan fokus yang spesifik, studi kasus memungkinkan peneliti memahami fenomena secara komprehensif dalam konteks nyata yang sedang terjadi. Pengumpulan data dilakukan pada periode Mei hingga April 2025 dengan menggunakan tiga teknik utama: angket (sebagai instrumen penyaring), wawancara mendalam dengan pemilihan informan melalui proses pertimbangan karakteristik yang sesuai seperti ; keterlibatan aktif dengan konten politik, keaktifan menggunakan TikTok, serta keragaman wilayah asal di Jawa Barat. Data dianalisis melalui tahapan reduksi, penyajian data naratif dan visual, serta verifikasi menggunakan triangulasi dan member check untuk menjamin keabsahan temuan. Penelitian ini tidak hanya berupaya menggambarkan kecenderungan preferensi politik Gen Z, tetapi juga menelaah bagaimana bentuk dan gaya penyajian konten politik di TikTok memengaruhi persepsi mahasiswa. Observasi dan wawancara memperlihatkan bahwa kampanye digital melalui TikTok memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembentukan opini, dengan tantangan utama berupa potensi disinformasi. Oleh karena itu, literasi digital menjadi aspek penting dalam memahami dinamika politik digital yang dialami oleh generasi muda saat ini.

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan yang terpilih, diketahui bahwa frekuensi penggunaan TikTok untuk mengakses konten politik sangat bervariasi di kalangan mahasiswa Universitas Islam Nusantara yang termasuk dalam Generasi Z. Ada informan yang secara aktif mengikuti perkembangan isu politik, khususnya menjelang pemilihan kepala daerah Gubernur Jawa Barat 2024. Mereka

sengaja mencari konten politik sebagai bentuk kepedulian dan ketertarikan terhadap isu-isu sosial dan kebijakan publik yang sedang dibahas. Di sisi lain, ada pula mahasiswa yang tidak secara khusus mencari konten politik, tetapi tetap terpapar oleh konten tersebut melalui algoritma TikTok yang secara otomatis menyesuaikan tayangan berdasarkan kebiasaan pengguna. Hal ini memungkinkan informasi politik tetap sampai ke pengguna, meskipun mereka tidak secara sadar mencari atau mengaksesnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi media yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi politik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Platform ini memainkan peran yang semakin penting dalam proses pembentukan kesadaran politik mahasiswa. Dengan tampilnya konten-konten politik di linimasa secara rutin, mahasiswa menjadi lebih terbiasa dan akrab dengan isu-isu yang sedang berkembang, yang pada akhirnya mempengaruhi cara pandang dan sikap mereka terhadap tokoh atau partai politik tertentu. Tanpa disadari, eksposur yang berulang ini menciptakan rasa keterikatan emosional dan persepsi positif terhadap figur politik yang sering mereka lihat. Keterpaparan terhadap akun-akun politik tertentu juga memperkuat fenomena ini. Salah satu akun yang paling sering disebut oleh informan adalah @dedimulyadiofficial. Akun ini dinilai sebagai salah satu yang paling aktif, konsisten, dan menarik dalam menyajikan konten politik. Gaya penyampaian yang komunikatif, ringan, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadi daya tarik utama. Konten-konten yang diunggah tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga mengandung unsur hiburan, edukasi, serta kedekatan budaya dan sosial. Kombinasi tersebut membuat mahasiswa merasa lebih dekat secara emosional dengan tokoh yang bersangkutan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi politik bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan sudah menjadi kebutuhan utama dalam menjangkau pemilih muda. Tokoh politik yang mampu menyajikan konten secara kreatif, otentik, dan konsisten akan lebih mudah diterima oleh generasi muda yang aktif di media sosial. Tidak hanya meningkatkan popularitas, tetapi juga membangun rasa percaya dan kedekatan yang

dapat memengaruhi pilihan politik. Strategi ini terbukti mampu mengubah cara mahasiswa menilai tokoh politik, dari yang semula hanya berdasarkan pemberitaan di media konvensional menjadi berdasarkan pengalaman digital yang lebih personal dan interaktif. Fenomena ini sekaligus menjadi indikator bahwa mahasiswa kini tidak hanya menjadi objek dalam proses komunikasi politik, tetapi juga menjadi pelaku aktif yang memilih, mengomentari, dan menyebarkan konten politik sesuai dengan nilai dan preferensi mereka. Oleh karena itu, keberadaan platform seperti TikTok berpotensi menjadi ruang politik digital yang membentuk orientasi politik generasi muda secara lebih kuat, dinamis, dan personal. Pemanfaatan media sosial oleh tokoh politik secara terarah dan tepat sasaran dapat menjadi salah satu faktor penting dalam membangun citra, memperkuat pesan kampanye, serta mempengaruhi preferensi politik mahasiswa di era digital ini. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan dari (Faradis et al., 2023) yang menyatakan bahwa pada saat Pemilu Presiden 2024 beliau menegaskan tentang betapa pentingnya penyesuaian, pendekatan adaptasi juga inovasi atau pembaruan strategi kampanye politik di tengah era digital, dikarenakan kandidat yang mampu mengoptimalkan potensi media sosial secara tepat adalah mereka yang akan lebih unggul dalam menarik perhatian pemilih dan meraih simpati masyarakat Indonesia. Diketahui juga bahwa sebagian besar mahasiswa terlibat aktif dalam interaksi konten politik di TikTok, baik melalui komentar, like, maupun membagikan video, meskipun ada juga yang hanya menjadi penonton pasif. Mayoritas informan menilai konten politik, khususnya dari akun @dedimulyadiofficial, disampaikan dengan gaya santai, visual menarik, dan bahasa yang mudah dipahami, sehingga pesan politik lebih mudah diterima. Bahkan, sebagian besar dari mereka mengaku mengalami perubahan pandangan atau refleksi ulang terhadap pilihan politik setelah menonton konten tersebut. Selain itu, banyak informan merasa lebih dekat secara emosional dengan tokoh politik yang aktif di TikTok, seperti Dedi Mulyadi, karena gaya komunikasi yang humanis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Konten yang menunjukkan sisi personal dan aksi nyata meningkatkan kepercayaan terhadap figur

tersebut. Ketika seorang tokoh politik menampilkan kehidupan sehari-hari, interaksi dengan keluarga, atau aktivitas di luar ruang formal politik, publik khususnya pemilih muda, mereka akan lebih mudah merasa dekat dan mengenal karakter tokoh tersebut secara lebih utuh. Hal ini tidak hanya membentuk citra yang hangat dan ramah, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan karena politisi tersebut dinilai jujur, terbuka, dan tidak berjarak. (Muttaqin et al., 2024 : 240 ) menyatakan bahwa konten yang bersifat personal, seperti aktivitas harian atau momen bersama keluarga, dimanfaatkan oleh anggota politik untuk menampilkan sisi humanis seorang politisi, sehingga dapat membangun kedekatan emosional dengan para pemilih. Secara keseluruhan, dalam konteks mahasiswa yang merupakan bagian dari Generasi Z, kedekatan emosional ini memainkan peran penting dalam membentuk opini serta kecenderungan dukungan terhadap tokoh tertentu. TikTok dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap pemahaman, kedekatan, hingga keputusan politik mahasiswa, sehingga menunjukkan pentingnya strategi komunikasi digital yang autentik dan adaptif dalam menjangkau pemilih muda. Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa personal branding merupakan suatu proses menciptakan citra atau kesan tertentu di benak orang lain, dengan cara menyampaikan secara konsisten keunggulan serta keunikan diri yang dianggap relevan dan menonjol (Firan Marenza et al., 2024). Dalam konteks ini, akun TikTok @dedimulyadiofficial menjadi contoh konkret dari penerapan strategi personal branding yang efektif. Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa @dedimulyadiofficial adalah akun yang paling konsisten, strategis, dan efektif dalam membangun citra politik melalui TikTok. Akun ini secara rutin menampilkan sisi humanis, aktivitas keseharian, hingga interaksi dengan masyarakat yang menonjolkan keunikan serta kedekatan emosional, sehingga memperkuat persepsi positif di kalangan pemilih muda, khususnya mahasiswa Gen Z. Hal ini berpotensi besar memengaruhi preferensi politik pemilih, terutama di kalangan Gen Z dan mahasiswa. Sebaliknya, akun lain menunjukkan variasi dalam penyajian dan fokus isu, namun belum

sepenuhnya memaksimalkan kekuatan platform TikTok dalam membangun koneksi emosional dan interaksi publik yang intens. Oleh karena itu, efektivitas pengaruh terhadap preferensi politik tampak lebih kuat pada akun yang menampilkan kehadiran langsung tokoh, konten aksi nyata, serta komunikasi yang membumi. Dari hasil wawancara dan observasi yang sudah dilakukan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana media sosial TikTok memengaruhi pembentukan preferensi politik mereka. Temuan ini diuraikan melalui beberapa aspek utama, mulai dari intensitas penggunaan platform, tingkat literasi digital mahasiswa dalam menyaring informasi serta peran konten politik dalam membangun preferensi politik sebagai berikut: hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UNINUS menggunakan TikTok secara aktif dan rutin, baik untuk hiburan maupun untuk mengakses informasi, termasuk konten politik. Intensitas penggunaan yang tinggi ini menyebabkan mahasiswa secara tidak langsung terus terpapar oleh berbagai narasi politik, terutama menjelang Pilkada Jawa Barat 2024. Konten yang muncul di For You Page (FYP) tidak selalu bersifat netral, melainkan dapat mengandung ajakan, dukungan, atau pencitraan terhadap figur politik tertentu. Studi oleh Vraga et al. dalam jurnal (Ni Kadek Tantri Nari Swari, 2025) mengungkapkan bahwa ketika pengguna media sosial terus-menerus terpapar pada isu tertentu, hal ini dapat memperkuat persepsi mereka mengenai pentingnya isu tersebut di ruang publik. Akumulasi paparan tersebut berkontribusi dalam membentuk dan memengaruhi arah preferensi politik individu, karena informasi yang sering muncul dianggap lebih relevan dan layak diperhatikan. Paparan yang konsisten ini menciptakan efek familiaritas, di mana mahasiswa merasa lebih mengenal dan dekat dengan tokoh tertentu karena sering melihat kontennya. (Muhamad Aldifa, 2024) dalam artikel *5 Fakta More Exposure Effect, Jarang Diketahui tapi Berpengaruh Besar* di website IDN Times mengemukakan bahwa efek familiaritas juga dikenal sebagai *mere exposure effect* adalah fenomena psikologis di mana seseorang cenderung lebih menyukai sesuatu hanya karena mereka sering terpapar atau merasa akrab dengan hal tersebut. Semakin sering

seseorang melihat, mendengar, atau berinteraksi dengan suatu objek, orang, atau ide, semakin besar kemungkinan mereka untuk menyukainya, meskipun tanpa alasan rasional yang jelas. Seiring waktu, hal ini dapat membentuk persepsi yang positif, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap preferensi politik. Ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok bukan hanya soal frekuensi, tetapi juga menciptakan ekosistem informasi yang sangat personal dan mempengaruhi pilihan politik pengguna, meskipun mereka awalnya tidak berniat mengakses konten politik. Fenomena ini juga diperkuat oleh teori *Mere Exposure Effect* yang dikemukakan oleh Robert Zajonc (1968) dalam (Sancaya et al., 2023) mengemukakan bahwa semakin sering seseorang terpapar pada stimulus tertentu, maka semakin besar kemungkinan mereka akan menyukai Click or tap here to enter text.ainya, meskipun tanpa interaksi langsung atau analisis rasional. Dalam konteks TikTok, mahasiswa yang terus-menerus melihat konten dari tokoh politik tertentu cenderung mulai menyukai atau merasa akrab dengan tokoh tersebut, bahkan meskipun sebelumnya mereka tidak memiliki ketertarikan politik yang tinggi. Kedekatan ini bersifat psikologis dan emosional, yang kemudian menjadi dasar pembentukan preferensi politik. Mahasiswa merasa seolah-olah mengenal tokoh tersebut karena sering melihatnya dalam keseharian digital mereka, yang pada akhirnya membentuk dukungan yang lebih personal. Tidak hanya itu, selain daripada teori *Mere Exposure Effect*, fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui teori Media Baru (*New Media Theory*) yang dikemukakan oleh (Levy, 2010) yang menjelaskan bahwa media digital, termasuk TikTok, telah menciptakan sebuah ekosistem komunikasi yang bersifat terbuka, partisipatif, dan desentralistik. TikTok sebagai platform media sosial bukan lagi sekadar ruang konsumsi informasi, tetapi menjadi ruang produksi makna tempat individu dapat berinteraksi, membentuk identitas, hingga menyuarakan pandangan politik mereka. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak lagi bergantung pada media konvensional sebagai sumber informasi politik utama, melainkan lebih memilih TikTok yang memungkinkan mereka terlibat langsung dalam diskusi politik secara

informal dan spontan, sesuai dengan karakter generasi digital. TikTok juga memungkinkan penyebaran konten secara viral dan cepat, yang memperkuat penyebaran nilai, ideologi, dan citra politik tokoh tertentu secara masif dalam waktu singkat. Kedua teori ini yaitu *Mere Exposure Effect* dan Media Baru saling melengkapi dan menjelaskan bagaimana intensitas penggunaan TikTok, yang awalnya hanya untuk hiburan, dapat berkembang menjadi proses pembentukan preferensi politik yang cukup signifikan di kalangan mahasiswa. TikTok, dalam hal ini, bukan hanya platform digital biasa, melainkan sebuah ruang komunikasi politik yang hidup, terbuka, dan sangat berpengaruh terhadap arah pandangan politik generasi muda. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka menyadari pentingnya menyaring informasi politik yang mereka lihat di TikTok. Mereka memahami bahwa tidak semua informasi di media sosial valid, dan perlu diverifikasi melalui sumber lain seperti media berita, akun resmi pemerintah, atau diskusi antar teman. Ini menunjukkan adanya kesadaran literasi digital, yang menjadi bagian penting dari proses pembentukan preferensi politik. Namun, perbedaan tingkat literasi digital di antara mahasiswa menciptakan celah kerentanan terhadap hoaks atau propaganda politik. Mahasiswa yang memiliki kemampuan menyaring informasi akan lebih selektif dan kritis, sedangkan yang belum memiliki kesadaran tersebut cenderung menerima informasi mentah. Hal ini penting karena preferensi politik yang terbentuk dari informasi keliru dapat menciptakan keputusan yang tidak rasional. Oleh karena itu, literasi digital tidak hanya berfungsi untuk membentengi diri dari disinformasi, tetapi juga memperkuat pembentukan preferensi politik yang lebih sadar dan rasional. Kemampuan untuk menilai kredibilitas sumber, membedakan opini dan fakta, serta mengenali gaya penyampaian yang manipulatif menjadi keterampilan penting dalam era digital ini. Bagi mahasiswa yang memiliki kapasitas tersebut, TikTok justru menjadi alat edukatif yang memperkaya sudut pandang politik dan memperkuat preferensinya dengan lebih matang dan berdasarkan pertimbangan logis. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan teori literasi digital yang menekankan pentingnya

kecakapan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi melalui media digital secara bijak. Menurut (Naufal, 2021), literasi digital tidak hanya terbatas pada kemampuan menggunakan perangkat digital, tetapi juga mencakup keterampilan dalam menelusuri dan memilih informasi secara tepat, berpikir secara kritis, berinovasi, bekerja sama dengan orang lain, berkomunikasi secara efisien, serta tetap memperhatikan aspek keamanan digital dan memahami dinamika sosial-budaya yang ada di lingkungan digital. Lebih lanjut, teori media baru dari (Levy, 2010) juga menegaskan bahwa media digital bukan hanya sebagai alat komunikasi, melainkan sebagai ruang terbuka yang dinamis dan adaptif, tempat pengguna dapat berpartisipasi aktif dalam diskusi publik, termasuk dalam proses politik. Dalam konteks ini, mahasiswa yang literat secara digital tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga aktor yang mampu memilah dan memproduksi informasi yang berdampak pada wacana politik digital. Dengan demikian, kesadaran literasi digital yang tinggi menjadi fondasi utama dalam meminimalisasi dampak negatif media sosial terhadap pembentukan preferensi politik. Ini menunjukkan bahwa pendidikan literasi digital bukan hanya penting untuk menghadapi banjir informasi, tetapi juga krusial dalam membentuk masyarakat pemilih yang cerdas dan bertanggung jawab di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten politik di TikTok, khususnya dari akun-akun seperti @dedimulyadiofficial, sangat efektif dalam mempengaruhi cara mahasiswa menilai figur politik. Konten yang menampilkan gaya komunikasi yang sederhana, kegiatan nyata di lapangan, serta narasi yang menyentuh isu sosial membuat tokoh politik terasa lebih dekat dan dapat dipercaya. Proses ini membentuk kedekatan emosional yang menjadi dasar awal terbentuknya preferensi politik. Dalam konteks TikTok, kedekatan ini dibangun melalui konten yang memperlihatkan sisi humanis seorang tokoh politik, seperti interaksi langsung dengan masyarakat, gaya komunikasi yang santai, dan narasi yang menggugah empati. Hal ini membuat mahasiswa merasa bahwa tokoh tersebut lebih 'real' dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Mahasiswa mengakui

bahwa mereka lebih menyukai tokoh yang tampil aktif dan konsisten di TikTok, dibandingkan yang tidak hadir atau jarang muncul. Paparan berulang membuat mereka membandingkan dan mengevaluasi tokoh, serta membentuk citra dan opini politik yang cenderung mengarah pada dukungan terhadap tokoh tertentu. Dengan demikian, preferensi politik mahasiswa tidak lagi terbentuk dari media konvensional atau debat resmi, tetapi sangat dipengaruhi oleh bagaimana tokoh memanfaatkan TikTok sebagai alat komunikasi dan pencitraan. Pernyataan ini diperkuat oleh teori Robert Zajonc (1968) dalam (Sancaya et al., 2023) yang menjelaskan bahwa semakin sering seseorang terpapar pada stimulus tertentu (dalam hal ini konten politik dari tokoh yang sama), maka semakin besar kemungkinan timbulnya sikap positif terhadap stimulus tersebut. Mahasiswa yang berkali-kali melihat konten dari tokoh seperti Dedi Mulyadi akan secara alamiah merasa lebih akrab dan membangun preferensi politik yang mengarah pada tokoh tersebut. Hal ini memperlihatkan bahwa proses komunikasi politik tidak hanya menyangkut isi pesan, tetapi juga frekuensi dan cara penyampaian pesan yang berulang dan konsisten. Fenomena ini membuktikan bahwa media sosial, terutama TikTok, telah menggeser pola komunikasi politik dari yang bersifat satu arah menjadi lebih partisipatif dan personal. Preferensi politik mahasiswa kini dibentuk oleh interaksi yang mereka rasakan, meskipun secara digital dan tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya menjadi media alternatif, melainkan menjadi media utama dalam membentuk orientasi dan pilihan politik mahasiswa Gen Z di era pemilu digital. Konsep ini juga diperkuat dengan teori Uses and Gratifications oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch, pada tahun 1974 pada bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*, dalam (Ni'matul Rohmah, 2020 : 6) yang menyatakan bahwa audiens secara aktif memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya. TikTok dipilih karena mampu menyajikan konten politik dengan cara yang mudah dipahami, tidak membosankan, dan mampu mengakomodasi gaya komunikasi yang disukai Gen Z. Artinya, preferensi politik yang terbentuk melalui TikTok merupakan hasil dari



proses aktif mahasiswa dalam mengonsumsi, menilai, dan merespons konten sesuai kebutuhan dan nilai yang mereka yakini.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa intensitas penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa Universitas Islam Nusantara (UNINUS) tergolong sangat tinggi. Mayoritas informan menyatakan bahwa mereka mengakses TikTok setiap hari, baik dalam waktu senggang maupun sebagai bagian dari rutinitas harian. TikTok telah menjadi salah satu platform digital yang paling sering digunakan oleh Gen Z karena menyajikan konten dalam format yang cepat, visual, dan mudah dikonsumsi. Hal ini menjadikan TikTok tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pencarian informasi, termasuk isu-isu politik. Mahasiswa secara tidak langsung sering terpapar konten politik melalui algoritma TikTok yang menyesuaikan dengan kebiasaan pengguna, terutama ketika konten-konten tersebut sedang viral atau ramai diperbincangkan. Tingginya intensitas penggunaan ini mengindikasikan bahwa TikTok menjadi media yang sangat potensial dalam menyampaikan pesan politik kepada generasi muda. Keterpaparan yang terjadi secara berulang dapat membentuk persepsi dan opini politik secara perlahan, yang kemudian berdampak pada pembentukan preferensi politik mahasiswa, baik secara sadar maupun tidak sadar. TikTok telah menjadi ruang publik baru bagi mahasiswa untuk mengenal tokoh politik, mengikuti perkembangan isu politik, dan membangun keterhubungan dengan dunia politik melalui pendekatan yang lebih akrab dan ringan. Dalam konteks penyebaran informasi politik yang masif melalui TikTok, tingkat literasi digital mahasiswa menjadi aspek penting yang menentukan kualitas pemahaman dan pengambilan sikap mereka terhadap informasi yang diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa UNINUS sudah cukup sadar akan pentingnya menyaring informasi yang mereka terima. Mereka memahami bahwa tidak semua konten yang muncul di TikTok dapat dipercaya sepenuhnya, sehingga beberapa dari mereka melakukan langkah-langkah verifikasi mandiri,

seperti mencari informasi pendukung dari media berita resmi, mengandalkan diskusi antar teman, atau mencocokkannya dengan sumber yang lebih kredibel. Meski demikian, masih terdapat sejumlah mahasiswa yang cenderung menerima informasi secara pasif dan belum sepenuhnya kritis dalam mengevaluasi kebenaran konten yang mereka konsumsi. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi literasi digital secara berkelanjutan, terutama yang berkaitan dengan kemampuan membedakan informasi faktual dan opini, mengenali konten hoaks atau propaganda, serta memahami konteks sosial-politik yang melatarbelakangi sebuah isu. Literasi digital bukan hanya soal keterampilan teknis dalam menggunakan teknologi, tetapi juga menyangkut sikap dan kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi arus informasi yang begitu cepat dan luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten politik yang disajikan melalui TikTok memiliki peran besar dalam membentuk preferensi politik mahasiswa. Dalam konteks Pilkada Gubernur Jawa Barat 2024, akun-akun calon gubernur, khususnya akun @dedimulyadiofficial, menjadi contoh yang paling menonjol dalam membangun hubungan dengan pemilih muda. Tokoh ini tidak hanya aktif membagikan kegiatan politiknya, tetapi juga menampilkan sisi humanis, kedekatan dengan masyarakat, serta menggunakan gaya komunikasi yang mudah dipahami dan menarik. Bahasa yang digunakan terasa santai, konten yang disajikan bersifat edukatif namun tetap menghibur, dan visualisasi yang digunakan membantu mahasiswa memahami isi pesan dengan lebih mudah. Banyak informan menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya dan dekat dengan tokoh politik yang rutin muncul di TikTok, terutama yang menampilkan aksi nyata di lapangan. Dengan demikian, konten politik di TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat kampanye, tetapi juga membangun keterlibatan emosional antara tokoh dan pemilih muda. Preferensi politik yang terbentuk menjadi lebih personal karena mahasiswa merasa mengenal tokoh tersebut lebih dalam melalui konten yang rutin mereka konsumsi. TikTok telah menggeser peran media konvensional dalam membentuk opini publik, menjadikannya sebagai media utama yang efektif dalam

menjangkau dan membangun kepercayaan politik di kalangan Gen Z. Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, penulis memberikan saran kepada pihak terkait sebagai berikut. Tokoh politik yang ingin menjangkau pemilih muda perlu menyadari pentingnya kehadiran mereka di media sosial, terutama TikTok. Platform ini memberikan peluang besar untuk membangun kedekatan dengan pemilih secara langsung dan personal. Oleh karena itu, tokoh politik sebaiknya menyajikan konten yang autentik, komunikatif, serta menampilkan aksi nyata di tengah masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga memperkuat citra politik yang positif di mata pemilih muda. Kampanye politik melalui TikTok tidak boleh hanya berfokus pada pencitraan semata, tetapi juga harus dimanfaatkan sebagai ruang edukasi politik yang memuat program kerja, gagasan, dan visi-misi secara kreatif dan transparan. Pemilih muda perlu mengembangkan sikap kritis terhadap informasi politik yang mereka temui di media sosial.

Dalam era digital yang dipenuhi dengan berbagai jenis konten, penting bagi mahasiswa untuk tidak menerima informasi secara mentah. Mahasiswa dianjurkan untuk memverifikasi informasi melalui berbagai sumber dan mempertimbangkan secara matang sebelum membentuk opini atau mengambil keputusan politik. Peningkatan literasi digital menjadi kunci dalam menghadapi banjir informasi di media sosial. Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang cara kerja algoritma, bentuk disinformasi, dan sumber informasi yang kredibel, mahasiswa akan lebih siap dalam menyaring informasi dan membangun pandangan politik yang lebih rasional dan bertanggung jawab. Penelitian ini membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai hubungan antara media sosial dan perilaku politik generasi muda. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah, memperbesar jumlah informan, atau menggali platform media sosial lain seperti Instagram, YouTube, atau X (Twitter) untuk melihat perbedaan pola konsumsi konten politik di tiap platform. Selain itu, pendekatan kuantitatif atau campuran (mixed methods) juga dapat digunakan untuk mengukur secara lebih luas

pengaruh media sosial terhadap preferensi dan perilaku politik masyarakat. Dengan pengembangan tersebut, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika politik digital di kalangan generasi muda Indonesia.

## Referensi

- Adhi Kusumastuti, & Ahmad Mustamil Khoiron. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (SE. Fitratun Annisya & S. IP., SS. Sukarno, Eds.). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Cindytrias Putri Faoziah, D. S. K. (2024). *Analisis Dampak Komunikasi Partai Politik Di Media Sosial Selama Kampanye Terhadap Preferensi Pemilih Saat Pemilihan Umum Tahun 2024*.
- Faradis, N., Ainya, N., Fauzah, A., Ichsan, M., & Anshori, A. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional*, 643–652.
- Firan Marenza, A., Yanto, ), Dianti, M. H., & Dehasen Bengkulu, U. (2024). Personal Branding “Gemoy”Prabowo (Case Study On The Tiktok Account @Partai Gerindra). *Jurnal Multimedia Dehasen*, 3(4), 209–218.
- Ginee. (2021, November 9). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelepar!*  
<https://Ginee.Com/Id/Insights/Pengguna-Tiktok/>.  
<https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Kusnadi, E., Reni, D., & Annisa, N. (2023). Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Pembentukan Kesadaran Politik Peserta Didik Dalam Berkewarganegaraan. In *AoEJ: Academy of Education Journal* (Vol. 14).
- Kusnadi, E., & Utami, A. (2024). Peran Media Sosial Tiktok sebagai Media Pendidikan

- Hukum untuk Mengembangkan Kompetensi Warga Negara Muda. In *Academy of Education Journal* (Vol. 15, Issue 2).
- Levy, P. (2010). *New Media Teori dan Aplikasi*. Erlangga, Jakarta.
- Muhamad Aldifa. (2024, March 29). *5 Fakta More Exposure Effect, Jarang Diketahui tapi Berpengaruh Besar*.  
<https://www.idntimes.com/science/discover/y/fakta-more-exposure-effect-c1c2-01-fqxf8-11tz6t>
- Muttaqin, A., Nilam Fridiyanti, Y., & Arbain, B. K. (2024). *Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Tiktok Menuju Pemilihan Presiden Tahun 2024 (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Tengah)*.
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202.  
<https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Ni Kadek Tantri Nari Swari, G. I. P. Dr. P. A. N. (2025). *Dampak Penggunaan Media Sosial Dan Kampanye Digital Terhadap Perilaku Pemilih Pemula (Gen Z) dalam PILKADA Bali*.
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). *Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)*.
- 4(1), 1–16.  
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/29/092500765/update-virus-corona-di-dunia-29-maret--662.073-kasus-di-200->
- Prensky, M., & Moore, C. (2010). Review Teaching digital natives: Partnering for real learning. In *International Journal for Educational Integrity* (Vol. 6, Issue 2).  
<http://www.ojs.unisa.edu.au/journals/index.php/IJEI/>
- Rahmadhani, R. A. (2022). *Pentingnya Peran Literasi Digital bagi Mahasiswa di Era Revolusi Industri 4.0 untuk Kemajuan Indonesia*.  
<https://www.researchgate.net/publication/364151420>
- Sancaya, O., Permatasari, D., Hanita, M., & Purwanto, H. (2023). Strategi Internalisasi Nilai Pancasila Pada Generasi Milenial. In *Bulan Agustus Tahun* (Vol. 6, Issue 2).
- Ummah, S. M., Munandar, Moh. A., & Arumsari, N. (2024). Peningkatan Partisipasi Politik Pemilih Pemula melalui Preferensi Politik Media Sosial pada Pemilu 2024. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(6), 1077–1083.  
<https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i6.6832>

**Biarkan halaman ini tetap ada**

[ halaman ini sengaja dikosongkan ]