

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2024, Indonesia menggelar pesta demokrasi lima tahunan, yaitu Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Pilkada adalah ajang politik yang bertujuan untuk memilih kepala daerah secara langsung oleh masyarakat, dan dilaksanakan serentak di berbagai wilayah Indonesia. Pemilihan ini memiliki peranan penting karena menentukan arah pembangunan di level lokal dan secara keseluruhan mempengaruhi kebijakan nasional. Menurut data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), jumlah pemilih yang tercatat dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada Pilkada 2024 lebih dari 205 juta orang. Untuk menjamin keteraturan dan penyebaran informasi yang merata, KPU menetapkan bahwa setiap pasangan calon hanya diperbolehkan menggunakan maksimal 20 akun media sosial resmi selama periode kampanye berlangsung.

Dalam penyelenggaraan Pilkada 2024, media sosial digunakan sebagai alat untuk menyampaikan visi dan misi dari masing-masing calon kepala daerah. Selain itu, media sosial juga digunakan sebagai wadah bagi tokoh publik untuk menunjukkan dukungannya terhadap calon kepala daerah. Salah satu tokoh publik yang melakukannya adalah Presiden Indonesia ke-7, Joko Widodo. Terdapat beberapa konten di media sosial TikTok yang menunjukkan dukungan dari Joko Widodo kepada calon kepala daerah. Dalam setiap konten tersebut, Joko Widodo mengucapkan kata "titip."

Media sosial telah mengalami transformasi yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama dalam bidang politik. Sebagai alat komunikasi, media sosial bukan hanya berfungsi sebagai sarana interaksi sosial biasa, tetapi juga telah berperan sebagai ruang publik yang sangat strategis bagi politisi untuk membangun hubungan langsung dengan masyarakat (Nugroho, 2021). *Platform* seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook memungkinkan pesan politik dikemas dalam bentuk yang lebih menarik dan lebih mudah diakses, dengan harapan dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang sangat aktif di dunia digital (Lestari & Putra, 2022).

Dalam konteks politik, media sosial memungkinkan politisi untuk menyampaikan pesan secara lebih langsung dan *personal* (Wicaksono, 2020). Penyampaian pesan politik melalui media sosial tidak lagi terbatas pada pidato formal atau pertemuan besar. Sebaliknya, politisi bisa menggunakan pendekatan yang lebih santai dan interaktif, yang memungkinkan mereka untuk merespons isu-isu yang sedang berkembang secara *real-time* (Rahmawati et al, 2023). Hal ini menciptakan bentuk komunikasi politik dua arah, di mana audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam membentuk opini dan diskusi seputar kampanye (Sari & Wijaya, 2021)

Strategi kampanye digital juga pernah terbukti berhasil secara global. Salah satu contoh yang terkenal adalah kampanye Barack Obama pada pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2008 dan 2012, yang dianggap sebagai pelopor penggunaan media sosial secara efektif dalam kampanye politik modern. Obama memanfaatkan

berbagai *platform* media sosial untuk menyebarkan pesan, menggalang donasi, dan membangun komunitas pendukung secara digital.

Media sosial berperan besar dalam Pilkada 2024 sebagai alat kampanye yang efisien. Berdasarkan laporan *We Are Social* tahun 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 167 juta pengguna, dan TikTok menempati peringkat teratas sebagai aplikasi dengan pertumbuhan tercepat. TikTok menjadi sangat populer karena format videonya yang singkat, menarik, dan mudah disebarkan secara luas. TikTok juga menjadi pilihan utama karena hampir seluruh konten video “titip” Jokowi ditemukan di *platform* ini, bukan di media sosial lain. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi medium utama untuk distribusi dukungan politik yang bersifat emosional dan simbolik, serta sangat efektif menjangkau pemilih muda.

Dilansir dari Tempo, Joko Widodo mengklaim telah memberikan *endorsement* kepada sekitar 84 pasangan calon kepala daerah dalam Pilkada 2024. Bentuk dukungan tersebut umumnya ditampilkan dalam video singkat di TikTok yang dikenal dengan istilah “konten titip.” Berdasarkan penelusuran yang dilakukan peneliti menggunakan kata kunci “Jokowi titip”, ditemukan sekitar 20 konten video yang menampilkan pola narasi serupa. Dalam video tersebut, Jokowi menyebut nama pasangan calon kepala daerah, menitipkan pembangunan atau program, dan ditutup dengan pernyataan kesiapan dari calon kepala daerah untuk melanjutkan titipan tersebut.

Pesan "titip" yang disampaikan oleh Joko Widodo (Jokowi) pada Pilkada 2024 menjadi fenomena menarik dalam komunikasi politik di Indonesia. Sebagai seorang mantan presiden yang memiliki pengaruh besar, penggunaan kata "titip" dalam pesan politik ini menunjukkan pendekatan yang lebih personal. Pesan tersebut tidak hanya sekadar menyampaikan dukungan terhadap calon kepala daerah tertentu, tetapi juga mencerminkan strategi komunikasi politik yang bertujuan membangun kedekatan antara Jokowi, calon yang didukung, dan masyarakat. Dalam konteks ini, "titip" memiliki makna simbolis yang memperkuat hubungan emosional sekaligus menggambarkan kepercayaan politik yang sedang diwacanakan.



Gambar 1. 1 Konten Titip Jokowi di TikTok
(Sumber: [Tiktok.com/@yes.pas2024](https://www.tiktok.com/@yes.pas2024))

Dari 20 konten yang ditemukan, peneliti memilih tiga video untuk dianalisis secara mendalam. Pemilihan ini dilakukan berdasarkan karakteristik yang berbeda

satu sama lain, yang dapat memberikan variasi data dalam menganalisis wacana dukungan politik secara digital. Pemilihan ini juga mempertimbangkan tingkat persebaran konten, respons publik, dan hasil dari kontestasi politik itu sendiri.



Gambar 1. 2 Konten Titip Vinanda-Gus Qowin
(Sumber: [Tiktok.com/@bolone.vinanda](https://www.tiktok.com/@bolone.vinanda))

Konten pertama adalah video pasangan calon kepala daerah yang berhasil memenangkan Pilkada. Pasangan calon pertama adalah Vinanda–Gus Qowim, pasangan nomor urut 01 dalam Pilkada Kota Kediri. Mereka berhasil memenangkan Pilkada dengan perolehan suara sebesar 56,82% atau 98.205 suara, unggul atas pasangan nomor urut 02, Ferry Silviana Feronica–Regina Nadya Suwono, yang memperoleh 43,17% atau 74.615 suara. Pasangan ini dikenal sebagai sosok muda dan religius dengan pendekatan kampanye yang sederhana dan merakyat. Konten video mereka dipilih karena keberhasilan mereka dalam kontestasi menjadi representasi dari pasangan calon yang memperoleh dukungan elektoral signifikan. Video ini mencerminkan bagaimana pesan dukungan dari seorang tokoh publik

dapat membangun legitimasi politik dan memengaruhi persepsi pemilih secara positif.



Gambar 1. 3 Konten Titip Wahyu-Ali
(Sumber: [Tiktok.com/@mboisberkelas](https://www.tiktok.com/@mboisberkelas))

Konten kedua merupakan video dari pasangan calon yang memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) tertinggi, baik dari jumlah komentar, like, maupun share. Pasangan calon kedua adalah Wahyu–Ali, yang berasal dari Kota Malang. Meskipun pasangan ini tidak memenangkan Pilkada, konten video mereka menarik perhatian publik dengan capaian 12.900 *likes*, 1.200 komentar, dan 600 kali disimpan (*saved*) di TikTok. Tingginya angka interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten mereka mendapat eksposur luas di *platform* digital, sehingga menarik untuk dianalisis bagaimana bentuk penyampaian dan gaya visual memengaruhi tingkat perhatian pengguna TikTok terhadap konten politik. Tingginya interaksi ini menunjukkan tingginya perhatian publik terhadap pesan “titip” yang disampaikan,

dan penting untuk dianalisis bagaimana publik menafsirkan pesan politik dalam konteks digital.



Gambar 1. 4 Konten Titip Arfi-Yena
(Sumber: Tiktok.com/@yenaiskandar)

Konten ketiga berasal dari pasangan calon kepala daerah yang tidak berhasil memenangkan Pilkada, meskipun memperoleh dukungan dalam bentuk konten “titip” dari Jokowi. Pasangan calon ketiga adalah Arfi Rafnialdi–Yena Iskandar Ma’soem, pasangan nomor urut 04 dalam Pilkada Kota Bandung. Mereka memperoleh 137.672 suara, namun kalah dari pasangan, yakni Farhan–Erwin, yang unggul dalam perolehan suara. Pasangan ini dikenal dengan citra yang modern, aktif, dan dekat dengan isu-isu kepemudaan serta urbanisasi. Konten mereka dipilih karena menunjukkan karakter visual dan naratif yang dinamis, dan mencerminkan upaya membangun citra melalui komunikasi digital, meskipun tidak berujung pada kemenangan dalam pemilu. Konten ini memberikan perspektif yang penting dalam

melihat batasan efektivitas dari strategi endorsement politik, serta memperlihatkan bahwa dukungan tokoh publik tidak selalu menentukan hasil akhir.

Ketiga konten ini dipilih untuk mewakili beragam kondisi dan respons politik digital yang terjadi selama masa kampanye Pilkada 2024. Dengan adanya variasi karakteristik ini, peneliti dapat melakukan analisis wacana secara komparatif terhadap isi pesan, respons publik di kolom komentar, serta makna simbolik yang dibangun melalui konten di *platform* TikTok.



Gambar 1.5 Komentar Pada Konten Titip
(Sumber: [Tiktok.com/@mboisberkelas](https://www.tiktok.com/@mboisberkelas))

Komentar-komentar yang muncul pada konten “titip” Jokowi di TikTok menunjukkan berbagai pandangan dari masyarakat. Salah satu komentar dari akun Lila_Natalia mempertanyakan alasan Jokowi memberikan dukungan, padahal ia sudah tidak menjabat sebagai presiden. Sementara itu, akun Kanghar justru menanggapi secara positif dengan menyebut bahwa Jokowi masih memikirkan rakyat meskipun sudah tidak menjabat. Kedua komentar ini menunjukkan bahwa

ada masyarakat yang mengkritisi peran Jokowi dalam Pilkada, namun ada juga yang menghargai kepeduliannya. Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa masyarakat memberikan tanggapan yang berbeda-beda terhadap konten “titip” tersebut. Ada yang mengkritik dukungan Jokowi karena dianggap kurang tepat, namun ada juga yang justru melihatnya sebagai bentuk perhatian terhadap rakyat. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial menjadi tempat bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat politik secara terbuka, baik dalam bentuk dukungan maupun kritik. Melalui komentar-komentar ini, dapat dilihat bagaimana masyarakat ikut membentuk dan merespons pesan-pesan politik yang beredar di ruang digital.

Dengan latar belakang ini, penelitian terhadap wacana "titip" Jokowi di TikTok menjadi penting untuk memahami bagaimana pesan politik dikonstruksi secara simbolik, disebarluaskan melalui platform digital, dan ditanggapi oleh publik. Melalui metode analisis wacana digital Rodney H. Jones, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana teks, konteks, interaksi, dan ideologi bekerja dalam membentuk komunikasi politik era digital yang berpengaruh terhadap dinamika Pilkada 2024

Dalam memahami pesan “titip” Jokowi secara mendalam, dibutuhkan metode analisis yang tepat. Dalam konteks ini, penggunaan analisis wacana digital dapat menggali lebih dalam bagaimana pesan politik dikonstruksi dan disampaikan melalui media sosial. Dengan menggunakan analisis wacana digital, peneliti dapat mengetahui makna dari teks, konteks, interaksi, dan kekuasaan yang diharapkan dari sebuah wacana. Tujuan utama analisis wacana digital adalah untuk

mengungkap makna tersembunyi, pola komunikasi, dan efek dari pesan-pesan politik terhadap persepsi publik. Maka fokus dari penelitian ini terletak pada wacana “*Political Endorsement*” pada konten TikTok “titip” Jokowi pada Pilkada 2024.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah tersusun, peneliti memiliki rumusan masalah bagaimana wacana “*Political Endorsement*” pada konten TikTok “titip” Jokowi pada Pilkada 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah di atas, maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana wacana “*Political Endorsement*” pada konten Tik Tok “titip” Jokowi pada Pilkada 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki manfaat baik untuk akademis maupun praktis, yakni:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan komunikasi politik, khususnya dalam bidang analisis wacana

digital.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam melakukan penelitian suatu konten dengan metode analisis wacana
- c. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat agar lebih mendalami isi dari konten yang beredar di media sekaligus memahami dampak penggunaan media sosial dalam kampanye politik serta bagaimana wacana yang dibangun dapat mempengaruhi dinamika politik daerah dan preferensi pemilih.