

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dinamika dan cara berinteraksi dalam kehidupan sosial bermasyarakat mengalami perubahan sejak adanya kemajuan teknologi digital yang memudahkan masyarakat dalam melakukan komunikasi (Resti & Tasya Ningsih Eka, 2024). Adanya perubahan interaksi tersebut dilihat dari kebutuhan masyarakat akan adanya internet, perangkat gawai, hingga media sosial yang semakin tinggi. Teknologi digital yang semakin pesat telah mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat di manapun dan kapanpun dan sulit terpisahkan. Terlebih kehadiran gawai pintar yang tidak hanya digunakan sebagai perantara komunikasi, tetapi juga akses informasi dan hiburan yang hampir dimiliki oleh semua orang (Apdillah et al., 2022).

Pada era kemajuan teknologi digital yang semakin meluas, penggunaan media sosial turut terdampak dilihat dari semakin tingginya kebutuhan orang-orang akan eksistensi media sosial. Media sosial dinilai memiliki keunggulan dari segi kecepatan dalam mengakses informasi yang efisien secara waktu dalam menerima serta mencari konten atau informasi yang dibutuhkan seseorang (Anggrainy & Maulidah, 2025). Media sosial telah menjadi alat yang penting bagi masyarakat di era digital dalam menerima dan membagikan informasi melalui interaksi individu hingga membentuk kelompok atau komunitas *online* yang mencakup berbagai aspek seperti aspek sosial, budaya, agama, termasuk politik dan media sosial

memiliki posisi sebagai perantara yang memudahkan penggunaanya (Anggrainy & Maulidah, 2025).

Ada banyak aplikasi media sosial yang digunakan masyarakat dengan tujuan yang beragam. Mulai dari interaksi dan komunikasi hingga kebutuhan tertentu seperti informasi berita maupun hiburan. Salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah TikTok. Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial hingga adanya kontribusi dalam aliran informasi membuat kebutuhan semakin tinggi yang sulit untuk ditinggalkan karena adanya fitur-fitur media sosial yang semakin memanjakan pengguna dalam melakukan interaksi dan komunikasi (Valiant & Gassing, 2023). Salah satunya adalah TikTok yang memiliki pola algoritma yang menggugah rasa adiktif pengguna.

TikTok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang berorientasi pada konten-konten video pendek memberikan pengalaman yang berbeda pada pengguna media sosial yang tidak didapatkan pada aplikasi media sosial lainnya. Menurut Jain dan Hussenet dalam (Kirui, 2025), TikTok memiliki keunggulan pada fitur algoritma yang sangat memanjakan penggunaanya dalam mengakses konten media sosial dibandingkan jenis aplikasi media sosial yang sama. Algoritma pada aplikasi TikTok selalu memahami kebiasaan dan aktivitas penggunaanya sehingga selalu memunculkan konten-konten yang disukai oleh penggunaanya dilihat dari aktivitas pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut (Kirui, 2025).

Aplikasi Tiktok dengan keberagaman fiturnya bertransformasi menjadi wadah masyarakat dalam membagikan berbagai pengalaman individu. TikTok menjadikan aplikasi mereka sebagai media sosial yang mendorong pengguna untuk

aktif menciptakan, membagikan, hingga eksplorasi berbagai format konten-konten yang kreatif yang diantaranya seperti tarian, lipsing, hingga *storytelling* atau cerita-cerita yang dibagikan pengguna yang tidak membatasi kreativitas penggunanya (Kis et al., 2024). Dengan keunggulan tersebut TikTok dijadikan sebagai ruang *digital activism* atau aktivitas digital pengguna dalam mengeksplor apapun, termasuk dalam membentuk dan membagikan opini hingga munculnya perdebatan terhadap isu tertentu yang tidak membatasi preferensi penggunanya (Fatimatuzzahro & Achmad, 2022).

Penggunaan aplikasi TikTok dilihat dari demografi penggunanya mayoritas berasal dari pengguna generasi Z. Keunggulan TikTok dalam memanjakan penggunanya memiliki kedekatan dengan karakteristik Gen Z. Menurut Wiwoho dalam (Maulida Muflihah & Danang Purwanto, 2024), generasi Z merupakan generasi yang sangat melek akan informasi yang cepat yang akhirnya menciptakan perilaku adiktif terhadap penggunaan TikTok, kemudian TikTok dijadikan sebagai media yang digunakan sebagai sarana hiburan dalam mengisi waktu, kemudian konten Tiktok yang beragam memungkinkan generasi Z untuk mengeksplor banyak konten yang mereka sukai, kemudian adanya algoritma yang unik membuat konten yang mereka terima dan disukai akan terus muncul dengan pembaruan terus-menerus, TikTok dijadikan sebagai media informasi baru yang dinilai lebih ringkas dan padat, dan terakhir daya tarik TikTok yang muncul karena adanya gaya pengemasan konten yang berasal dari generasi Z yang dikenal unik dan kreatif.

Salah satu budaya digital yang sering dipopulerkan oleh generasi Z adalah parodi atau *meme*. Generasi Z yang dekat dengan perkembangan teknologi digital khususnya media sosial menggunakan *meme* sebagai bentuk komunikasi yang tidak

hanya sekedar candaan tetapi ada pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak, baik itu isu tertentu hingga kritik sosial di berbagai sektor, termasuk dinamika politik yang dirasakan oleh masyarakat (Nur Munthe Rahmad et al., 2026). Menurut Johan, *meme* jika dilihat dari konteks politik dan ranah media publik memiliki fungsi dalam partisipasi politik alternatif yang tidak hanya sekedar menyasar kepada opini publik, namun juga mempengaruhi efektivitas dari konteks *meme* yang diciptakan dalam bentuk percakapan, pergeseran wacana, hingga pergeseran tindakan (Nur Munthe Rahmad et al., 2026). *Meme* dan parodi dalam konteks parodi di media sosial dapat menjadi sebuah *soft power* dalam partisipasi politik terutama oleh generasi Z yang dapat mengurangi sensitifitas dengan pihak yang menjadi bahan kritikan dalam konteks *meme* atau parodi yang diciptakan dan dibagikan pada media sosial.

Menurut Aytuna & Capraz, humor politik seperti parodi dan *satire* telah digunakan secara luas yang digunakan sebagai bentuk kritik dan menyinggung aset-aset politik, seperti tokoh politik dan lembaganya (Kasmani, 2022). Dalam pengemasannya, bentuk humor politik biasanya menggunakan foto-foto tokoh politik yang diedit dan ditambahkan teks yang menarasikan konteks tertentu. Di Indonesia, *meme* digunakan sebagai alat untuk membentuk identitas sosial dan bentuk banyak ekspresi tidak hanya sekedar hiburan dikemas dalam gaya yang sarkas sebagai bentuk kritikan sosial (Nur Munthe Rahmad et al., 2026). Kehadiran media sosial seperti TikTok meningkatkan jangkauan partisipasi politik masyarakat karena keterbukaan interaksi sesama pengguna secara luas.

Salah satu fenomena yang sedang ramai dibahas pada media sosial adalah tren "Tembok Ratapan" di kediaman mantan Presiden Indonesia, Ir. Joko Widodo

yang berada di Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah yang dijadikan sebagai parodi yang unik dan penuh makna simbolik yang berhubungan dengan erat dengan politik. Fenomena ini bermula dari munculnya sebuah titik lokasi pada aplikasi *Google Maps* di kediaman Joko Widodo yang dinamai "Tembok Ratapan Solo" yang merupakan satire dari Tembok Ratapan yang ada di Yerusalem yang menjadi tempat suci untuk beribadah yang akhirnya menjadi pembahasan hangat di media sosial dilalui dengan meme sebagai ekspresi kritik sosial dan politik. Menurut Gutiérrez Vidrio & Reyna Ruiz dalam (Baharudin & Fajarini, 2024), komunikasi politik, *meme* atau parodi digunakan untuk menyederhanakan opini politik yang mudah dipahami oleh audiens sebagai alat partisipasi politik dan wacana.

Tindakan penamaan tembok ratapan pada *Google Maps* yang dianggap tidak biasa tersebut mendorong banyak pengguna terutama TikTok yang didominasi generasi Z mendatangi kediaman Joko Widodo terutama pagar rumah yang dijadikan sebagai lelucon tembok ratapan. Raminya pengguna yang meramalkan fenomena tersebut menandakan pergeseran media sosial TikTok yang tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan saja, tetapi terdapat partisipasi pengguna dalam memberikan opini mereka yang menyadari manfaat media sosial yang dapat digunakan sebagai media kritik sosial yang efisien karena jaringan dan kebebasan kreatifitas yang luas (Dara & Candrasari, 2024).

Konten-konten maupun interaksi yang dihasilkan pengguna dalam partisipasi pada fenomena tersebut bersifat performatif layaknya ritual yang dilakukan umat tertentu saat mengunjungi Tembok Ratapan yang ada di Yerusalem. Seperti menyentuh tembok baik tangan dan wajah, bertingkah seolah sedang larut dalam doa, istilah-istilah yang mengandung unsur satire, dan lain

sebagainya. Konten dan interaksi tersebut menunjukkan bahwa generasi Z memiliki peran penting dalam politik terutama menkonstruksikan opini publik terhadap isu politik pada media sosial. Tingkat partisipasi yang tinggi tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya media sosial mendorong masyarakat terutama generasi Z menjadi bagian aktif dalam isu dan aksi politik terutama di media sosial tidak hanya menjadi konsumen pasif saja (Yessica Rahma, 2025).

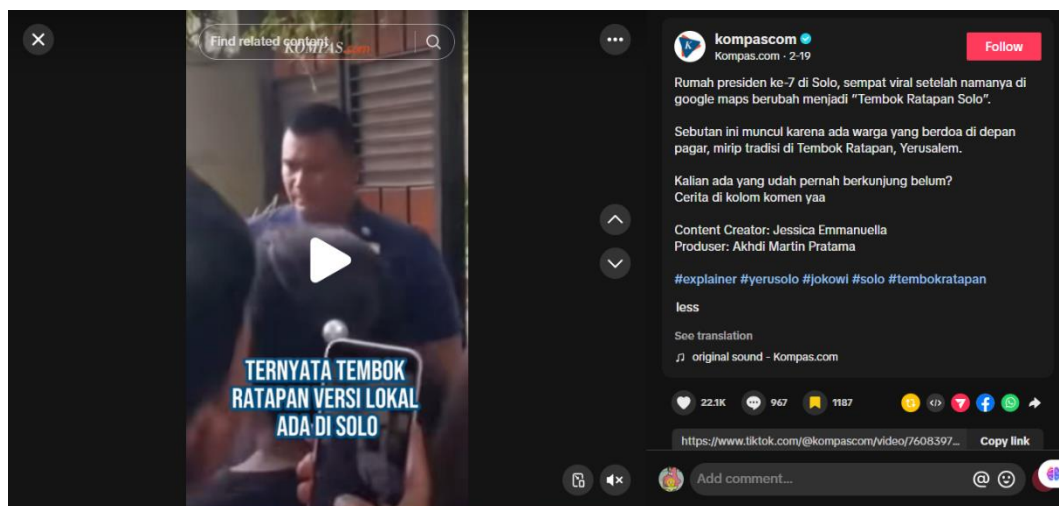
Penggunaan aspek nonverbal dalam konten media sosial seperti intonasi suara, mimik wajah, teks, hingga efek suara memberikan makna tertentu yang dapat mendukung strategi retorika sarkasme. Sarkasme pada dasarnya merupakan pesan yang dikemas dengan gambaran yang positif dan penuh pujian tetapi memiliki makna lain yang berisi kritikan dan makna sebenarnya bertolak belakang dengan citra konten yang diciptakan dan mendorong audiens untuk dapat memahami makna sebenarnya dari konten yang disebar. Hal tersebut dikarenakan konten yang tersirat sarkastik memiliki pesan yang berbeda secara eksplisit dan implisitnya (R. S. Ramadhani et al., 2025). Menurut Budi, sarkasme disusun dan diaplikasikan melalui gaya bahasa *non-literal* seperti parodi yang berisi kritik secara halus tetapi memiliki maksud yang cukup kritis (R. S. Ramadhani et al., 2025).

Konten TikTok yang berisi tentang tren "Tembok Ratapan Solo" pada dasarnya memiliki pesan yang disampaikan sebagai bentuk kritik dan satire sosial politik. Konten parodi seperti posisi merenung dan tunduk pada tembok pagar kediaman Joko Widodo bisa saja memiliki makna sarkastik yang memiliki kritikan secara halus. Baik sebagai bentuk kekecewaan politik, maupun kondisi politik pasca pergantian rezim. Generasi Z yang melek dengan tren pada media sosial memiliki cara penyampaiannya sendiri terhadap kondisi politik dan sosial yang

mengarah kepada kondisi yang semakin dekat dengan masyarakat dan dapat ditertawakan, bukan dibayang ketakutan akan kekuasaan petinggi pemerintahan (Nur Munthe Rahmad et al., 2026).

Fenomena tersebut turut dibedah oleh beberapa media massa di media sosial TikTok, salah satunya adalah akun @kompascom sebagai salah satu akun portal berita. Pada salah satu unggahannya, @kompascom membahas tren "Tembok Ratapan Solo". Konten tersebut memuat visual pagar rumah kediaman mantan presiden, Joko Widodo dan memuat narasi adanya masyarakat yang melakukan ritual doa di sekitaran rumah tersebut. Konten berita pada media sosial memiliki keunikan yang dapat menjadi stimulus pembuka interaksi antar pengguna hingga memicu adanya perdebatan dan membentuk adanya sebuah wacana.

Gambar 1. 1 Konten Redaksi Tembok Ratapan Solo



Sumber: Video "Viral Rumah Jokowi Ditandai 'Tembok Ratapan Solo', Apa Itu?" pada

Akun TikTok @kompascom

Akun @kompascom menulis *caption* atau keterangan yang memancing adanya interaksi audiens, yaitu "kalian ada yang udah berkunjung belum? Cerita di

kolom komen yaa” hingga penggunaan *hashtag* atau tagar yang berhubungan dengan wacana yang dibangun, yaitu #yerusolo dan #tembok ratapan. Media besar seperti @kompascom berdasarkan konten tersebut memfasilitasi panggung wacana desakralisasi tokoh politik. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya interaksi audiens dalam kolom komentar hingga menimbulkan adanya perdebatan wacana. Akun TikTok @kompascom merupakan contoh representasi institusi jurnalistik arus utama yang memanfaatkan media digital sebagai *platform* penyebaran informasi dan memiliki kemampuan *agenda setting*. Hal tersebut membuat @kompascom dapat menciptakan ruang publik virtual yang mendorong audiens berkumpul hingga munculnya aktivitas diskursif di setiap kontennya, salah satunya adalah konten yang mengangkat tren Tembok Ratapan Solo.

Fokus penelitian ini adalah membedah wacana dalam tindakan dan interaksi pada konten ”Tembok Ratapan Solo” akun TikTok @kompascom. Menurut Rahmawati dan Sukmasetya, interaksi dan perdebatan audiens dalam konten tersebut tidak selalu sependapat sehingga menimbulkan adanya pro, kontra, dan netral yang merefleksikan ketidakpuasaan terhadap kebijakan politik yang mengandung sarkas, menyerang, dan rasa ketakutan apabila kebijakan tersebut diterapkan (Koswara, 2025). Tingginya interaksi pada konten TikTok menunjukkan bahwa media baru memberikan wadah bagi banyak orang untuk membentuk dan menerima wacana secara cepat dan penyebaran yang luas. Penelitian ini akan menarik sampel secara *purposive* pada konten tersebut yang paling representatif dalam berbagai wacana.

Adanya interaksi dan perdebatan dengan jumlah yang tinggi tersebut, sebuah metode pisau bedah diperlukan untuk menganalisis struktur kata, proses

pembuatan konten, dan adakah keterkaitan dengan keadaan sosial politik yang terjadi, peneliti menggunakan analisis wacana digital untuk mendapatkan jawaban dari wacana yang dikonstruksikan dalam sebuah konten maupun mengakomodasi sifat interaksi dalam konten tersebut. Secara relasional, wacana merupakan bentuk bahasa yang tidak luput dari proses kehidupan sosial yang terhubung satu sama lain (Tirrell, 2008). Menurut Harvey, wacana dapat digunakan yang terbentuk atas keterikatan elemen proses sosial yang terdiri dari kekuasaan dan institusi, sosial, praktik material, hingga pembentukan nilai walaupun elemen tersebut tidak semuanya dapat diperkecil menjadi sebuah wacana (Tirrell, 2008). Menurut Jones, secara sederhananya analisis wacana digital merupakan sebuah analisis yang meneliti pengaruh sosial, budaya, dan teknologi terhadap penggunaan bahasa dalam media digital (Mahesi, 2024).

Analisis wacana digital berfokus kepada metode yang bersumber dari Roney H. Jones. Dalam membedah sebuah wacana digital, dibagi menjadi 4 dimensi, diantaranya elemen teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta elemen ideologi dan kekuasaan (Usamah Robbani et al., 2023). Dimensi teks mencakup bahasa, gaya hingga struktur yang diimplementasikan pada produk media dalam konteks penelitian adalah konten media sosial (Kusuma et al., 2024). Selain itu dimensi teks dapat dilihat dari elemen visual dan gester yang ada dalam konten tersebut. Elemen konteks mencakup proses pembuatan konten media hingga distribusi, bagaimana penerimaan audiens terhadap konten tersebut, dan penyesuaian terhadap konteks sosial maupun material (Usamah Robbani et al., 2023). Ketiga adalah elemen tindakan dan interaksi mencakup tindakan seseorang terhadap teks hingga adanya interaksi dengan orang lain dalam ruang lingkup teks

yang sama (Usamah Robbani et al., 2023), keempat adalah kekuasaan dan ideologi yaitu bagaimana teks digunakan sebagai instrumen atau alat mengontrol dan mendominasi orang lain dan membentuk adanya realitas tersendiri (Usamah Robbani et al., 2023).

Ada banyak penelitian-penelitian yang menggunakan analisis wacana digital model Rodney H. Jones. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan (Bakir, 2025) yang meneliti fenomena *cancel culture* atau budaya delegitimasi dalam industri perfilman Indonesia di media digital. Selain itu terdapat penelitian (Banani & Febriyanti, 2024) yang membongkar wacana *male privilege*. Kemudian terdapat penelitian (H. D. Putri & Suksmawati, 2025) yang mengkaji dualitas wacana yang ada pada reputasi tokoh politik. Kemudian terdapat penelitian (Khotimah et al., 2024) yang mengkaji penerapan teks satire oleh audiens menggunakan analisis wacana kritis Tun A. Van Dijk, dan penelitian (Radita & Lasmary, 2022) yang mengkaji penggunaan kalimat sarkas oleh audiens terhadap tokoh politik melalui metode netnografi.

Penelitian terdahulu yang telah diuraikan secara singkat di atas memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu menggunakan teori analisis wacana digital model Rodney H. Jones yang digunakan untuk membedah praktik ideologi, kekuasaan, hingga interaksi di media digital. Kelima penelitian berfokus pada media YouTube dan Instagram dalam penelitiannya. Kemudian penelitian mengenai satire politik telah dilakukan sebelumnya, penulis memberikan kebaruan dengan membedah wacana politik di media sosial TikTok yang memiliki algoritma khusus dan budaya partisipatoris yang unik. Selain itu penulis juga membedah fenomena "Tembok Ratapan Solo" yang berhubungan desakralisasi tokoh politik.

Penulis mengumpulkan komentar secara *purposive* dalam konten "Tembok Ratapan Solo" oleh akun @kompascom yang penuh akan perdebatan terhadap fenomena tersebut yang bertujuan untuk membongkar adanya ideologi, negosiasi makna, hingga representasi sikap politik audiens maupun kreator.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana konstruksi wacana digital warganet terhadap fenomena "Tembok Ratapan Solo" pada akun TikTok @kompascom melalui perspektif analisis wacana digital model Rodney H. Jones?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan konstruksi wacana digital warganet terhadap fenomena "Tembok Ratapan Solo" pada akun TikTok @kompascom melalui pembedahan empat dimensi utama analisis wacana digital model Rodney H. Jones.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan yang berkontribusi pada perkembangan komunikasi massa dan komunikasi politik di era media baru
2. Penelitian ini dapat menjadi referensi yang memperkaya literatur yang berhubungan dengan analisis wacana digital khususnya model Rodney H. Jones dalam menganalisis wacana politik pada konten dan interaksi media digital khususnya media sosial TikTok
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan yang berkaitan dengan kajian budaya digital, humor dan satire politik di media digital dan dapat

memberikan gambaran bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam memberikan kritik sosial dan desakralisasi simbol-simbol politik.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur yang memperkaya wawasan tentang literasi digital bagi masyarakat tentang keberadaan media sosial sebagai bagian dari *digital activism* dan dapat dijadikan sebagai sebuah wadah kritik sosial sehingga masyarakat dapat menyadari bahwa dengan keaktifan mereka dalam membentuk wacana di media digital dapat menjadi kekuatan dalam mengontrol narasi politik.
2. Penelitian ini dapat menjadi literatur yang menyadarkan para tokoh politik atau publik tentang keterbukaan informasi di era digital yang merubah pola komunikasi politik masyarakat terutama generasi Z yang lebih kreatif tanpa adanya sekat masyarakat dan tokoh politik dalam media yang menandakan bahwa tokoh politik maupun tokoh publik lebih transparan terhadap kritik khususnya kritik di media sosial yang dikemas dengan lebih kreatif dan sarkastik.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademis bagi peneliti lain, khususnya mahasiswa yang tertarik untuk menganalisis wacana media sosial, humor politik hingga penggunaan media sosial khususnya TikTok sebagai alternatif media penyampaian opini sosial dan politik