



Orientasi Politik Gen Z dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kecamatan Kisaran Timur: Kajian Dampak Media Sosial TikTok Terhadap Orientasi Politik

Political Orientation of Gen Z in the 2024 Presidential Election in East Kisaran District: A Study on the Impact of TikTok on Political Orientation

Nirmala¹, Bobby Rahman², Zulhilmi³, Taufik⁴, Zulfadli⁵

Universitas Malikussaleh

Email: malavivo42@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 27-08-2026

Revised : 29-08-2026

Accepted : 31-08-2026

Published : 02-09-2026

Abstract

This study aims to analyze the role of TikTok social media in shaping the political orientation of Generation Z in the 2024 Presidential Election in East Kisaran District and to identify the factors considered by Generation Z in determining their political choices. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were obtained through interviews, observation, documentation, and relevant supporting data. The results show that TikTok plays a role in shaping, strengthening, and influencing how Generation Z obtains and understands political information. Features such as the For You Page (FYP), short videos, comments, and live streams facilitate access to information about presidential candidates, visions and missions, work programs, campaigns, and political issues. Based on Almond and Verba's theory of political orientation, TikTok's influence appears in cognitive, affective, and evaluative aspects. However, TikTok is not the only factor determining political choices because Generation Z also considers candidates' visions and missions, work programs, track records, family, peers, content creators, personal experiences, and the ability to evaluate information. The study also identifies risks of hoaxes and misinformation, highlighting the importance of digital literacy.

Keywords: Generation Z, TikTok, Political Orientation

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial TikTok terhadap orientasi politik Generasi Z pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kecamatan Kisaran Timur serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan Generasi Z dalam menentukan pilihan politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, serta data pendukung yang relevan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran dalam membentuk, memperkuat, dan memengaruhi cara Generasi Z memperoleh serta memahami informasi politik. Fitur seperti For You Page (FYP), video pendek, komentar, dan siaran langsung memudahkan Generasi Z memperoleh informasi mengenai calon presiden, visi dan misi, program kerja, kampanye, serta isu politik. Berdasarkan teori orientasi politik Almond dan Verba, pengaruh TikTok terlihat pada aspek kognitif, afektif, dan evaluatif. Namun, TikTok bukan satu-satunya faktor yang menentukan pilihan politik karena Generasi Z juga mempertimbangkan visi dan misi, program kerja, rekam jejak calon, keluarga, teman sebaya, kreator konten, pengalaman pribadi, serta kemampuan dalam mengevaluasi informasi. Penelitian juga menemukan adanya risiko hoaks dan misinformasi sehingga diperlukan kemampuan literasi digital dalam menentukan pilihan politik.

Kata kunci: Generasi Z, TikTok, Orientasi Politik



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang politik. Kehadiran media sosial memberikan ruang baru bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, berkomunikasi, menyampaikan pendapat, serta mengikuti perkembangan politik. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga berkembang menjadi salah satu sarana komunikasi politik yang memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara cepat dan luas. Kondisi tersebut membuat masyarakat, khususnya generasi muda, semakin mudah memperoleh informasi mengenai isu politik dan kandidat dalam pemilihan umum.

Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki kedekatan dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial. Dalam kehidupan sehari-hari, media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang digunakan untuk memperoleh berbagai informasi, termasuk informasi politik. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah TikTok. Karakteristik TikTok yang menyajikan informasi melalui video singkat, visual, dan mudah dipahami menjadikannya sebagai media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan politik kepada generasi muda. Dalam konteks Pemilihan Presiden Tahun 2024, berbagai informasi mengenai calon presiden, visi dan misi, program kerja, kampanye, debat, serta isu politik dapat ditemukan melalui konten TikTok.

Penggunaan TikTok dalam komunikasi politik kemudian berkaitan dengan pembentukan orientasi politik Generasi Z. Orientasi politik tidak hanya berkaitan dengan pilihan seseorang terhadap kandidat tertentu, tetapi juga mencakup pengetahuan, perasaan, sikap, dan penilaian individu terhadap objek-objek politik. Almond dan Verba menjelaskan bahwa orientasi politik terdiri atas tiga aspek, yaitu orientasi kognitif, afektif, dan evaluatif. Orientasi kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman terhadap objek politik, orientasi afektif berkaitan dengan perasaan atau keterikatan terhadap objek politik, sedangkan orientasi evaluatif berkaitan dengan penilaian terhadap objek politik. Orientasi tersebut dapat terbentuk melalui proses sosialisasi politik yang berasal dari keluarga, pendidikan, lingkungan sosial, media massa, maupun media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Politik

Orientasi politik merupakan salah satu konsep penting dalam memahami bagaimana individu memandang, memahami, dan memberikan penilaian terhadap kehidupan politik. Almond dan Verba menjelaskan bahwa orientasi politik mencakup tiga aspek utama, yaitu orientasi kognitif, afektif, dan evaluatif. Orientasi kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman individu terhadap objek politik, seperti kandidat, lembaga politik, kebijakan, maupun isu politik. Orientasi afektif berkaitan dengan perasaan, sikap, dan keterikatan individu terhadap objek politik. Sementara itu, orientasi evaluatif berkaitan dengan penilaian individu terhadap objek politik berdasarkan informasi, nilai, maupun pertimbangan yang dimilikinya (Almond & Verba, 1963).

Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa orientasi politik tidak terbentuk hanya berdasarkan pilihan terhadap kandidat tertentu. Individu terlebih dahulu memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai objek politik, kemudian membentuk perasaan atau sikap, serta melakukan penilaian sebelum menentukan pandangan politik. Proses tersebut dapat dipengaruhi oleh



lingkungan sosial dan berbagai sumber informasi, seperti keluarga, pendidikan, media massa, dan media sosial. Dalam konteks Generasi Z, perkembangan media sosial menjadi salah satu ruang baru dalam proses memperoleh informasi dan membentuk orientasi politik.

Media Sosial dan TikTok sebagai Media Politik

Media sosial telah berkembang menjadi salah satu sarana komunikasi yang digunakan masyarakat untuk memperoleh dan menyebarkan informasi. Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media sosial merupakan media yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, berbagi informasi, serta membangun hubungan sosial melalui jaringan internet. Perkembangan tersebut menyebabkan media sosial tidak hanya digunakan untuk kepentingan hiburan, tetapi juga menjadi ruang pertukaran informasi mengenai berbagai isu sosial dan politik. Dalam komunikasi politik, media sosial memberikan kesempatan kepada kandidat dan masyarakat untuk menyampaikan pesan politik secara lebih cepat dan luas. Heryanto (2018) menjelaskan bahwa perkembangan media komunikasi telah memberikan perubahan terhadap praktik komunikasi politik, termasuk dalam cara aktor politik menyampaikan pesan kepada masyarakat. Media sosial memungkinkan komunikasi politik berlangsung secara lebih interaktif karena masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat memberikan tanggapan melalui komentar, membagikan informasi, maupun membuat kembali konten yang berkaitan dengan isu politik. TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang memiliki karakteristik berupa video pendek, visual, interaktif, dan mudah dibagikan. Karakteristik tersebut membuat penyampaian informasi politik dapat dilakukan dengan bentuk yang lebih sederhana dan menarik bagi pengguna muda. Dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024, TikTok digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai kandidat, visi dan misi, program kerja, kegiatan kampanye, serta isu politik. Kehadiran fitur For You Page (FYP), komentar, duet, stitch, dan live juga memungkinkan pengguna berinteraksi dengan informasi politik yang muncul di platform tersebut.

Generasi Z dan Perilaku Pemilih

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang memiliki kedekatan dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial. Kedekatan tersebut membuat media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks politik, penggunaan media sosial dapat memberikan akses yang lebih mudah bagi Generasi Z untuk memperoleh informasi mengenai kandidat dan isu politik. Surbakti (2010) menjelaskan bahwa perilaku pemilih dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal antara lain kesadaran politik, pendidikan, ideologi, dan identifikasi politik, sedangkan faktor eksternal dapat berasal dari keluarga, kelompok sosial, media massa, kampanye politik, serta kondisi sosial ekonomi. Dengan demikian, keputusan politik individu tidak dapat dipahami hanya melalui satu faktor tertentu, tetapi merupakan hasil dari berbagai pertimbangan yang saling berkaitan. Informasi yang diperoleh melalui TikTok dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, dan penilaian terhadap kandidat. Namun, pengaruh tersebut tetap bergantung pada bagaimana individu menerima, memahami, dan mengevaluasi informasi yang diperoleh. Oleh karena itu, TikTok tidak dapat dipandang sebagai satu-satunya faktor yang menentukan pilihan politik Generasi Z.



Media Sosial, Konstruksi Realitas, dan Pembentukan Preferensi Politik

Pengaruh media sosial terhadap pembentukan pandangan politik juga dapat dipahami melalui perspektif konstruksi sosial realitas. Berger dan Luckmann (1966) menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses interaksi dan pemaknaan yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks media sosial, informasi dan pesan yang diproduksi oleh individu, media, kreator konten, maupun aktor politik dapat menjadi bagian dari proses pembentukan realitas yang diterima oleh pengguna. TikTok menyediakan ruang bagi berbagai aktor untuk memproduksi dan menyebarkan informasi politik. Konten mengenai kandidat dan isu politik yang muncul secara berulang dapat memengaruhi cara pengguna memahami suatu objek politik. Algoritma For You Page (FYP) juga memungkinkan pengguna menerima konten berdasarkan aktivitas dan pola interaksi mereka. Kondisi tersebut dapat menyebabkan seseorang memperoleh paparan terhadap jenis informasi tertentu secara berulang. Namun, penerimaan terhadap informasi tersebut tidak selalu menghasilkan pandangan politik yang sama pada setiap individu. Generasi Z memiliki kemampuan dan pengalaman yang berbeda dalam memahami informasi.

Sebagian pengguna dapat menerima informasi secara langsung, sedangkan sebagian lainnya melakukan pengecekan melalui sumber lain sebelum mempercayainya. Oleh karena itu, kemampuan literasi digital dan berpikir kritis menjadi bagian penting dalam proses pembentukan orientasi politik melalui media sosial. Konsep perilaku pemilih Surbakti digunakan untuk memahami faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan politik, sedangkan perspektif konstruksi sosial Berger dan Luckmann digunakan untuk memahami bagaimana informasi politik yang beredar melalui TikTok dapat berperan dalam pembentukan pemahaman dan preferensi politik Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami orientasi politik Generasi Z serta peran media sosial TikTok dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kecamatan Kisaran Timur. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Kisaran Timur, Kabupaten Asahan, dengan informan yang merupakan Generasi Z pengguna TikTok. Informan penelitian terdiri dari Maisarah, Putri Balqis, Wulan, Aulia Irhamni, Aulia Soraya, Uthi, Rama, dan Nisa.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan mengenai penggunaan TikTok, informasi politik yang diperoleh, perubahan pandangan politik, serta faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan politik. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, data Pemilu 2024, data KPU, serta dokumentasi konten TikTok yang berkaitan dengan Pemilihan Presiden Tahun 2024. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman dan pandangan informan, observasi dilakukan terhadap penggunaan TikTok dan konten politik yang berkaitan dengan Pilpres 2024, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa tangkapan layar atau catatan konten TikTok serta data kepemiluan.

Data dianalisis secara kualitatif deskriptif dengan mengidentifikasi hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan peran TikTok terhadap orientasi politik Generasi



Z. Hasil penelitian kemudian dikaitkan dengan teori orientasi politik Almond dan Verba, konsep perilaku pemilih, serta teori konstruksi sosial dan realitas. Analisis orientasi politik meliputi aspek kognitif, afektif, dan evaluatif, yaitu pengetahuan terhadap kandidat dan program politik, perasaan atau sikap terhadap kandidat, serta penilaian terhadap kandidat berdasarkan informasi yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Sosial TikTok terhadap Orientasi Politik Generasi Z pada Pemilihan Presiden Tahun 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial TikTok memiliki peran yang cukup penting dalam membentuk orientasi politik Generasi Z di Kecamatan Kisaran Timur. TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media informasi, edukasi politik, komunikasi, serta sebagai media yang dapat memengaruhi cara berpikir dan cara Generasi Z dalam menilai calon presiden. Berdasarkan hasil wawancara, Generasi Z di Kecamatan Kisaran Timur merupakan pengguna aktif media sosial TikTok. TikTok menjadi salah satu media yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai Pemilihan Presiden Tahun 2024. Informasi yang diperoleh meliputi calon presiden, visi dan misi, program kerja, kegiatan kampanye, serta berbagai isu yang berkaitan dengan Pemilu.

Penggunaan TikTok sebagai media informasi politik juga didukung oleh karakteristik platform yang menyajikan informasi dalam bentuk video pendek. Informasi politik dapat diterima secara cepat melalui halaman *For You Page* (FYP), sehingga pengguna tidak harus secara khusus mencari informasi mengenai kandidat. Kondisi tersebut membuat Generasi Z lebih mudah terpapar informasi politik selama menggunakan TikTok. Dalam kaitannya dengan teori orientasi politik Almond dan Verba, informasi yang diterima melalui TikTok dapat dilihat dalam tiga aspek. Pada aspek kognitif, Generasi Z memperoleh pengetahuan mengenai calon presiden dan informasi Pemilu. Pada aspek afektif, konten yang disampaikan dengan cara menarik dan emosional dapat membentuk rasa suka, simpati, maupun ketidaksukaan terhadap kandidat tertentu. Sementara pada aspek evaluatif, Generasi Z memberikan penilaian terhadap calon presiden berdasarkan informasi yang diperoleh melalui TikTok dan kemudian membandingkannya dengan informasi dari sumber lain sebelum menentukan pilihan politik. Dengan demikian, TikTok dapat dipahami sebagai salah satu media yang berperan dalam proses pembentukan orientasi politik Generasi Z. Namun, pengaruh tersebut tidak berarti bahwa TikTok menjadi satu-satunya faktor yang menentukan pilihan politik.

Tabel 1. Konten TikTok dari Kandidat Presiden Pasca Mencalonkan

Nama Paslon	Jenis Konten TikTok	Isi Konten	Tagar yang Digunakan
Anies–Muhaimin	Desak Anies	Diskusi dan dialog Anies dengan masyarakat, khususnya anak muda	#DesakAnies #AMIN2024 #AniesBaswedan #Pilpres2024
Anies–Muhaimin	Konten Cak Imin	Potongan kegiatan dan penyampaian gagasan Muhaimin Iskandar	#SlepetImin #MuhaiminIskandar #AMIN #CakImin



Prabowo–Gibran	Konten “Gemoy”	Menampilkan Prabowo dengan gaya santai, ekspresi, dan tarian	—
Ganjar–Mahfud	Konten kampanye	Penyampaian kegiatan, gagasan, dan kampanye pasangan Ganjar–Mahfud	—

Sumber: Skripsi Nirmala, hasil dokumentasi konten TikTok.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa masing-masing pasangan calon menggunakan karakter penyampaian konten yang berbeda. Konten Anies–Muhaimin menampilkan diskusi dan dialog dengan masyarakat, khususnya anak muda. Sementara itu, konten Prabowo–Gibran menampilkan pendekatan yang lebih santai melalui citra “Gemoy”. Adapun konten Ganjar–Mahfud digunakan sebagai media penyampaian kegiatan dan gagasan kampanye.

Perbedaan bentuk konten tersebut menunjukkan bahwa TikTok memberikan ruang bagi kandidat untuk menyampaikan pesan politik dengan cara yang lebih beragam dan menyesuaikan karakteristik pengguna media sosial. Bagi Generasi Z, bentuk penyampaian yang singkat, visual, dan menarik menjadi salah satu karakteristik yang membuat informasi politik lebih mudah diperhatikan.

TikTok sebagai Sumber Informasi Politik bagi Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok menjadi salah satu sumber informasi politik yang digunakan oleh Generasi Z di Kecamatan Kisaran Timur. Melalui TikTok, informan dapat memperoleh informasi mengenai calon presiden, program kerja, kegiatan kampanye, serta isu-isu politik yang berkembang selama Pemilihan Presiden Tahun 2024. Informasi politik yang diperoleh melalui TikTok tidak selalu berasal dari akun resmi pasangan calon. Informasi juga dapat berasal dari kreator konten, media, maupun pengguna TikTok lainnya. Kondisi tersebut membuat informasi politik dapat menyebar secara luas dalam waktu yang relatif cepat. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh melalui TikTok tidak selalu langsung dipercaya. Beberapa informan menyadari bahwa terdapat informasi yang belum tentu benar sehingga melakukan pengecekan ulang melalui sumber lain, seperti portal berita, televisi, dan sumber resmi KPU.

Hal tersebut menunjukkan bahwa TikTok memang memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi politik, tetapi pengguna tetap membutuhkan kemampuan untuk memilah dan mengevaluasi informasi. Dengan demikian, penggunaan TikTok sebagai sumber informasi politik perlu diikuti dengan kemampuan literasi digital agar informasi yang digunakan dalam membentuk pandangan politik dapat dipertanggungjawabkan.

Dampak Positif dan Negatif TikTok terhadap Orientasi Politik Generasi Z

Penggunaan TikTok dalam memperoleh informasi politik memberikan dampak positif dan negatif terhadap orientasi politik Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak tersebut dapat dilihat dari aspek informasi, partisipasi, keterlibatan, aksesibilitas, dan kesadaran.



Tabel 2. Dampak Positif dan Negatif TikTok terhadap Orientasi Politik Generasi Z

Aspek	Dampak Negatif	Dampak Positif
Informasi	Informasi di TikTok tidak selalu terverifikasi sehingga rawan terjadi penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi.	TikTok memudahkan penyebaran informasi secara cepat dan luas melalui video pendek.
Partisipasi	Partisipasi yang tinggi tidak selalu disertai pemahaman yang mendalam. Banyak komentar bersifat pembulian, provokatif, atau mengikuti tren tanpa analisis yang kritis.	TikTok meningkatkan partisipasi dalam menyampaikan pendapat melalui komentar, <i>duet</i> , <i>stitch</i> , dan <i>live</i> .
Keterlibatan	<i>Engagement</i> konten sensasional atau viral dapat lebih dominan daripada kualitas informasi sehingga pengguna lebih fokus pada hiburan dibandingkan substansi politik.	TikTok menciptakan keterlibatan aktif antara pengguna dan konten melalui <i>like</i> , komentar, <i>share</i> , serta interaksi langsung dengan kreator.
Aksesibilitas	Kemudahan akses menyebabkan pengguna mudah terpapar konten negatif, seperti ujaran kebencian, konten politik, atau konten yang tidak sesuai usia tanpa kontrol yang memadai.	TikTok sangat mudah diakses melalui smartphone dan koneksi internet sehingga informasi politik dan sosial dapat dijangkau oleh berbagai kalangan, termasuk Gen Z di Kecamatan Kisaran Timur.
Kesadaran	Kesadaran yang terbentuk dapat bersifat dangkal karena didasarkan pada potongan video singkat atau informasi yang tidak jelas.	TikTok meningkatkan kesadaran politik dan sosial masyarakat.

Sumber: Skripsi Nirmala, Tabel 4.3.

Berdasarkan tabel tersebut, dampak positif TikTok terlihat dari kemudahan Generasi Z dalam memperoleh informasi politik secara cepat dan luas. TikTok juga memberikan ruang bagi pengguna untuk berpartisipasi melalui komentar, *duet*, *stitch*, dan *live*. Selain itu, interaksi melalui *like*, komentar, dan *share* memungkinkan pengguna terlibat secara aktif dalam konten politik. Namun, kemudahan tersebut juga memiliki dampak negatif. Informasi yang tidak terverifikasi dapat menyebabkan penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi. Konten yang bersifat sensasional atau viral juga berpotensi membuat pengguna lebih memperhatikan popularitas suatu konten daripada kualitas informasi yang disampaikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat meningkatkan perhatian Generasi Z terhadap politik, tetapi peningkatan perhatian tersebut belum tentu selalu disertai dengan pemahaman politik yang mendalam. Oleh karena itu, kemampuan untuk menilai informasi menjadi bagian penting dalam penggunaan TikTok sebagai media politik.

Peran Algoritma dan Fitur TikTok dalam Membentuk Preferensi Politik

Salah satu karakteristik TikTok yang berperan dalam penyebaran informasi politik adalah algoritma *For You Page* (FYP). Melalui fitur tersebut, pengguna dapat menerima konten yang sesuai dengan pola interaksi dan aktivitas mereka di TikTok. Akibatnya, pengguna dapat memperoleh



konten politik secara berulang tanpa secara khusus mencarinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan konten politik melalui TikTok dapat memengaruhi cara Generasi Z dalam melihat calon presiden. Konten yang menarik dan emosional dapat membentuk rasa suka, simpati, maupun ketidaksukaan terhadap kandidat. Selanjutnya, pengguna dapat memberikan penilaian terhadap kandidat berdasarkan informasi yang diperoleh dan membandingkannya dengan informasi dari sumber lain.

Jika dikaitkan dengan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, informasi politik yang diproduksi oleh tim kampanye, media, *influencer*, maupun masyarakat melalui TikTok merupakan bagian dari proses eksternalisasi. Informasi tersebut kemudian diterima oleh pengguna dan dapat mengalami proses objektivasi ketika dianggap sebagai suatu kenyataan sosial. Dengan demikian, algoritma dan fitur TikTok dapat menjadi bagian dari proses pembentukan preferensi politik. Akan tetapi, pengaruh tersebut tetap bergantung pada bagaimana pengguna menerima, memahami, dan mengevaluasi informasi yang mereka lihat.

Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi pilihan politik Generasi Z. Dalam menentukan pilihan pada Pemilihan Presiden Tahun 2024, Generasi Z juga mempertimbangkan visi dan misi pasangan calon, program kerja, rekam jejak calon presiden, informasi yang diperoleh melalui TikTok, keluarga, teman sebaya, tokoh publik atau kreator konten, serta pengalaman pribadi. Pertimbangan terhadap visi dan misi menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya melihat popularitas kandidat, tetapi juga memperhatikan gagasan dan arah kebijakan yang ditawarkan. Program kerja juga menjadi bahan pertimbangan untuk melihat apakah program yang disampaikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pemilih.

Selain faktor kandidat, lingkungan sosial juga dapat memberikan pengaruh. Keluarga dan teman sebaya menjadi bagian dari lingkungan yang dapat memberikan informasi maupun pandangan politik. Pendapat tokoh publik atau kreator konten juga dapat menjadi pertimbangan bagi sebagian pengguna ketika menentukan pandangan terhadap kandidat. Dengan demikian, pilihan politik Generasi Z terbentuk melalui berbagai sumber informasi dan pengalaman. TikTok menjadi salah satu sumber yang memberikan stimulus, sedangkan keputusan akhir tetap dipengaruhi oleh proses pertimbangan individu.

Pertimbangan Rasional dalam Menentukan Pilihan Politik

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pertimbangan rasional dalam menentukan pilihan politik. Generasi Z tidak sepenuhnya menentukan pilihan berdasarkan konten yang populer di TikTok, tetapi juga mempertimbangkan program kerja, visi dan misi, serta rekam jejak calon. Pertimbangan tersebut menunjukkan bahwa informasi yang diterima melalui media sosial masih melalui proses penilaian sebelum dijadikan dasar dalam menentukan pilihan. Dalam konsep perilaku pemilih, keputusan politik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kesadaran politik, pendidikan, ideologi, dan identifikasi politik, sedangkan faktor eksternal dapat berasal dari keluarga, kelompok sosial, media massa, kampanye, serta kondisi sosial dan ekonomi. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa Generasi Z menggunakan informasi dari TikTok sebagai salah satu bahan pertimbangan, tetapi tidak seluruhnya menerima informasi



tersebut secara langsung. Adanya proses membandingkan informasi dengan sumber lain menunjukkan bahwa sebagian informan melakukan evaluasi sebelum menentukan sikap politik.

Pembahasan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa TikTok memiliki peran dalam membentuk orientasi politik Generasi Z di Kecamatan Kisaran Timur. Peran tersebut terlihat dari fungsi TikTok sebagai media informasi, edukasi politik, komunikasi, serta media yang memengaruhi cara berpikir dan cara menilai calon presiden. Pengaruh TikTok terhadap orientasi politik dapat dijelaskan melalui tiga aspek orientasi politik Almond dan Verba. Aspek kognitif terlihat dari meningkatnya pengetahuan mengenai kandidat dan isu politik. Aspek afektif terlihat dari terbentuknya rasa suka, simpati, maupun ketidaksukaan terhadap kandidat melalui konten yang menarik dan emosional. Sementara aspek evaluatif terlihat dari proses penilaian terhadap kandidat berdasarkan informasi yang diperoleh melalui TikTok dan sumber informasi lainnya.

Namun demikian, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa TikTok bukan faktor tunggal dalam menentukan pilihan politik Generasi Z. Pilihan politik juga dipengaruhi oleh visi dan misi, program kerja, rekam jejak, keluarga, teman sebaya, tokoh publik, kreator konten, dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, pengaruh TikTok terhadap orientasi politik Generasi Z dapat dipahami sebagai bagian dari proses yang lebih luas. TikTok menyediakan informasi dan ruang interaksi politik, sedangkan Generasi Z tetap memiliki peran dalam menentukan bagaimana informasi tersebut diterima, dipahami, dan dievaluasi. Kemampuan literasi digital menjadi penting agar keputusan politik tidak hanya didasarkan pada informasi yang viral atau menarik secara visual, tetapi juga pada informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai orientasi politik Generasi Z dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kecamatan Kisaran Timur, dapat disimpulkan bahwa media sosial TikTok memiliki peran yang cukup penting dalam membentuk orientasi politik Generasi Z. TikTok digunakan sebagai media informasi, edukasi politik, komunikasi, serta sebagai sarana untuk memperoleh informasi mengenai calon presiden, visi dan misi, program kerja, kegiatan kampanye, dan isu politik. Melalui fitur FYP, video pendek, komentar, *like*, *share*, *duet*, *stitch*, dan *live*, Generasi Z dapat memperoleh serta berinteraksi dengan informasi politik secara cepat dan luas. Pengaruh TikTok terhadap orientasi politik Generasi Z terlihat pada aspek kognitif, afektif, dan evaluatif. Pada aspek kognitif, TikTok membantu Generasi Z memperoleh pengetahuan mengenai kandidat dan informasi Pemilu. Pada aspek afektif, penyampaian konten yang menarik dan emosional dapat membentuk rasa suka, simpati, maupun ketidaksukaan terhadap kandidat. Sementara pada aspek evaluatif, Generasi Z melakukan penilaian terhadap kandidat berdasarkan informasi yang diperoleh melalui TikTok dan membandingkannya dengan sumber informasi lainnya.

Di sisi lain, penggunaan TikTok juga memiliki dampak negatif berupa potensi penyebaran hoaks, misinformasi, disinformasi, konten provokatif, serta informasi politik yang tidak terverifikasi. Oleh karena itu, TikTok tidak dapat dijadikan sebagai satu-satunya sumber informasi dalam menentukan pilihan politik. Generasi Z perlu melakukan pengecekan dan membandingkan informasi dari sumber lain agar dapat membedakan informasi yang benar dengan informasi yang



menyesatkan. Selain TikTok, keputusan politik Generasi Z juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, yaitu visi dan misi pasangan calon, program kerja, rekam jejak calon, keluarga, teman sebaya, tokoh publik atau kreator konten, serta pengalaman pribadi. Secara keseluruhan, TikTok dapat dipandang sebagai salah satu media yang berperan dalam membentuk dan memperkuat orientasi politik Generasi Z pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kecamatan Kisaran Timur. Namun, pengaruh tersebut tetap bergantung pada kemampuan pengguna dalam mengolah informasi. Literasi digital dan kemampuan berpikir kritis menjadi hal penting agar Generasi Z dapat menentukan pilihan politik berdasarkan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

DAFTAR PUSTAKA

- G. A. Almond and S. Verba, *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press, 1963.
- P. L. Berger and T. Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books, 1966.
- R. Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- K. R. Subhani, "Politik digital dan perkembangan komunikasi politik di era media sosial," 2024.
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, *Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu Tahun 2024*. Jakarta: Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, 2024.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. Jakarta: APJII, 2024.
- A. Simanullang, "Peran media sosial TikTok dalam transformasi politik Gen Z pada pemilihan presiden tahun 2024 di Kelurahan Tegal Rejo," *Jurnal JAPS*, vol. 6, 2025.
- P. K. Fau, "Pengaruh media sosial terhadap partisipasi Gen Z pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024," *Journal of Governance and Social Issues*, vol. 4, 2025.
- J. M. Hutabarat, "Media sosial menjadi strategi politik masa kini," *Jurnal Pendidikan Agama dan Teknologi*, vol. 2, 2024.
- R. Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- G. G. Heryanto, *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2018.
- A. Chadwick, *The Hybrid Media System: Politics and Power*, 2nd ed. New York: Oxford University Press, 2017.
- M. Budiarjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.