

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

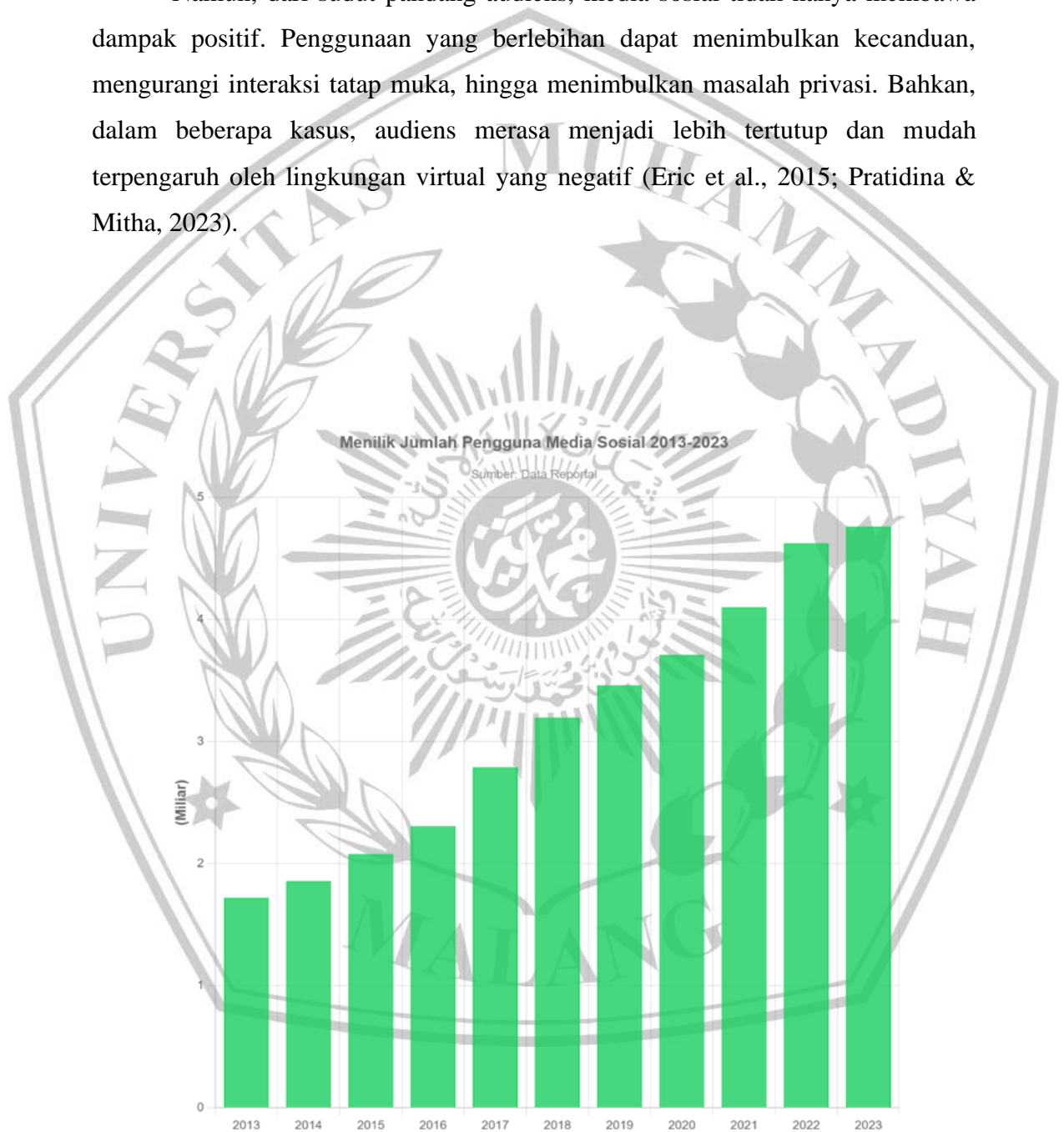
Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, audiens mengalami perubahan signifikan dalam cara mereka mengakses dan memaknai informasi. Jika sebelumnya masyarakat bergantung pada media cetak dan penyiaran konvensional, kini audiens lebih banyak beralih ke media digital dan media sosial sebagai sumber utama informasi. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang di mana audiens aktif membentuk opini publik, berbagi pengalaman, serta terlibat dalam diskusi sosial dan politik (Arianto, 2020). Kehadiran media sosial memberi kesempatan bagi audiens untuk berperan lebih dinamis dan interaktif, karena mereka dapat mengakses, menanggapi, bahkan memproduksi ulang informasi tanpa batas ruang dan waktu.

Bagi audiens, media sosial menjadi ruang utama dalam menjalani aktivitas komunikasi sehari-hari. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka untuk beraktivitas maupun berkolaborasi. Artinya, audiens tidak sekadar menjadi penerima pesan, tetapi juga aktor aktif yang menjalin hubungan, membentuk jejaring, serta menguatkan ikatan sosial melalui interaksi di dunia maya.

Dalam praktiknya, audiens merasakan berbagai manfaat dari penggunaan media sosial. Mereka dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain, memperluas lingkaran pertemanan, mengatasi keterbatasan jarak dan waktu, hingga mengekspresikan diri melalui konten yang mereka buat. Kehadiran internet dan

media sosial juga memberi peluang bagi audiens untuk mengembangkan kreativitas, merancang konten, serta mengirim dan menerima pesan kapan pun dan di mana pun (Pratidina & Mitha, 2023).

Namun, dari sudut pandang audiens, media sosial tidak hanya membawa dampak positif. Penggunaan yang berlebihan dapat menimbulkan kecanduan, mengurangi interaksi tatap muka, hingga menimbulkan masalah privasi. Bahkan, dalam beberapa kasus, audiens merasa menjadi lebih tertutup dan mudah terpengaruh oleh lingkungan virtual yang negatif (Eric et al., 2015; Pratidina & Mitha, 2023).



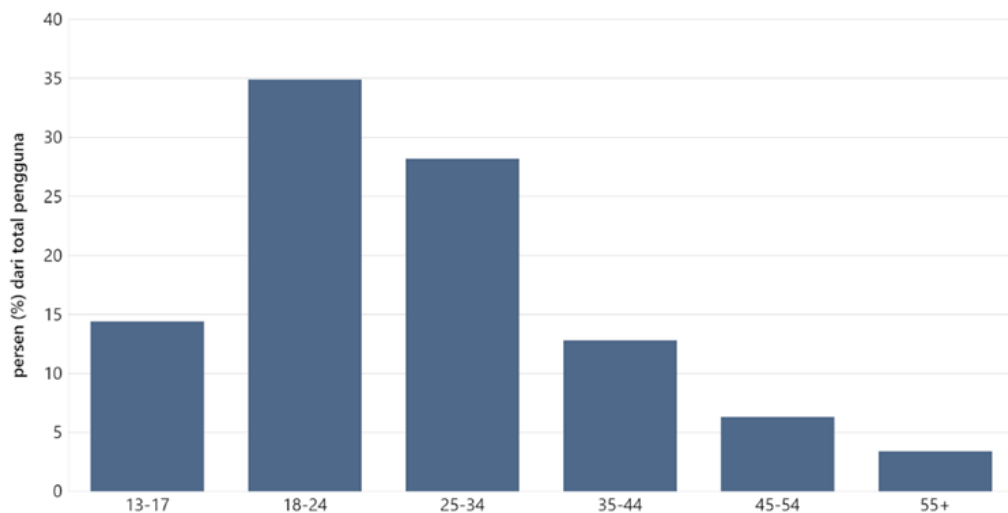
Gambar 1 Data Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia sendiri selalu meningkat dari tahun ke tahun, terlihat dari tabel grafik yang dipaparkan oleh laman goodstats.id pengguna media sosial tembus mencapai 4 miliar pengguna sejak tahun 2021 (Goodstats.id, 2023). Dalam perkembangannya, media sosial tumbuh menjadi media yang memfasilitasi berbagai kepentingan masing-masing penggunanya, salah satunya yakni mengekspresikan diri. Fitur yang disediakan di beberapa media sosial memudahkan penggunanya dalam mengekspresikan dirinya lewat konten yang diunggah di *platform* media sosial tertentu. Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya terbatas untuk penggunaan perorangan saja, beberapa media massa pun sekarang juga berlomba-lomba membuat akun media sosial dengan tujuan menyesuaikan kebiasaan masyarakat sekarang (Riki et al., 2023).

Kaltim Today adalah salah satu portal media online yang berfokus pada penyajian informasi dan berita terkini, khususnya seputar Kalimantan Timur serta berbagai isu nasional yang sedang hangat diperbincangkan. Sebagai media informasi digital, Kaltim Today hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan mudah diakses. Tidak hanya melalui website resmi, Kaltim Today juga aktif menyebarkan berita melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok. Pemanfaatan media sosial ini menjadi strategi efektif dalam menjangkau lebih banyak audiens, terutama di kalangan anak muda yang lebih sering menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Dengan menghadirkan berita dalam format video pendek di TikTok, Kaltim Today berupaya menyesuaikan konten berita dengan karakteristik konsumsi informasi masyarakat digital saat ini. Penyebaran informasi melalui media sosial juga berfungsi untuk meningkatkan aksesibilitas pembaca, sehingga informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja dengan lebih praktis (Riki et al., 2023). Kehadiran Kaltim Today di berbagai platform digital menunjukkan bagaimana media massa beradaptasi dengan perkembangan teknologi demi memberikan kemudahan bagi audiens dalam memperoleh informasi. Konten di akun TikTok Kaltim Today sendiri juga menyesuaikan pengguna aplikasi tersebut, seperti penggunaan narasi yang menggunakan bahasa yang lebih santai dan tidak kaku

seperti membawakan berita di TV. Dikarenakan pengguna media sosial TikTok sendiri merupakan anak muda yang berusia 18-24 tahun berdasarkan data dari website katadata.co.id. yang datanya diambil pada tahun 2022.

Demografi Usia Pengguna TikTok Dunia (2022)



Sumber:
Business of Apps

Informasi Lain:

Gambar 2 Demografi Usia Pengguna TikTok Dunia Tahun 2022

Sebanyak hampir dari 35% dari pengguna aplikasi TikTok di seluruh dunia merupakan anak muda atau biasa disebut juga sebagai *Gen Z* lalu diikuti dengan pengguna rentang usia 25-34 tahun sebanyak 28,2% (Katadata, 2023).

Salah satu konten yang cukup viral dari akun TikTok Kaltim Today yakni berisi wawancara salah satu paslon wakil presiden yakni Cak Imin atau Muhaimin Iskandar yang diunggah pada tanggal 12 Januari 2024, dalam video tersebut Cak Imin mengatakan kepada wartawan dengan mengatakan kalau rakyat NU yang bukan golongan elit pasti memilih pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar. Hal tersebut menimbulkan perdebatan di kolom komentar yang menganggap Cak

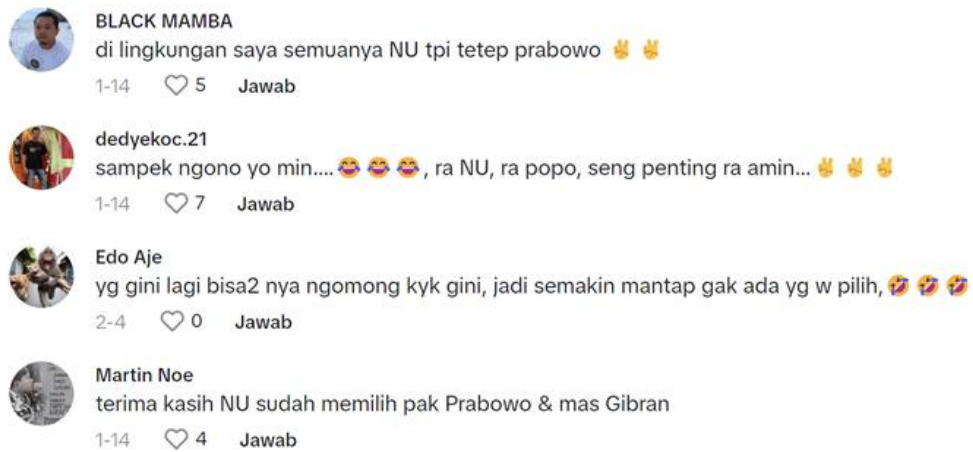
Imin menggunakan identitas NU guna mendongkrak suara dalam pilpres dan juga terkesan memaksa masyarakat yang berafiliasi dengan NU agar memilih pasangan calon nomor urut 01 dan ada beberapa komentar yang menyatakan jika Cak Imin menggunakan politik identitas untuk mendapatkan suara dalam Pemilu 2024.



Gambar 3 Komentar TikTok Akun Kaltim Today 1

Sumber: Kolom Komentar Tiktok Akun Kaltim Today

Penelitian ini untuk mengkaji lebih lanjut tentang konten TikTok yang memberitakan pernyataan Cak Imin yang menyebut bahwa “seluruh warga NU pasti memilih pasangan AMIN pada Pilpres 2024” yang menimbulkan banyak respons yang kontradiktif di kolom komentar konten TikTok tersebut. Kesamaan antara Cak Imin dan subjek penelitian ini menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam, mengingat keduanya sama-sama memiliki latar belakang sebagai bagian dari warga Nahdlatul Ulama (NU). Hal ini mendorong peneliti untuk mengkaji lebih lanjut kepada pemilih pemula yang juga berstatus santri di pondok pesantren Nahdlatul Ulama (NU). Peneliti memilih Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'ien An-Naasyiien Malang karena pondok ini merupakan pondok mahasiswa yang memberikan fleksibilitas bagi santrinya untuk kuliah sambil mondok, dihuni oleh mahasiswa dari berbagai daerah, serta para santrinya memiliki akses terhadap ponsel dan media sosial yang biasanya dibatasi di pondok-pondok non-mahasiswa, sehingga relevan untuk diteliti dalam konteks penerimaan terhadap konten politik di TikTok.



Gambar 4 Komentar Tiktok Akun Kaltim Today 2

Sumber: Kolom Komentar Tiktok Akun Kaltim Today

Studi resepsi menjadi pilihan peneliti dikarenakan peneliti ingin mengetahui penerimaan khalayak terhadap isi pesan dari konten akun Tiktok Kaltim Today yang berjudul “Cak Imin: Rakyat yang Berideologi NU Kalau Tidak Pilih ‘AMIN’, Saya Ragukan ke NU-annya!”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan analisis latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana penerimaan santri pondok pesantren mahasiswa Hidayatul Mubtadi’ien An Naasyi-ien terhadap pesan politik identitas dalam video Tiktok akun Kaltim Today yang berjudul “Cak Imin: Rakyat yang Berideologi NU Kalau Tidak Pilih ‘AMIN’, Saya Ragukan ke NU-annya!””.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerimaan santri pondok pesantren mahasiswa Hidayatul Mubtadi’ien An Naasyi-ien terhadap pesan politik

identitas dalam video TikTok akun Kaltim Today yang berjudul “Cak Imin: Rakyat yang Berideologi NU Kalau Tidak Pilih ‘AMIN’, Saya Ragukan ke NU-annya!”.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan secara teoritis, menjadi referensi dalam penggunaan teori studi resepsi dalam kajian ilmu komunikasi.
2. Kegunaan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dan sumber data bagi peneliti lain.

