

SKRIPSI

**DINAMIKA AKTIVISME POLITIK MEDIA SOSIAL TWITTER DAN
TIKTOK PASCA DEBAT CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL
PRESIDEN PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024**



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

**DINAMIKA AKTIVISME POLITIK MEDIA SOSIAL TWITTER DAN
TIKTOK PASCA DEBAT CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL
PRESIDEN PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan (S.IP)**

Disusun dan Diajukan Oleh:

Fatima Azahra

Nomor Induk Mahasiswa : 105641102420

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

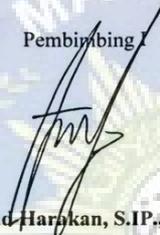
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

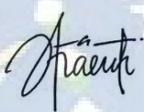
Judul Skripsi : Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024
Nama Mahasiswa : Fatima Azahra
Nomor Induk Mahasiswa : 105641102420
Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

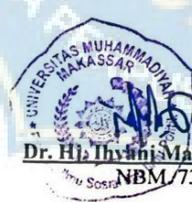

Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I

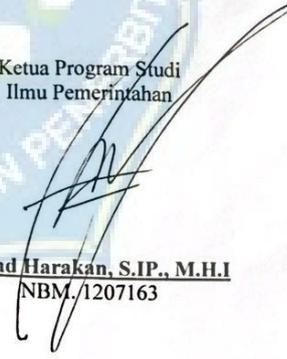

Nur Khaerah, S.IP., M.IP

Mengetahui:

Dekan
Fisipol Unismuh Makassar

Ketua Program Studi
Ilmu Pemerintahan


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si


Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I

NBM/730727

NBM/1207163

HALAMAN PENERIMAAN TIM

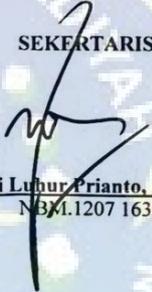
Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dengan nomor 0257/FSP/A.4-II/V/45/2024 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana dalam program studi Ilmu Pemerintahan yang dilaksanakan di Makassar pada hari Rabu, tanggal 08 Mei 2024.

Mengetahui

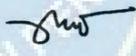
KETUA

SEKERTARIS


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM.730 727


Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si
NBM.1207 163

Tim Penguji

1. Dr. H. Amir Muhiddin, M.Si ()
2. Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I ()
3. Nursaleh Hartaman, S.IP., M.IP ()

PERSARATAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fatima Azhra
Nomor Induk Mahasiswa : 105641102420
Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa benar skripsi penelitian ini adalah karya sendiri dan bukan hasil plagiasi dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 23 April 2024

Yang menyatakan,


Fatima Azhra

ABSTRACT

Fatima Azahra, Ahmad Harakan, and Nur Khaerah. *Dynamics of Political Activism on Twitter and Tiktok Social Media After the Presidential Candidate and Vice Presidential Candidate Debates in the 2024 General Election.*

Political activism on social media during the Presidential Candidate and Vice Presidential Candidate debates in the 2024 General Election in Indonesia is growing. Political activists use social media to build narratives and images, and influence public opinion, so as to mobilize support. This research uses qualitative methods with a descriptive approach to analysis. The purpose of the study is to see how political activism on social media, especially Twitter and Tiktok platforms, after the presidential and vice presidential debates in the 2024 election. The results showed that engagement metrics between Twitter and Tiktok related to the Presidential Election debate were more dominated by the Tiktok platform, hashtags were more dominated by the Twitter platform, content analysis was more dominated by the Tiktok platform, network analysis was dominated by the Tiktok platform, temporal patterns were dominated by the Tiktok platform, and sentiment analysis was dominated by the Tiktok platform. This research can contribute useful knowledge to the understanding of the role and impact of political activism carried out on social media.

Keywords: Political Activism, Presidential Debate, Sentiment Analysis

ABSTRAK

Fatima Azahra, Ahmad Harakan, dan Nur Khaerah. Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024

Aktivisme politik di media sosial pada debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pemilihan Umum tahun 2024 di Indonesia semakin berkembang. Para aktivis politik menggunakan media sosial untuk membangun narasi dan citra, dan mempengaruhi opini publik, sehingga dapat memobilisasi dukungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Tujuan penelitian untuk melihat bagaimana aktivisme politik di media sosial khususnya platform Twitter dan Tiktok pasca debat Capres dan Cawapres pada Pemilu tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metrik keterlibatan antara Twitter dan Tiktok terkait debat Pilpres lebih didominasi oleh platform Tiktok, *hashtag* lebih didominasi oleh platform Twitter, analisis konten lebih didominasi oleh platform Tiktok, analisis jaringan didominasi oleh platform Tiktok, pola temporal didominasi oleh platform Tiktok, dan analisis sentimen didominasi oleh platform Tiktok. Penelitian ini dapat memberikan sumbangsi ilmu yang bermanfaat untuk pemahaman tentang peran dan dampak dari aktivisme politik yang dilakukan di media sosial.

Kata Kunci: Aktivisme Politik, Debat Pilpres, Analisis Sentimen

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabararokatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter Dan Tik Tok Pasca Debat Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024”**. Hal ini tentunya pertolongan-Nya. Sungguh tiada kata terindah yang dapat penulis dapat ucapkan, selain mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat karunia-Nya, baik itu fisik maupun akal pikiran, sehingga penulis dapat merampung skripsi ini.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada kekasih Allah SWT sosok panutan seluruh ummat muslim yaitu nabi Muhammad SAW, yang telah memperbaiki akhlak dan budi pekerti manusia seperti yang kita rasakan saat ini.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Ilmu Politik di Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat menambah referensi para pembaca secara umum dan secara khusus mahasiswa Ilmu Pemerintahan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, ada begitu banyak pihak yang terlibat di dalam-Nya. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada orang yang paling berjasa, serta orang paling istimewa dalam hidup saya, yaitu kedua orang tua tercinta, Bapak Anwar dan Ibu Murni, yang telah menjadi sumber inspirasi dan dukungan paling besar dalam setiap proses penyelesaian skripsi ini. Mereka selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian dan doa tanpa henti, yang tak ternilai harganya. Tanpa kehadiran mereka, penulis tidak akan berhasil menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada saudara-saudariku tercinta yang selalu memberikan bantuan dan dukungan penuh dalam setiap langkah.

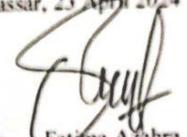
Penulis dengan tulus berharap bahwa karya ini akan bermanfaat sebagai media untuk menyalurkan amal jariyah kepada banyak orang, dari pada hanya menjadi benda berdebu di sebuah ruangan. Serta pada kesempatan ini pula, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S. Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya.
2. Bapak Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I selaku Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan dan sekaligus pembimbing pertama, yang telah mengawal proses akademik dan memberikan arahan kepada penulis.
3. Ibu Nur Khaerah, S.IP.,M.IP selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Pemerintahan sekaligus pembimbing kedua yang telah memberikan ilmu dan arahnya kepada penulis.

4. Bapak Nur Saleh Hartaman, S.IP., M.IP yang telah berkontribusi membimbing dan membantu dalam pengolahan data pada penelitian penulis.
5. Para Bapak dan Ibu dosen mata kuliah yang telah membagi ilmunya selama proses perkuliahan penulis.
6. Para sahabat *Lunatic*, Isniyanti N.R Ramadhani, Nurzafiqah, Alifita S. Massi, Nur Fitri Chasana dan Nurul Annisa Anastasya. Serta teman seperjuangan penulis Sukma Ayu, yang selalu setia menemani penulis dan sama-sama berjuang dalam proses belajar di kelas.
7. Saudari Mildawati yang telah membantu dan membagi ilmunya selama penyusunan skripsi.
8. Teman-teman Kelas Secret IP A Angkatan 2020 yang telah kebersamai kurang lebih empat tahun di masa perkuliahan.
9. Keluarga besar pengurus HIMJIP periode 2022-2023 yang telah menjadi keluarga kedua bagi penulis, dikala penulis berjuang diperantauan. Terima kasih atas segera waktu, cinta dan kasihnya sehingga penulis bisa sampai di tahap ini.
10. Terakhir untuk diri sendiri, Fatima Azahra. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan meyakinkan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, 23 April 2024


Fatima Azahra



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Tinjauan Teori	15
C. Kerangka Pikir	23
D. Fokus Penelitian	25
E. Deskripsi Fokus Penelitian.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	28
B. Jenis dan Tipe Penelitian.....	28
C. Sumber Data.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Teknik Analisis Data.....	32
F. Teknik Pengabsahan Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Objek Penelitian	35
1. Gambaran Pemelihan Umum di Indonesia 2024	35
2. Profil Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024	36

B. Hasil Dan Pembahasan Dinamika Aktvisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilihan Umum 2024	51
1. Matrik Keterlibatan.....	53
2. Penggunaan Hashtag	63
3. Analisis Konten	69
4. Analisis Jaringan	77
5. Pola Temporal	82
6. Analisis Sentimen.....	85
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Network Visualization</i>	13
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pikir	24
Gambar 4.1 Anies Baswedan Nyatakan Siap Maju Capres 2024	37
Gambar 4.2 Anies Terima Mandat Jadi Capres NasDem	38
Gambar 4.3 Cak Imin Nyatakan Siap Maju di Pilpres 2024.....	40
Gambar 4.4 Prabowo Umumkan Maju di Pilpres 2024 Sebagai Capres	43
Gambar 4.5 Prabowo Umumkan Gibran Cawapres di Pilpres 2024.....	44
Gambar 4.6 Alasan PDIP Jadikan Ganjar Pranowo Cepres: Memahami Kehendak Rakyat	48
Gambar 4.7 Mahfud MD Resmi Jadi Bakal Cawapres Ganjar Pranowo di Pilpres 2024.....	49
Gambar 4.8 Analisis Konten Pasca Debat Pertama di Twitter dan Tiktok (<i>By Word Cloud</i>)	71
Gambar 4.9 Analisis Konten Pasca Debat Kedua di Twitter dan Tiktok (<i>By Word Cloud</i>).....	72
Gambar 4.10 Analisis Konten Pasca Debat Ketiga di Twitter dan Tiktok (<i>By Word Cloud</i>)	74
Gambar 4.11 Analisis Konten Pasca Debat Keempat di Twitter dan Tiktok (<i>By Word Cloud</i>)	75
Gambar 4.12 Analisis Konten Pasca Debat Kelima di Twitter dan Tiktok (<i>By Word Cloud</i>)	76
Gambar 4.13 Analisis Jaringan pada Platform Tiktok Pasca Debat Pilpres 2024 (<i>By Word Cloud</i>)	79
Gambar 4.14 Analisis Jaringan pada Platform Twitter Pasca Debat Pilpres 2024 (<i>By Word Cloud</i>)	80
Gambar 4.15 Analisis Debat Pilpres 2024 (<i>By Word Cloud</i>)	94

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Nomor Urut 1	41
Table 4.2 Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Nomor Urut 2	46
Table 4.3 Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Nomor Urut 3	51
Table 4.4 Metrik Keterlibatan dari Kelima Debat Pilpres pada Platform Twitter dan Tiktok	56
Table 4.5 Analisis Penggunaan Hashtag Selama Debat Pilpres 2024	66
Tabel 4.6 Analisis Pola Temporal Platform Twitter dan Tiktok.....	83



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Survei Elektabilitas	8
Grafik 4.1 Indikator Karakteristik Aktivisme Politik di Media Sosial	52
Grafik 4.2 Metrik Keterlibatan.....	54
Grafik. 4.3 Penggunaan <i>Hashtag</i>	64
Grafik 4.4 Analisis Konten	71
Grafik 4.5 Analisis Jaringan.....	78
Grafik 4.6 Pola Tempotal.....	82
Grafik 4.7 Analisis Sentimen.....	86
Grafik 4.8 Sentimen SGIE Terhadap Gibran	88
Grafik. 4.90 Analisis Sentimen Debat Ketiga.....	90
Grafik 4.10 Analisis Sentimen di Twitter	91
Grafik 4.11 Analisis Sentimen Debat Kelima.....	93

GLOSARIUM

Akseibilitas	= Kemampuan untuk mengakses dan menggunakan suatu fasilitas, layanan atau informasi tanpa adanya hambatan fisik maupun non-fisik.
Capres	= Calon Presiden
Cases	= Kasus
Cawapres	= Calon Wakil Presiden
Closing Statement	= Pernyataan penutup
Elektabilitas	= Keterpilihan
KPU	= Komisi Pemilihan Umum
Medsos	= Media Sosial
Menhan	= Menteri Pertahanan
Microblogging	= Pembuatan pesan atau post singkat di web atau platform media sosial
Ncapture	= Proses ekstraksi data dari kertas atau dokumen elektronik
Node	= Simpul
Pemilu	= Pemilihan Umum
Paslon	= Pasangan Calon
Pilpres	= Pemilihan Presiden
Platform	= Wadah atau program perangkat lunak dan perangkat keras media sosial
Recognition	= Pengakuan
Retweet	= Berbagi atau memposting ulang
Sentimen	= Pendapat atau pandangan
SGIE	= State of The Global Islamic Economy
Software	= Perangkat lunak
View	= Melihat
Warganet	= Warga internet

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan seseorang saat ini tidak dapat dipisahkan dari media. Seolah-olah media memaksa kita untuk memanfaatkannya agar tetap bertahan. Dalam artian kita diharapkan untuk mengetahui segala sesuatu di masa kini, dan dengan menggunakan media sosial kita dapat mendidik diri kita sendiri di banyak bidang, mulai dari masalah politik, ekonomi, dan sosial hingga kesulitan rumah tangga, kita dapat belajar melalui media. Platform media sosial telah memicu pengembangan jenis keterlibatan, komunikasi, dan koneksi yang benar-benar baru. Tidak mengherankan jika para profesional pemasaran secara aktif memanfaatkan berbagai jaringan sosial dan alternatif media yang tersedia bagi mereka untuk memengaruhi pelanggan potensial mereka (Arora et al. 2019).

Media baru saat ini tampaknya telah mengubah betapa dihormatinya surat kabar dan radio. Cara terbaik untuk mendapatkan berita terbaru tidak lagi melalui media tradisional seperti surat kabar atau radio. Fungsi media tradisional telah berubah seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi di era digital. Hal ini terjadi terutama ketika media baru seperti media digital, hadir sebagai alternatif media konvensional, media baru menggunakan teknologi komputer untuk mengintegrasikan teks, suara, gambar, dan video. Teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung dengan jaringan internet disebut sebagai “*new media*” dalam konteks ini (Efendi,

Astuti, and Rahayu 2017). Kehidupan sosial masyarakat sangat dipengaruhi oleh media baru, yang memungkinkan mereka secara efektif mengubah cara hidup mereka dalam bidang budaya, pemikiran, dan komunikasi (Kristiyono 2015). Internet berfungsi sebagai platform utama munculnya media baru, yang berdampak pada perkembangan jenis komunikasi manusia dan interaksi sosial baru (Nursalim 2017).

Aksesibilitas merupakan rangsangan teknologi kontemporer selama kampanye untuk melibatkan kembali pemilih, setiap orang yang menggunakan media sosial. Kemampuan informasi politik tanpa batas untuk membentuk citra politik dengan lebih mudah, seiring dengan keterbukaan media, dukungan teknologi informasi yang semakin canggih, serta pengemasan isi pesan, semakin memudahkan para aktor politik untuk membedakan dirinya dari persaingan politik yang ada, termasuk di antaranya adalah branding kandidat atau partai politik sebagai akibat dari komunikasi politik kontemporer (Setiadi 2016).

Pada saat ini, Indonesia telah memiliki 18 partai politik di antaranya Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan), Partai Golongan Karya (GOLKAR), Partai NasDem, Partai Buruh, Partai Gelombang Rakyat Indonesia (GELORA), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Kebangkitan Nusantara (PKN), Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA), Partai Garda Perubahan Indonesia (GARUDA), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Bulan Bintang (PBB), Partai Demokrat, Partai Solidaritas Indonesia (PSI),

Partai Persatuan Indonesia (PERINDO), Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Ummat (Mustafa & Maharani, 2023).

Twitter dan Tiktok yang merupakan bentuk *microblogging* di media baru yang memungkinkan (Harrera 2016). Pemilihan umum adalah momen penting dalam kehidupan politik suatu negara. Dalam era digital seperti saat ini, media sosial telah menjadi platform utama di mana aktivitas politik dan perdebatan publik berlangsung. Twitter dan TikTok adalah dua platform media sosial yang memainkan peran signifikan dalam membentuk opini publik terkait dengan politik. Pada Pemilihan Umum Tahun 2024 di Indonesia, media sosial diharapkan akan menjadi pusat aktivisme politik yang signifikan.

Berbeda dengan pemilihan umum sebelumnya, Pemilu 2024 menonjol karena dua aspek utama terkait dengan pelaksanaannya dan substansinya. Pertama, Pemilu 2024 mengadopsi landasan hukum yang sama dengan Pemilu 2019, yaitu UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Penggunaan hukum yang sama ini tidak umum dalam konteks politik nasional, di mana biasanya terdapat revisi besar terhadap aturan pemilu oleh DPR RI sebelum pemilu berikutnya. Hal ini sering disebut sebagai "paket UU politik", fase di mana partai-partai politik merumuskan cara pelaksanaan pemilu mendatang (Vibhisana et al., 2023).

Kedua, pelaksanaan Pemilu 2024 ditandai dengan berbagai dinamika politik yang bervariasi, termasuk isu-isu seperti perpanjangan masa jabatan presiden, tiga periode, serta gugatan yang diajukan ke Mahkamah Konstitusi (MK) terkait sistem pemilihan terbuka atau tertutup, serta batas usia minimum

bagi calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres). Dinamika politik ini menyebabkan Pemilu 2024 menjadi periode di mana politik mengalami perubahan signifikan selama proses pemilu berlangsung, bukan hanya sebelumnya seperti yang terjadi saat revisi UU Politik sebelum pemilu 2004, 2009, dan 2014 (Vibhisana et al., 2023).

Dalam konteks pasca debat calon presiden dan calon wakil presiden pada pemilihan umum tahun 2024, dinamika aktivisme politik di media sosial Twitter dan TikTok menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Debat publik antara calon-calon tersebut seringkali menjadi pemicu bagi aktivisme politik di ranah digital, dengan pengguna aktif kedua platform tersebut secara aktif terlibat dalam menyebarkan informasi, mengkritik, atau mendukung calon yang mereka pilih. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana aktivisme politik di media sosial mempengaruhi opini publik, serta bagaimana pola interaksi antara pengguna dalam ranah politik digital tersebut memengaruhi dinamika demokrasi dan proses pemilihan umum secara keseluruhan.

Penelitian sebelumnya telah menyoroti peran media sosial dalam membentuk opini politik dan perilaku pemilih. Namun, dengan adanya debat calon presiden dan calon wakil presiden yang menjadi titik fokus perhatian publik, penting untuk mengeksplorasi bagaimana momen tersebut mempengaruhi intensitas dan jenis aktivisme politik yang muncul di media sosial, terutama di platform Twitter dan TikTok yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap diskusi politik daring.

Sebelum menjelang debat Pilpres 2024 di Indonesia, media sosial ternyata tengah diramikan oleh penyebaran berita hoaks tentang masa perpanjangan jabatan Jokowi-Ma'ruf tiga periode. Dimana hal ini tentu menjadi berita yang cukup menggemparkan, karena apabila Jokowi-Ma'ruf memperpanjang masa jabatannya otomatis akan dilakukan perubahan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 7 yang mengatur tentang masa jabatan Presiden dan Wakil Presiden. Namun, berita hoaks tersebut langsung mendapatkan respon dari Menteri komunikasi dan informatika dan menghimbau masyarakat agar tidak mudah diprovokasi oleh berita atau konten hoaks yang tersebar.

Sebelum debat berlangsung keadaan publik baik yang ada di platform Twitter maupun Tiktok terjadi perdebatan pro dan kontra. Topik yang sering dibahas adalah kinerja para calon presiden dan calon wakil presiden selama mereka berkecimpung dalam politik. Namun, Setelah debat Pilpres baik di platform Twitter maupun Tiktok ada yang mulai meragukan pasangan calon yang mereka dukung sebelumnya dan ada juga yang justru semakin yakin akan pilihan mereka terhadap pasangan calon tersebut.

Solusi-solusi yang dihadirkan oleh calon presiden dan calon wakil presiden dalam debat dapat mempengaruhi penilaian dan dukungan dari pengguna Twitter dan TikTok. Beberapa pengguna mungkin merasa bahwa solusi-solusi tersebut meyakinkan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga mereka semakin mendukung pasangan calon tersebut. Namun, ada juga yang mungkin meragukan keefektifan solusi-solusi tersebut atau merasa

bahwa solusi-solusi yang diusulkan tidak memadai, yang bisa membuat mereka meragukan dukungan mereka terhadap pasangan calon tersebut.

Dalam antusiasme debat capres yang sangat penting di Indonesia, setiap kandidat mengukir narasi mereka yang berbeda dengan latar belakang keprihatinan nasional. Anies Baswedan tampil tegas, memperjuangkan reformasi dan transparansi untuk merebut kembali kepercayaan publik terhadap pemerintahan. Adapun Prabowo Subianto, yang bergulat dengan warisan orang kuatnya, mendapati pijakannya diuji oleh lanskap politik yang menuntut ketangguhan dan pendekatan yang keras. Sedangkan Ganjar Pranowo menunjukkan kemampuan beradaptasi, menyeimbangkan dukungannya untuk inisiatif saat ini dengan dorongan untuk kemajuan yang bernuansa.

Pada debat pertama yang diselenggarakan di Gedung KPU Jakarta selatan pada Selasa, 12 Desember 2023, Beberapa ahli politik menganggap bahwa Anies Baswedan dan Prabowo Subianto mengalami persaingan sengit selama debat pertama. Sementara itu, Ganjar Pranowo dianggap tertinggal karena mengalami kebingungan dalam merancang citra visi dan misi (Purtanto, 2023). Berdasarkan hasil survei dari kelima Lembaga meliputi Indikator Politik, Survei LSI, LSI Denny JA, Litbang Kompas, dan Populi Senter, menggambarkan keunggulan telak Prabowo-Gibran. Dimana data dari Lembaga survei tersebut menyatakan bahwa pendukung Prabowo sekarang jumlahnya antara 45%, Ganjar-Mahfud sekitar 26% dan Anies-Muhaimin memperoleh hasil 24%.

Pada debat kedua pilpres paslon nomor urut satu dan nomor urut tiga bersaing sangat ketat, dengan kategori menjawab pertanyaan dengan jelas dan benar, menguasai permasalahan diskusi, dan penampilan kandidat di atas panggung. Namun elektabilitas secara keseluruhan posisi tertinggi masih diduduki oleh paslon nomor dua, dimana paslon nomor urut dua Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka memimpin dengan elektabilitas sebesar 43,7%, menjadi yang paling banyak dipilih oleh responden. Di peringkat kedua, pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, dengan elektabilitas mencapai 26,1%. Sementara itu, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD, menempati posisi terakhir dengan elektabilitas sebesar 19,4% (Tribunnews, 2023)

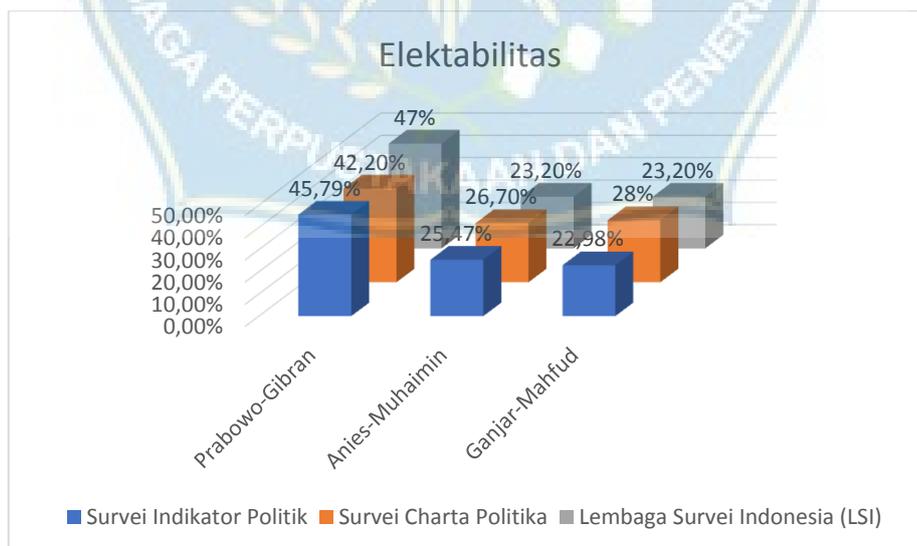
Sedangkan debat ketiga yang dilaksanakan pada tanggal 7 Januari 2024 cukup intens lantaran terjadi beberapa kali argumen dan saling sindir antar capres. Calon Presiden nomor urut 1 Anies Baswedan, tampaknya Anies secara aktif mengkritik kinerja Kementerian Pertahanan selama lima tahun terakhir, khususnya dalam era kepemimpinan Prabowo Subianto terkait pengelolaan alat utama sistem persenjataan yang sudah usang (alutsista bekas), program *food estate*, dan isu keamanan siber. Sedangkan Prabowo Subianto sendiri cenderung berfokus untuk melanjutkan program-program yang ada saat ini, Prabowo juga membantah beberapa data yang dibawa oleh Ganjar maupun Anies tentang kinerja Kemenham salah. Calon Presiden nomor urut 3 Ganjar Pranowo, cenderung mengutamakan peningkatan alokasi anggaran untuk Kementerian Pertahanan dan sumber daya terkait pertahanan

dan keamanan. Selain itu, ia menegaskan kepentingan agar Indonesia mempertahankan prinsip politik luar negeri bebas aktif (Pardede, 2024).

Debat pilpres ke empat berlangsung intens, dimana calon wakil presiden nomor urut 1 memperoleh nilai kepuasan sebanyak 61,2%, paslon nomor urut 2 mendapatkan nilai kepuasan 68,0% dan paslon nomor urut tiga memperoleh nilai kepuasan tertinggi yaitu 78,9%. (Sumarsono, 2024).

Debat terakhir Pilpres tanggal 4 Februari 2024 dengan tema kesejahteraan sosial, kebudayaan, pendidikan, teknologi informasi Kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia dan inklusi. Sebelumnya sejumlah Lembaga melakukan survei terhadap ketiga paslon Pilpres berdasarkan elektabilitas, di mana paslon nomor urut 2 tercatat berada pada peringkat atas, dilanjutkan dengan paslon nomor urut 1 dan nomor urut 3 (Widodo, 2024). Berikut merupakan bagan hasil survei dari ketiga Lembaga survey.

Grafik 1.1 Survei Elektabilitas



Sumber: *BangkaPos.com* 2024

Berdasarkan data di atas maka dapat di simpulkan bahwa pada hasil survei dari ketiga lembaga tersebut paslon dengan nomor urut 2 dapat mempertahankan elektabilitasnya di posisi atas, meskipun pada hasil survei Charta Politika dan Survei Indikat or Politik mengalami sedikit penurunan. Paslon nomor urut 1 mengalami peningkatan elektabilitas meskipun masih berada jauh di bawah paslon nomor urut 2 dan paslon nomor urut 3 mengalami kenaikan pada survei Indikator Politika dan Charta Politika, namun mengalami penurunan pada survei LSI sebesar 2,1% (Widodo, 2024).

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana debat publik dalam konteks pemilihan umum memengaruhi dinamika aktivisme politik di media sosial, serta dampaknya terhadap proses demokrasi dan partisipasi politik masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang penting dalam mengidentifikasi tren dan pola perilaku politik di era digital yang semakin berkembang pesat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan penelitian yang diungkapkan, di tentukan tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui Dinamika Aktivisme

Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat secara khusus perihal bagaimana aktivisme politik di media sosial Twitter dan Tiktok pasca debat capres dan cawapres 2024.

1. Manfaat Teoritis

- a) Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana aktivisme politik berkembang di platform media sosial, terutama Twitter dan TikTok. Ini dapat memperkaya pemahaman teoritis tentang peran media sosial dalam proses politik.
- b) Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada teori-teori yang mengkaji dinamika respons dan partisipasi pengguna di media sosial dalam merespons peristiwa politik, seperti debat pemilihan umum.

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini dapat membantu pemangku kepentingan politik dan media sosial untuk memahami faktor-faktor yang mendorong partisipasi aktivis di Twitter dan TikTok pasca debat. Hal ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif.

- b) Temuan penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan kebijakan publik yang lebih adaptif dan strategi kampanye yang lebih efektif. Pemahaman tentang tren dan pola aktivitas dapat membantu calon dan partai politik untuk menyusun pesan yang lebih relevan dan persuasif.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Tinjauan literatur sangat penting untuk memberikan dukungan dan menjadi syarat untuk kebaruan dari sebuah karya tulis. Dalam penulisan penulis saat ini, beberapa referensi sebelumnya digunakan, sangat terkait dengan lingkup, dengan tujuan membandingkan informasi yang ditemukan dan melengkapi komposisi. Untuk menilai kebaruan penulisan ini, penulis menggunakan perangkat lunak *VOSviewer* pada PC/laptop. *VOSviewer* berfungsi sebagai alat visualisasi untuk penulisan sebelumnya. Metode ini melibatkan penggunaan perangkat lunak *Publish or Perish* untuk mencari referensi yang relevan dalam penulisan sebelumnya, menyimpan semua referensi dalam format manajer referensi. Selanjutnya, data ini dimasukkan ke dalam *VOSviewer*, di mana istilah kunci dipilih dengan singkat, membuang kata-kata yang tidak penting untuk penulisan. Penulis menggunakan visualisasi jaringan dalam proses komposisi.

Gambar 2.1 Network Visualization



Sumber: *VOSviewer Analysis*

Penelusuran literatur dengan menggunakan frasa “*publish or perish*” mengungkapkan bahwa lebih dari 85 artikel jurnal yang meliputi kata kunci Aktivisme Politik; Media Sosial Twitter dan Tiktok; Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden, ditemukan antara tahun 2013 hingga 2023. Langkah selanjutnya adalah mengelola artikel-artikel tersebut menggunakan *Vosviewer*. Dari hasil olah data *Vosviewer* di temukan 13 poin utama yang dijadikan peneliti sebagai penelitian terdahulu, di atantaranya penelitian tentang Dukungan Sosial Warganet Di Twitter Terhadap Gaya Komunikasi Pasangan Calon Presiden Pada Debat Pemilu 2019 (Juditha, 2019), Pengalaman Informasi Pemilih Pemula Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Politik dalam Menentukan Pilihan Calon Presiden (Prasetyawan, 2020), Pengaruh Debat Calon Presiden/Wakil Presiden Terhadap Preferensi Pemilih Pemula

pada Pilpres 2019 (Bayu, 2020), dan Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres (Firmansyah et al., 2017). Dimana, pada *cluster* pertama berwarna navy terdapat 4 link yang membahas tentang calon, media massa, debat, dan kandidat calon presiden. Selanjutnya dapat di lihat pada *cluster* kedua berwarna biru terdapat 3 link yang membahas tentang pasangan calon presiden dan wakil presiden, pilpres dan calon wakil presiden. Pada cluster ketiga berwarna hijau terdapat 3 link yang membahas tentang Indonesia, politik, dan masyarakat. Pada cluster 4 berwarna kuning terdapat 3 link yang membahas tentang pemerintah, sosial medium dan calon legislatif.

Berdasarkan gambar visualisasi yang di temukan sudah ada yang mengkaji riset mengenai Aktivisme Politik, Media Sosial Twitter, Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden yang ditandai dengan warna hijau, dimana garis penghubung antara ketiga item lumayan pendek. Artinya hubungan antara ketiga dekat dan sudah banyak yang menguji. Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu terletak pada subjek, objek dan tahun penelitian dimana penelitian sebelumnya lebih mengarah pada mengamati cara komunikasi dari calon presiden dan wakil presiden dari perspektif warganet melalui platform media sosial Twitter menggunakan teknik analisis konten. Kebaharuan penelitian yang peneliti lakukan juga terletak pada teori yang peneliti lakukan dengan sebelumnya berbeda.

Penelitian yang dikaji peneliti lebih mengarah pada kebaruan analisis perubahan dan pola aktivitas politik yang terjadi di media sosial Twitter dan Tiktok. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dikaji untuk melihat aktivisme politik media sosial Twitter dan Tiktok pasca debat calon presiden dan calon wakil presiden pada pemilihan umum tahun 2024 dengan mengklasifikasikan opini baik itu dari opini negatif, netral dan positif.

Peneliti menggunakan platform Twitter dan Tiktok dikarenakan kedua platform media sosial tersebut merupakan platform yang paling mudah pengambilan sampel datanya dan paling diminati oleh para remaja atau generasi Z. Berdasarkan data pemilu, KPU menyatakan bahwa pemilihan kali ini yang paling mendominasi adalah para pemilih pemula. Maka dari itu, peneliti menggunakan platform media sosial Twitter dan Tiktok untuk melihat interaksi atau partisipasi para pengguna khususnya pemilih pemula pada masa debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada pemilihan umum 2024.

B. Tinjauan Teori

1. Aktivisme Politik

Aktivisme politik merujuk pada serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mempengaruhi, merubah, atau mempertahankan kebijakan, tatanan politik, atau nilai-nilai politik dalam suatu masyarakat. Aktivisme politik mencakup berbagai bentuk partisipasi, termasuk demonstrasi, kampanye, penulisan opini, lobbying,

dan penggunaan media sosial (Widianto, 2018). Beberapa karakteristik kunci dari aktivisme politik melibatkan niat untuk mencapai perubahan, ekspresi pandangan politik, dan upaya untuk memobilisasi dukungan.

Dalam beberapa dekade terakhir, literatur mencerminkan bahwa sifat aktivisme politik telah mengalami perubahan signifikan, dengan generasi muda menjadi kelompok yang kemungkinan besar memimpin dalam beradaptasi dengan bentuk-bentuk ekspresi politik, mobilisasi, dan keterlibatan yang lebih baru (Wulf et al., 2013).

Carlisle dan Patton, Luengo, Vaccarietal, dan Rahmawati menunjukkan bagaimana media sosial dan internet telah mengubah cara masyarakat berpartisipasi dalam aktivisme politik. Puspitasari, Maliki dan Satria mengkaji bagaimana elit politik menggunakan media sosial untuk menjalankan kampanye dan menggalang dukungan dari masyarakat umum (Kholid et al., 2015)

Berikut merupakan beberapa aspek aktivisme politik yang mencakup berbagai elemen yang membentuk karakteristik dan dinamika dari partisipasi politik masyarakat, yaitu;

a. Repertoar Tindakan Politik

Hal ini mengacu pada beragam cara di mana individu atau kelompok mengekspresikan dukungan atau ketidaksetujuan mereka terhadap isu-isu politik. Repertoar ini dapat melibatkan demonstrasi jalanan, kampanye online, petisi, kampanye publik, atau partisipasi dalam pemilihan.

b. Generasi dan Perubahan

Perubahan dalam aktivisme politik sering kali terkait dengan adaptasi generasi muda terhadap bentuk-bentuk baru dari ekspresi politik. Generasi muda sering menjadi pionir dalam menggunakan teknologi, media sosial, dan pendekatan lain yang lebih modern dalam memobilisasi dukungan politik.

c. Media Sosial

Penggunaan platform media sosial telah menjadi aspek penting dari aktivisme politik modern. Ini memberikan wadah bagi individu dan kelompok untuk menyuarakan pandangan mereka, memobilisasi massa, dan berpartisipasi dalam dialog politik yang luas.

d. Agensi dan Organisasi

Struktur organisasi, atau agensi, memainkan peran kunci dalam membentuk dan mengoordinasikan aktivitas politik. Ini mencakup partai politik, kelompok advokasi, serikat pekerja, dan organisasi lain yang menyediakan platform untuk mobilisasi politik.

e. Dinamika Perubahan Kebijakan

Aktivisme politik juga dapat memengaruhi perubahan dalam kebijakan pemerintah. Melalui tekanan politik dan kampanye, kelompok aktivis sering kali berperan dalam membentuk agenda kebijakan dan memengaruhi keputusan politik.

Dengan memahami dan menganalisis aspek-aspek ini, kita dapat memperoleh wawasan mendalam tentang bagaimana partisipasi politik dan aktivisme berkembang dalam masyarakat.

Aktivisme politik di media sosial telah menjadi fenomena signifikan dalam beberapa tahun terakhir, membentuk wacana publik dan memengaruhi hasil politik. Berikut adalah beberapa indikator tentang aktivisme politik di media sosial yang dikembangkan oleh Zizi Papacharissi, yaitu sebagai berikut:

a. Metrik Keterlibatan

Metrik keterlibatan mencakup jumlah suka, bagikan, komentar, dan retweet pada postingan yang terkait dengan isu politik. Tingkat keterlibatan yang tinggi menandakan partisipasi aktif dan minat dalam diskusi politik.

b. Penggunaan *Hashtag*

Penggunaan *hashtag* khusus terkait dengan gerakan atau penyebab politik dapat menandakan partisipasi dalam aktivisme online. Memantau frekuensi dan jangkauan dengan menggunakan *hashtag* dapat memberikan wawasan tentang tingkat keterlibatan politik di platform media sosial.

c. Analisis Konten

Menganalisis konten pada postingan yang dibagikan di media sosial dapat mengungkap tema, sentimen, dan ideologi yang dominan dalam wacana politik online. Konten yang terkait dengan keadilan

sosial, aktivisme, dan peristiwa politik sering kali mendapatkan perhatian dan interaksi yang signifikan.

d. Analisis Jaringan

Memeriksa hubungan dan interaksi antara pengguna di platform media sosial dapat membantu mengidentifikasi pengaruh utama, komunitas, dan jaringan yang terlibat dalam aktivisme politik. Memahami struktur jaringan ini dapat memberikan wawasan tentang penyebaran pesan politik dan upaya mobilisasi.

e. Pola Temporal

Pola temporal merupakan analisis untuk memantau waktu dan frekuensi diskusi politik dan aktivisme di media sosial dapat mengungkapkan tren, peristiwa, dan momen aktivitas yang meningkat, seperti selama pemilihan atau protes.

f. Analisis Sentimen

Menganalisis sentimen yang diungkapkan dalam postingan media sosial terkait dengan isu politik dapat membantu mengukur pendapat publik dan sikap terhadap aktor politik, kebijakan, dan peristiwa yang berbeda.

Dengan memeriksa indikator ini, peneliti dan analis dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dinamika aktivisme politik di platform media sosial dan dampaknya pada proses politik yang lebih luas dan hasilnya.

2. Ruang Publik (*Public Sphere*)

Ruang publik, sebagaimana didefinisikan oleh pemikiran Habermas, merujuk pada sebuah arena yang dapat diakses secara bebas dan tanpa batasan, terlepas dari tekanan kekuasaan negara dan ekonomi. Dalam ruang ini, warga negara berpartisipasi dalam diskusi politik dengan tujuan mencapai pemahaman bersama terkait kepentingan umum yang lebih luas. Konsep dasar ruang publik ini merangkum gagasan bahwa interaksi di dalamnya dilandasi oleh kebebasan berbicara dan kesetaraan, memungkinkan masyarakat untuk berkontribusi secara aktif dalam proses pembentukan opini dan pengambilan keputusan politik (Simarmata, 2014).

Habermas menekankan bahwa ruang publik harus berfungsi sebagai wadah yang independen, di mana masyarakat dapat mengatasi ketidaksetaraan dan dominasi kekuasaan. Dalam ruang ini, ide-ide dan argumen dapat diperdebatkan secara rasional, melibatkan partisipasi aktif dari berbagai kelompok dan individu. Kebebasan untuk menyampaikan pendapat, mendengar perspektif yang berbeda, dan mencapai kesepakatan bersama adalah elemen-elemen kunci dari ruang publik yang efektif (Supriadi, 2017).

Pentingnya ruang publik dalam konteks ini adalah sebagai wahana untuk mencapai konsensus yang dihasilkan melalui dialog dan diskusi terbuka. Habermas percaya bahwa keberhasilan suatu masyarakat demokratis bergantung pada keberadaan ruang publik yang sehat dan

fungsional, di mana berbagai pandangan dapat saling berhadapan tanpa adanya dominasi atau distorsi oleh kekuasaan politik atau ekonomi (Khatami, 2022). Dengan demikian, ruang publik merupakan fondasi bagi pembentukan opini publik yang cerdas dan partisipasi politik yang efektif.

Habermas menjelaskan prakondisi terbentuknya ruang publik yaitu sebagai berikut;

- a. Sejauh mana kekuatan pasar menjadi dasar bagi eksistensi ruang publik.
- b. Sejauh mana ruang publik dapat beroperasi secara independen dan terbebas dari intervensi politik baik dari pihak negara maupun pasar.

Secara garis besar ruang publik dapat dideskripsikan dalam tiga ranah kata kuncinya (Jati, 2016), yaitu sebagai berikut:

- a. Pertama, sebagai arena yang mencerminkan bahwa ruang publik bertindak sebagai tempat untuk fasilitasi komunikasi antar anggota masyarakat.
- b. Kedua, ruang publik dianggap sebagai publik itu sendiri, menyoroti peran sentral masyarakat sebagai aktor utama dalam proses demokrasi.
- c. Ketiga, ruang publik dapat dipandang sebagai agen yang signifikan, berfungsi sebagai alat penting untuk menyampaikan aspirasi yang berasal dari tingkat masyarakat yang lebih bawah.

Dengan cara ini, ruang publik tidak hanya menjadi panggung dialog dan pertukaran ide, tetapi juga mencerminkan partisipasi aktif publik

dalam menyuarkan kepentingan mereka dan memengaruhi proses keputusan politik.

3. Analisis Sentimen Media Sosial

Analisis sentimen adalah suatu proses di mana data teks dipahami dan diolah secara otomatis untuk memperoleh informasi. Tujuan dari analisis sentimen adalah untuk mengidentifikasi opini yang terkandung dalam suatu kumpulan data terkait subjek dan objek tertentu, seperti individu, organisasi, atau produk (Alita & Isnain, 2020). Pertumbuhan pesat dalam bidang penelitian dan aplikasi analisis sentimen tercermin dari dampak dan manfaat yang luas.

Proses analisis sentimen melibatkan klasifikasi, namun, tidak sepraktis klasifikasi teks konvensional. Ini karena penggunaan bahasa yang seringkali mengandung kata-kata ambigu, ketiadaan intonasi dalam teks, dan perkembangan bahasa itu sendiri. Oleh karena itu, analisis sentimen memerlukan pendekatan yang lebih canggih untuk mengatasi kompleksitas bahasa dan memahami nuansa opini yang tersembunyi dalam teks (Juanita, 2020).

Proses analisis sentimen melibatkan pengembangan metode untuk mengumpulkan dan mengevaluasi komentar serta pendapat terkait undang-undang, kebijakan, dan sejenisnya yang dipublikasikan di media sosial. Banyak pengguna internet mengungkapkan pengalaman, opini, dan perhatian mereka melalui tulisan. Ungkapan tentang perasaan ini dapat

berupa positif, netral, atau negatif, disampaikan dengan kompleksitas bahasa yang bervariasi (Arief & Imanuel, 2019).

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir memegang peranan penting dalam pengembangan beragam pengertian yang diperoleh dari teori-teori yang digunakan dalam penelitian sebagai landasan. Selain itu, kerangka pikir berfungsi untuk menghubungkan teori-teori tersebut dengan kerangka masalah penelitian (Hermawan, 2019).

Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis sentimen untuk mengevaluasi dan menggali informasi mengenai pendapat seseorang dalam Aktivisme Politik Media Sosial di Indonesia dengan platform Twitter dan TikTok, khususnya terkait dengan calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia untuk periode 2024-2029. Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan opini tersebut ke dalam kategori positif, netral, atau negatif.

2.2 Kerangka Pikir



D. Fokus Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu untuk klasifikasi opini negatif, netral dan positif pada media sosial twitter dan tiktok.

E. Deskripsi Fokus Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti, kemudian akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Metrik Keterlibatan

Metrik keterlibatan merupakan parameter untuk mengukur tingkat partisipasi atau interaksi pengguna dengan konten tertentu di media sosial. Dalam konteks aktivisme politik di media sosial pada platform Twitter dan Tiktok, metrik keterlibatan digunakan untuk mengukur sejauh mana konten politik berhasil menarik perhatian dan menggerakkan respon dari pengguna.

Twitter cenderung menjadi platform untuk berita, analisis, dan diskusi mendalam, sementara TikTok lebih menonjol dalam hal kreativitas visual dan penyebaran pesan melalui video pendek. Keterlibatan pengguna di kedua platform ini dapat memperkuat kampanye politik dan memengaruhi opini publik melalui retweet, like, komentar, dan partisipasi dalam tantangan atau polling.

2. Penggunaan *Hashtag*

Penggunaan *hashtag* merupakan penambahan tanda pagar (#) pada sebuah kata atau frasa tertentu dalam postingan atau kiriman di media

sosial. Tujuan utama penggunaan *hashtag* yaitu untuk memudahkan seseorang dalam menemukan pesan atau konten yang terkait dengan topik yang sama, baik pada Twitter maupun Tiktok. Penggunaan *hashtag* pada aktivisme politik di media sosial Twitter dan Tiktok merupakan salah satu strategi yang penting untuk meningkatkan visibilitas, memobilisasi dukungan dan memperluas jangkauan pesan politik.

3. Analisis Konten

Analisis konten merupakan indentifikasi tren maupun pola pada media sosial. Hal ini dilakukan agar seseorang dapat memahami dinamika aktivisme politik di media sosial Twitter dan Tiktok, serta membantu dalam merancang starategi komunikasi yang lebih efektif untuk memobilisasi dukungan atau memperkuat pesan politik dan partisipasi publik dalam proses politik.

4. Analisis Jaringan

Analisis jaringan merupakan proses untuk mengungkapkan struktur, pola komunikasi dan dinamika interaksi antar pengguna di media sosial Twitter dan Tiktok. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana aktivisme politik berkembang dan tersebar melalui jaringan media sosial.

5. Pola Temporal

Pola tempotal merupakan pola atau tren yang berkaitan dengan waktu. Dalam konteks aktivisme politik di media sosial seperti Twitter dan Tiktok, pola temporal mengacu pada pola atau tren dalam aktivisme politik yang

terjadi seiring waktu atau dengan kata lain pola temporal dapat membantu dalam menggambarkan dinamika perubahan opini publik dan partisipasi politik dari waktu ke waktu.

6. Analisis Sentimen

Analisis sentimen adalah proses untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memahami sentimen atau opini yang terkandung dalam teks, postingan, atau konten lainnya di media sosial atau dalam dokumen teks lainnya. Dalam konteks aktivisme politik di media sosial seperti Twitter dan Tiktok, analisis sentimen melibatkan penilaian terhadap sikap atau pengguna terhadap isu-isu politik tertentu, kandidat, atau Gerakan politik.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan setelah adanya surat izin penelitian dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Pemilihan periode waktu tersebut dipilih karena dianggap efektif untuk mencari dan mengumpulkan data yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti harus menjaga konsistensi sepanjang periode penelitian untuk memastikan data yang dikumpulkan tetap relevan dan tidak kehilangan konteks.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan deskriptif analisis yang bertujuan untuk membandingkan para aktivisme politik di media sosial Twitter dan Tiktok terhadap ketiga pasangan calon presiden dan calon wakil presiden di Indonesia pada pemilihan umum 2024. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk jurnal, publikasi, serta analisis konten yang berkaitan dengan debat ketiga antara pasangan calon presiden dan calon wakil presiden.

Menurut Mulyana (2016), metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti yang didasarkan pada logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mempertahankan keunikan dan substansi perilaku manusia serta

menganalisis kualitasnya, daripada mengubahnya menjadi entitas-entitas yang dapat diukur secara kuantitatif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian yang menggunakan metode kualitatif adalah untuk mendapatkan data yang komprehensif sesuai dengan fakta dan konsisten terkait aktivisme politik di media sosial pasca debat calon presiden dan calon wakil presiden.

2. Tipe Penelitian

Metode kualitatif dengan analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran terperinci tentang aspek yang sudah diketahui maupun yang belum diketahui terkait pasca debat capres dan cawapres pada pemilihan umum 2024. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk melakukan studi pustaka atau studi literatur dengan mengumpulkan referensi dari artikel dan jurnal ilmiah yang relevan dengan landasan teori.

C. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang menggunakan studi komparatif, sumber utama data diperoleh dari berbagai sumber yaitu sebagai berikut:

1. Media sosial (Twitter dan Tiktok)

Sumber data dari media sosial Twitter dan Tiktok diperoleh dengan melakukan analisis terhadap konten-konten dari kedua platform tersebut, terkait opini masyarakat pasca debat pilpres di Indonesia tahun 2024. Data diperoleh dari akun Twitter dan Tiktok dengan mengambil 5 sampel secara acak berdasarkan jumlah tontonan tertinggi dari kedua platform.

Akun yang dijadikan peneliti sebagai sampel penelitian pada platform Twitter yaitu, kompas Tv, TvOnenews, Agus Susanto IV, kekekhahal, dan katadata.co.id. sedangkan akun yang dijadikan peneliti sebagai sampel penelitian pada platform Tiktok yaitu, officialnews, kompastvnews, tribunkaltim.co, kumparan, dan narasi.

2. Jurnal Ilmiah

Sumber data dari jurnal ilmiah diperoleh dengan melakukan analisis jurnal-jurnal terkait pemilu maupun debat yang tersedia sebelumnya. Jurnal ilmiah dapat menjadi sumber data maupun informasi untuk memastikan kualitas dan validitas data.

3. Artikel

Sumber data dari artikel diperoleh dengan mengamati atau menganalisis terkait artikel-artikel dari *google* atau media yang menyediakan informasi terkait pemilu selama debat pilpres dan proses pemilu di Indonesia tahun 2024.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang akan dilakukan peneliti ini merupakan penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan pemahaman dan penjelasan menyeluruh tentang peristiwa sosial dengan menafsirkan pengaturan, pengalaman, dan sudut pandang dari mereka yang terlibat langsung dalam kejadian tersebut. Penelitian kualitatif berpusat pada signifikansi, konstruksi sosial, dan kerumitan topik yang sedang diperiksa (Ardiansyah et al., 2023).

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, studi literatur dan dokumen, dan analisis audiovisual yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik observasi yang akan dilakukan berasal dari observasi di media sosial. Teknik observasi di media sosial merujuk pada proses pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan dengan memantau dan mengamati interaksi, percakapan, dan konten yang terjadi di platform media sosial Twitter dan Tiktok.

2. Studi Pustaka dan Dokumen

Penelitian ini menggunakan studi literatur dan dokumentasi dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari sumber-sumber seperti jurnal ilmiah, artikel dan dokumen-dokumen yang terkait dengan debat pilpres di Indonesia tahun-tahun sebelumnya maupun pada tahun 2024.

3. Analisis Audiovisual

Analisis audiovisual adalah analisis data dari konten audio dan visual, seperti rekaman video atau presentasi multimedia. Tujuan dari analisis ini untuk menerapkan Teknik analisis kritis dan interpretative untuk memahami pesan, substansi, dan dampak dari media tersebut. Teknik audiovisual dilakukan dengan cara memasukkan data rekaman video gambar maupun suara kedalam aplikasi analisis data yaitu Nvivo 12 Plus, kemudian melakukan penyaringan kata pada setiap audio yang dianalisis.

E. Teknik Analisis Data

Data penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang bermutu atau data yang kredibel. Menurut Amir Hamzah analisis data merupakan proses sistematis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta sumber informasi lainnya menjadi suatu bentuk yang mudah dipahami. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan analisis isi. Selanjutnya, peneliti menggunakan alat analisis data kualitatif yang disebut Nvivo12+ untuk membantu visualisasi hasil dari riset kualitatif tersebut.

Peneliti menggunakan Nvivo untuk menguji seberapa akurat data yang diperoleh dari platform media sosial Twitter dan Tiktok. Kemudian data diolah dalam bentuk diagram, tabel, grafik dan lain-lain sebagainya, Nvivo digunakan agar peneliti dapat memvisualisasikan data yang diperoleh. Media sosial adalah sumber data yang kaya dengan beragam jenis informasi, termasuk teks, gambar, dan video. NVivo memungkinkan peneliti untuk memahami data ini dengan lebih mendalam, mengidentifikasi pola, tema, dan tren yang mungkin tidak terlihat secara langsung.

Cara menggunakan NVivo12+ yaitu:(1) Mulailah dengan membuka perangkat lunak NVivo 12+ yang telah diinstal pada desktop Personal Network Anda. (2) NCapture: Untuk mengambil data menggunakan NCapture, termasuk untuk penelitian berbasis literature review buka web browser dan carilah publikasi yang tersedia. (3) Setelah menemukan publikasi

yang diinginkan, klik ikon "NCapture" di sisi kanan *browser*. Klik "*Capture*" untuk menyimpan halaman publikasi tersebut. Proses *Coding*: Setelah mengambil file NCapture, imporlah file tersebut ke dalam NVivo dengan mengklik ikon "NCapture" dalam perangkat lunak NVivo. Selanjutnya, buat *node* (simpul) dan *cases* (kasus), dengan menambahkan *node* yang relevan dengan riset Anda. Blokirlah kalimat-kalimat yang dianggap relevan dengan *node* yang telah dibuat sebelumnya. (4) Setelah semua kalimat atau paragraf relevan telah diblok, lanjutkan dengan mengklik menu "*Explore*" yang terletak di bagian atas perangkat lunak NVivo untuk menjelajahi dan menganalisis data yang telah dikumpulkan.

F. Teknik Pengabsahan Data

Validasi data memastikan bahwa apa yang diamati dan dievaluasi oleh penulis konsisten dengan data saat ini dan secara akurat mencerminkan apa yang sebenarnya terjadi. Hal ini dilakukan oleh para peneliti untuk memastikan bahwa informasi tersebut dapat diandalkan untuk pembaca dan subjek penelitian. Triangulasi data adalah teknik untuk menggabungkan data dari beberapa sumber dengan berbagai metode dan pengaturan waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber data, triangulasi teknik pengumpulan data, triangulasi waktu untuk memastikan pengakuratan penelitian.

1. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data untuk menguji kebenaran suatu data, triangulasi sumber data melibatkan pemeriksaan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti studi pustaka dan media sosial

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji data yang dikumpulkan dari sumber yang sama menggunakan berbagai metode untuk menilai keandalan data.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sudut pandang lebih lengkap terkait penelitian yang dilakukan. Dengan membandingkan data dari waktu yang berbeda, peneliti dapat mengidentifikasi tren, pola, atau perubahan dari waktu ke waktu.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab ini peneliti akan memberikan gambaran terkait fokus penelitian yaitu Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024.

1. Gambaran Pemilihan Umum di Indonesia 2024

Salah satu karakteristik negara demokrasi adalah pelaksanaan pemilihan umum (pemilu), dan Indonesia adalah salah satu negara yang menerapkan sistem demokrasi dengan melakukan pemilihan umum (Alamsyah, 2013). Pemilihan umum (pemilu) merupakan sarana pelaksanaan untuk mengekspresikan kedaulatan rakyat, yang didasarkan pada prinsip langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilu adalah salah satu bentuk konkret dari demokrasi prosedural, di mana rakyat berpartisipasi dalam proses tersebut sebagai manifestasi dari sistem pemerintahan yang demokratis (Handita & Anggraini, 2021).

Pasal 22E Ayat (1) Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 mengatur mengenai penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu), yang menyatakan bahwa pemilu harus dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali. Sebelumnya, pemilu terakhir diadakan pada tahun 2019. Oleh karena itu, berdasarkan ketentuan tersebut, pemilu selanjutnya dijadwalkan akan diselenggarakan pada tahun 2024 (Arif Prasetyo et al., 2022).

Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024, yang dikenal juga sebagai Pilpres 2024, merupakan pemilihan umum kelima di Indonesia yang bertujuan untuk menentukan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia. Pemilihan ini diadakan dengan tujuan untuk memilih pemimpin negara untuk masa jabatan 2024–2029 dan dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2024. Pilpres ini menjadi ajang politik untuk menentukan penerus Joko Widodo, yang akan mengakhiri masa jabatannya setelah dua periode sebagai presiden dan tidak dapat mencalonkan diri lagi sesuai konstitusi. Pemilihan umum ini akan dilaksanakan bersamaan dengan pemilihan umum anggota DPR RI, DPD RI, dan DPRD di seluruh Indonesia. Sedangkan, pemilihan umum kepala daerah baru dijadwalkan akan diselenggarakan pada tanggal 27 November 2024 (Wikipedia, 2024).

2. Profil Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024

a. Anies Baswedan dan Muhaimin

Calon presiden H. Anies Rasyid Baswedan, S.E.,M.P.P.,Ph.D atau kerap disapa Anies, lahir pada tanggal 7 Mei 1969. Anies merupakan akademisi, aktivis, dan politikus Indonesia yang menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022. Ia pernah menjabat sebagai Rektor Universitas Paramadina selama 8 tahun dan pencetus dari gerakan Indonesia mengajar (Sinaga et al., 2023). Pada bulan Oktober 2022, Anies menyatakan kesiapannya untuk maju sebagai kandidat Presiden Indonesia dalam pemilihan presiden tahun 2024.

"Saya siap maju sebagai presiden seandainya ada partai politik mencalonkan," kata Anies kepada Reuters dalam wawancara pada hari Jumat di Singapura. (Dikutip dari Kompas.com) 17/02/2024.

Sebagaimana pada gambar 4.1 sebagai berikut:

Gambar 4.1 Anies Baswedan Nyatakan Siap Maju Capres 2024



Sumber: Kompas.com 2024

Anies Baswedan menyatakan bahwa dirinya siap untuk maju sebagai Capres yang akan dilakukan pada tahun 2024, meskipun pada saat itu Anies belum mengamankan tiket dari partai politik manapun dan hal itulah yang membuatnya leluasa berkomunikasi dengan seluruh faksi.

Hingga pada tahun yang sama, Anies menerima mandat dari partai NasDem untuk maju sebagai Capres 2024, Sebagaimana yang Anies Baswedan katakan se usai pidato ketua umum partai NasDem Surya Palo Senin (03/10/2022), sebagai berikut;

“Dengan memohon ridho kepada Allah, dengan memohon petunjuk dari-Nya dan dengan seluruh kerendahan hati, *bismillahirrahmanirrahim*, kami terima dan bersiap menjawab tantangan itu”. (Dikutip dari detik.com) 17/02/2024.

Sebagaimana pada gambar 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4.2 Anies Terima Mandat Jadi Capres NasDem



Sumber: detikcom 2024

Kemudian, pada bulan Oktober 2022, Partai NasDem secara resmi mendeklarasikan Anies sebagai bakal calon Presiden, beberapa bulan sebelum dimulainya tahapan resmi pemilihan presiden.

Muhaimin atau dikenal dengan nama sebutan cak imin merupakan calon wakil presiden nomor urut 1 yang berpasangan dengan Anies Baswedan. Nama asli dari wakil Anies tersebut yaitu Dr. (H.C.) Drs. H. Abdul Muhaimin Iskandar, M.Si. Beliau lahir di Jombang, Jawa Timur pada tanggal 24 September 1966, beliau Seorang politikus Indonesia

yang telah menjabat sebagai Wakil Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia sejak tahun 2019, dan Ketua Umum Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) sejak tahun 2005. Sebelumnya, ia pernah menjabat sebagai Wakil Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dari tahun 1999 hingga 2009, Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia dari tahun 2009 hingga 2014, dan Wakil Ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia dari tahun 2018 hingga 2019. Kiprah politiknya dimulai ketika ia terlibat dalam Pemilu 1999 dan berhasil menduduki kursi legislatif mewakili Sidoarjo, Jawa Timur.

Pada tanggal 29 Agustus 2023, ketua umum Partai NasDem Surya Palo secara sepihak menetapkan Muhaimin sebagai bakal calon wakil Presiden yang akan mendampingi Anies Baswedan untuk maju di pilpres 2024 (Studi et al., 2023). Hingga pada tanggal 1 September 2023, calon presiden Anies Baswedan mengumumkan Muhaimin sebagai calon wakil presiden dalam pemilihan umum Presiden Indonesia 2024. Sebagaimana pernyataan Cak Imin pada silaturahmi dengan para tokoh ulama di wilayah Brebes Jawa Tengah, yaitu sebagai berikut:

"Ya saya rasa itu sebagai tantangan, saya siap. Tapi harus bersabar dulu karena Pilpres masih lama. Kita tunggu perkembangan nanti seperti apa terkait peta politiknya," ujar Cak Imin dalam keterangannya,

"Hingga saat ini, kepengurusan PKB di daerah-daerah masih solid. Dan jika nantinya maju maka untuk mencari figur Capres, PKB akan berkoordinasi dengan parpol lainnya untuk berkoalisi," kata Cak Imin. Senin (Dikutip dari Liputan 6) 17/02/2024.

Adapun gambar 4.3 sebagai berikut:

Gambar 4.3 Cak Imin Nyatakan Siap Maju di Pilpres 2024

Cak Imin Nyatakan Siap Maju Jadi Capres di Pilpres 2024



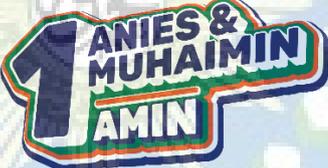
Sumber: Liputan 6 2024

Cak Imin mengatakan, maju sebagai Cawapres dalam ajang pilpres 2024 sebagai tantangan. Kendati begitu, wakil DPR RI itu mengaku tidak mau tergesa-gesa dalam mengambil keputusan. Cak Imin mengkalim, selama ini kader PKB di seluruh daerah mengharapkan dan mendukung agar dirinya maju sebagai Capres di tahun 2024. Karena itu, PKB akan menggalang kekuatan dengan partai politik lainnya untuk berkoalisi.

Sebelum pengumuman ini, PKB telah menyetujui untuk mendukung Prabowo Subianto dalam pemilu, sehingga PKB memutuskan untuk keluar dari koalisi. Menyikapi pengumuman tersebut, Partai Demokrat di bawah pimpinan mantan presiden Susilo Bambang Yudhoyono mencabut dukungannya terhadap pencalonan Anies.

Table 4.1 Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden

Nomor Urut 1

Kandidat Nomor Urut 1 Koalisi Perubahan	
Anies Baswedan (Calon Presiden)	Muhaimin Iskandar (Calon Wakil Presiden)
	
Gubernur DKI Jakarta (2017-2022)	Wakil Ketua DPR RI (2019- 2024)
Gabungan Partai Politik Pengusung:	
	
	

Sumber: Wikipedia, 2024

b. Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming

Letnan Jenderal TNI (Purn) Datuk Seri H. Prabowo Subianto Djojohadikusumo, atau kerap disapa Prabowo Subianto lahir di Jakarta, pada tanggal 17 Oktober 1951. Beliau merupakan seorang politikus, wirausahawan dan perwira tinggi militer Indonesia, Prabowo merupakan Ketua Umum Partai Gerindra. Pada tahun 2014 bersama Hatta Rajasa, Prabowo maju sebagai calon Presiden Indonesia ketujuh. Namun, diungguli oleh pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla (Herpamudji,

2015). Lalu pada tahun 2019 Prabowo menyatakan akan kembali maju sebagai calon Presiden berpasangan dengan Sandiaga Uno pada pemilihan umum 2019, namun lagi-lagi Prabowo berhasil dikalahkan oleh pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Prabowo dilantik sebagai Menteri Pertahanan ke-26 Republik Indonesia pada tanggal 23 Oktober 2019, dan menjabat dalam Kabinet Indonesia Maju untuk periode 2019 hingga 2024 (Alvin, 2019).

Prabowo mengumumkan kesediaanya maju pada pilpres 2024 di hadapan ribuan kader dalam Rapat pimpinan Nasional (Rapimnas) Partai Gerindra di Sentul *Internasional Convention Center*, Bogor, Jawa Barat pada hari Jumat (Wijaya, 2022). Sebagaimana yang Prabowo katakan pada rapat tersebut, yaitu berikut:

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dengan penuh rasa tanggung jawab saya menerima permohonan saudara untuk bersedia dicalonkan sebagai calon presiden Republik Indonesia,” kata Prabowo dihadapan ribuan kader. (Dikutip dari Kompas.com dan Tempo.com) 22/02/2024.

Adapun gambar sebagai berikut:

Gambar 4.4 Prabowo Umumkan Maju di Pilpres 2024 Sebagai Capres



Sumber: Kompas.com dan Tempo.co 2024

Pada tanggal 22 Oktober 2022, Prabowo menunjuk Gibran Rakabuming sebagai calon wakil presiden, di mana Prabowo yang menunjuk langsung putra Joko Widodo untuk maju bersamanya sebagai calon presiden dan calon wakil presiden pada pemilihan umum 2024.

Nama Gibran diumumkan langsung oleh Prabowo usai pertemuan delapan ketua umum Koalisi Indonesia Maju (KIM) di kediamannya, Prabowo menyatakan pencalonan Gibran sudah diputuskan secara aklamasi, konsensus dan final oleh delapan partai pengusung. Sebagai dikutip dari salah satu berita pada Minggu, 22 Oktober 2022, yaitu sebagai berikut:

“Kita telah berembuk secara final, secara konsesus, seluruhnya sepakat mengusung Prabowo Subianto sebagai presiden KIM, untuk 2024-2029, dan saudara Gibran Rakabuming Raka sebagai cawapres dari KIM,” (Dikutip dari CNN Indonesia) 22/02/2024

Adapun gambar sebagai berikut:

Gambar 4.5 Prabowo Umumkan Gibran Cawapres di Pilpres 2024

Home > Nasional > Pemilu

Pernyataan Lengkap Prabowo Umumkan Gibran Cawapres di Pilpres 2024

CNN Indonesia

Minggu, 22 Okt 2023 22:25 WIB



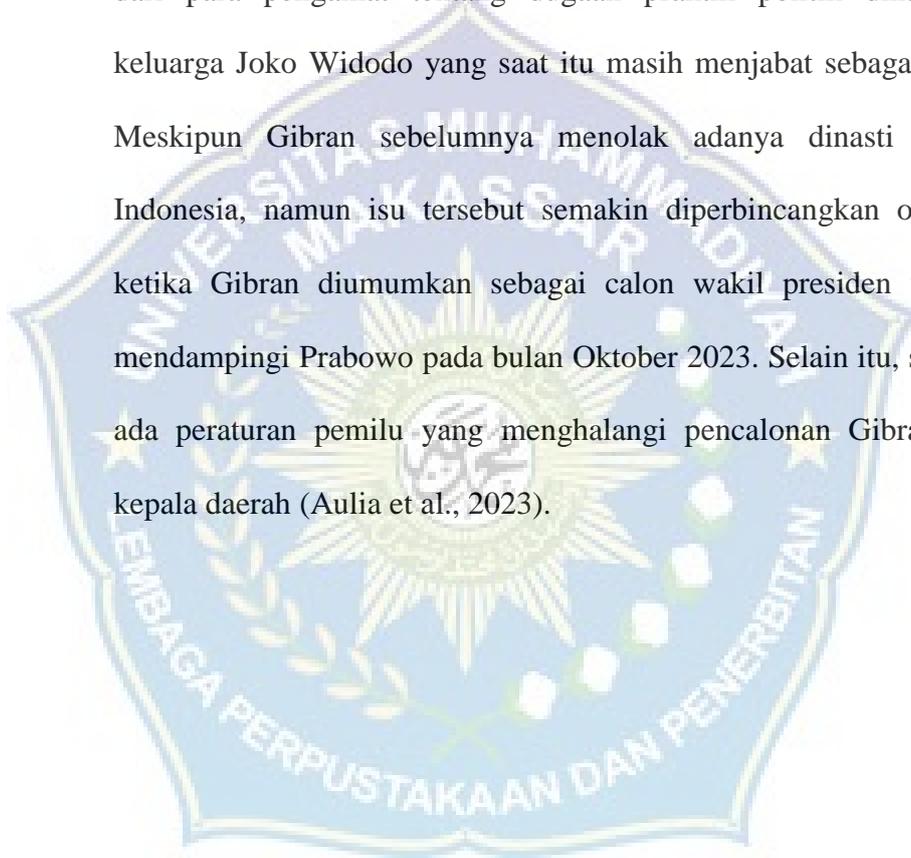
Koalisi Indonesia Maju (KIM) mengumumkan secara resmi Prabowo Subianto sebagai bakal calon presiden dan Gibran Rakabuming Raka sebagai bakal calon wakil presiden di kediaman Prabowo, Jalan Kartanegara No. 4, Jakarta Selatan, Minggu (22/10/2023). (CNNIndonesia/Adi Ibrahim)

Sumber: CNN Indonesia 2024

Gibran merupakan calon wakil presiden 2024 yang berpasangan dengan Prabowo sebagai calon presiden dari koalisi Indonesia Maju. Gibran Rakabuming Raka lahir di Surakarta, Jawa Tengah pada tanggal 1 Oktober 1987. Beliau merupakan putra sulung dari Presiden Joko Widodo, Gibran adalah seorang pengusaha dan politikus Indonesia yang menjabat sebagai walikota Surakarta sejak Februari 2021 (Surya, 2021).

Sejak kecil, Gibran telah tinggal di Surakarta, namun saat SMP, ia pindah ke Singapura untuk melanjutkan pendidikannya di tingkat setara SMA pada tahun 2002 di Sekolah Menengah Atas Orchid Park, Singapura. Selanjutnya, pada tahun 2007, Gibran lulus dari *Management Development Institute of Singapore* (MDIS) dengan gelar B.Sc (Hons) dan melanjutkan studinya dalam program *Insearch* di *University of*

Technology Sydney (UTS *Insearch*), Sydney, Australia dan lulus pada tahun 2010. Gibran juga pernah menjabat sebagai ketua Asosiasi Perusahaan Jasa Boga Indonesia (APJBI) di Kota Solo. Ketika Gibran mendaftar sebagai calon walikota Surakarta dari PDI-P untuk periode pemilihan Wali Kota Surakarta 2020–2025, dia segera mendapat kritik dari para pengamat tentang dugaan praktik politik dinasti dalam keluarga Joko Widodo yang saat itu masih menjabat sebagai Presiden. Meskipun Gibran sebelumnya menolak adanya dinasti politik di Indonesia, namun isu tersebut semakin diperbincangkan oleh publik ketika Gibran diumumkan sebagai calon wakil presiden yang akan mendampingi Prabowo pada bulan Oktober 2023. Selain itu, sejak awal, ada peraturan pemilu yang menghalangi pencalonan Gibran sebagai kepala daerah (Aulia et al., 2023).



Tabel 4.2 Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden

Nomor Urut 2

Kandidat Nomor Urut 2 Koalisi Indonesia Maju	
Prabowo Subianto (Calon Presiden)	Gibran Rakabuming (Calon Wakil Presiden)
	
Mentri Pertahanan (2019- sekarang)	Wali Kota Surakarta (2021- sekarang)
Gabungan Partai Politik Pengusung:	
	
	

Sumber: Wikipedia, 2024

c. Ganjar Pranowo dan Mahfud MD

H. Ganjar Pranowo, S.H.,M.I.P. Lahir di Karanganyar, Jawa Tengah pada tanggal 28 Oktober 1968. Ganjar Pranowo merupakan seorang politisi dan mantan Gubernur Jawa Tengah dua periode dari 23 Agustus 2013 hingga 5 September 2023, sebelumnya beliau telah menjabat sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) dari tahun 2004 hingga 2009 dan dari tahun 2009 hingga 2013. Selain itu, beliau menjabat sebagai Ketua Umum Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada (Kagama)

selama dua periode, yaitu dari tahun 2014 hingga 2019 dan dari tahun 2019 hingga 2024. Beliau juga menjabat sebagai Ketua Umum Persatuan Radio TV Publik Daerah Seluruh Indonesia (Persada.id).

Ganjar Pranowo secara resmi ditunjuk oleh PDI-Perjuangan sebagai kandidat presiden, didampingi oleh Mahfud MD sebagai kandidat wakil presiden, untuk bertarung dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 (Palupi & Tutiasri, 2023). Sebagaimana pernyataan Megawati pada hari Jumat 21 April 2023, yaitu sebagai berikut:

"Pada Hari Kartini ini tanggal 21 April 2023 dan sekaligus sebagai tonggak perjuangan kaum perempuan Indonesia yang non-diskriminatif setara dan dijamin oleh konstitusi negara maka pada jam 13.45 WIB, dengan mengucapkan Bismillahirrahmanirrahim menetapkan saudara Ganjar Pranowo sekarang adalah Gubernur Jawa Tengah sebagai kader dan petugas partai untuk ditingkatkan penugasannya sebagai calon presiden Republik Indonesia dari Partai Demokrasi Indonesia perjuangan," kata Megawati. (Dikutip dari Liputan 6) 23/02/2024.

Adapun gambar 4.6 sebagai berikut:

Gambar 4.6 Alasan PDIP Jadikan Ganjar Pranowo Capres: Memahami Kehendak Rakyat

Home › Health › Persona

Alasan PDIP Jadikan Ganjar Pranowo Capres: Memahami Kehendak Rakyat

oleh Aditya Eka Prawira diperbarui 21 Apr 2023, 16:23 WIB



Megawati Soekarnoputri Resmi Menunjuk Ganjar Pranowo Sebagai Calon Presiden (Capres) dari PDIP. Berikut Alasan Penunjukkan Ganjar Pranowo Capres PDIP (Liputan6.com/Delvira Hutabarat)

Sumber: Liputan 6 2024

Alasan Megawati menunjuk Ganjar Pranowo sebagai bakal calon presiden perwakilan dari partai PDIP, karena Megawati mempunyai kriteria dalam menentukan capres PDIP. Dimana Megawati mempunyai kriteria sosok yang kokoh secara variabel atau ideologi, pemimpin yang visioner, sehingga mampu mendengarkan suara rakyat. Menurut Megawati hal tersebut berada di diri Ganjar Pranowo.

Adapun bakal calon wakil presiden yang akan mendampingi Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 yaitu Mahfud MD, pengumuman nama Mahfud MD disampaikan langsung oleh ketua umum PDIP yaitu Megawati Soekarnoputri. Adapun pernyataan Megawati yang

disampaikan di Kantor DPP PDIP, Menteng, Jakarta Pusat pada Rabu, 18 Oktober 2023, yaitu sebagai berikut:

“Dengan mengucapkan Bismillahirrahmanirrahim, maka calon wakil presiden yang akan dipilih PDIP yang akan mendampingi Bapak Ganjar Pranowo adalah Bapak Mahfud MD,” kata megawati (Dikutip dari CNN Indonesia) 23/02/2024.

Adapun Gambarnya yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.7 Mahfud MD Resmi Jadi Bakal Cawapres Ganjar Pranowo di Pilpres 2024



Sumber: CNN Indonesia 2024

Menurut Hasto, Megawati telah mencermati sosok cawapres Ganjar tersebut sejak lama. Dia menyebut pemilihan Mahfud MD sebagai cawapres merupakan hasil perenungan mendalam dan sesuai dengan tantangan yang dihadapi bangsa Indonesia saat ini.

Prof. Dr. H. Mohammad Mahfud Mahmodin, S.H., S.U., M.I.P., lebih dikenal dengan sebutan Mahfud MD, lahir pada tanggal 13 Mei

1957, merupakan seorang akademisi, hakim, dan politikus asal Indonesia. Karirnya dimulai di dunia akademisi sebagai pengajar di Universitas Islam Indonesia, hanya setahun setelah meraih gelar sarjana hukum dari almamaternya tersebut. Mahfud menjabat sebagai Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan dari 23 Oktober 2019 hingga 1 Februari 2024. Beliau merupakan tokoh sipil pertama yang menjabat dalam posisi tersebut. Pada tanggal 18 Oktober 2023, beliau secara resmi diusung oleh koalisi yang dipimpin oleh PDI Perjuangan sebagai calon wakil presiden untuk mendampingi Ganjar Pranowo dalam pemilihan presiden Indonesia tahun 2024 (Wikipedia, 2024).

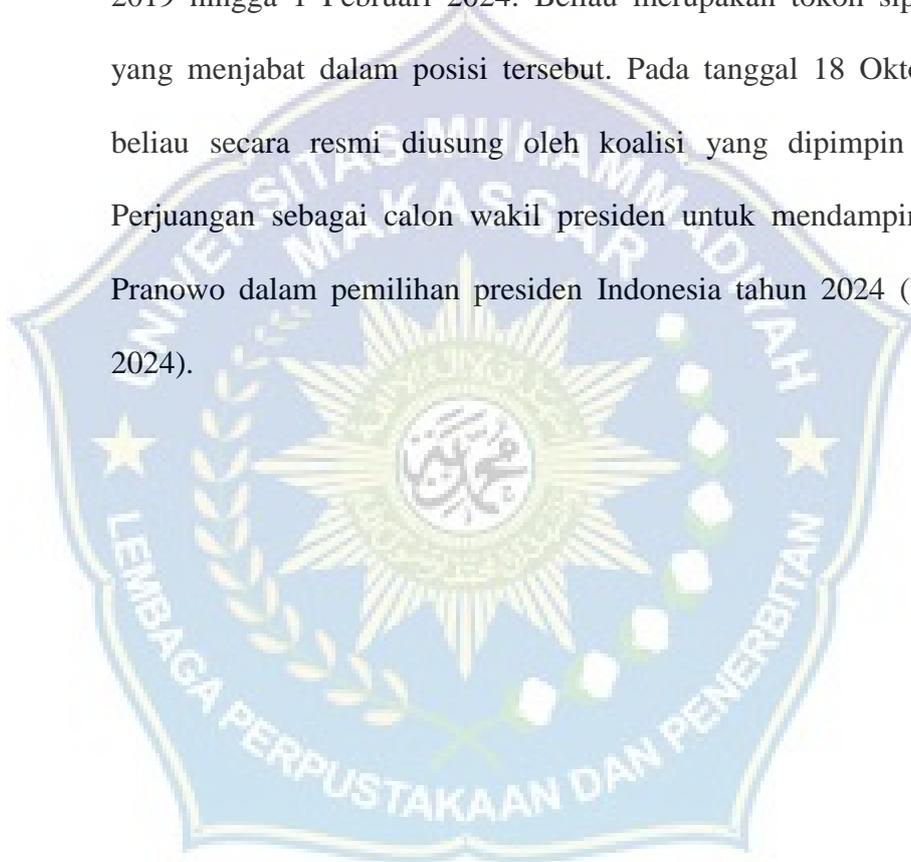


Table 4.3 Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden
Nomor Urut 3

Kandidat Nomor Urut 1 Kerja sama Partai Politik	
Ganjar Pranowo (Calon Presiden)	Mahfud MD (Calon Wakil Presiden)
	
Gubernur Jawa Tengah (2013-2023)	Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan (2019-2024)
	
Gabungan Partai Politik Pengusung:	
   	

Sumber: *Wikipedia*, 2024

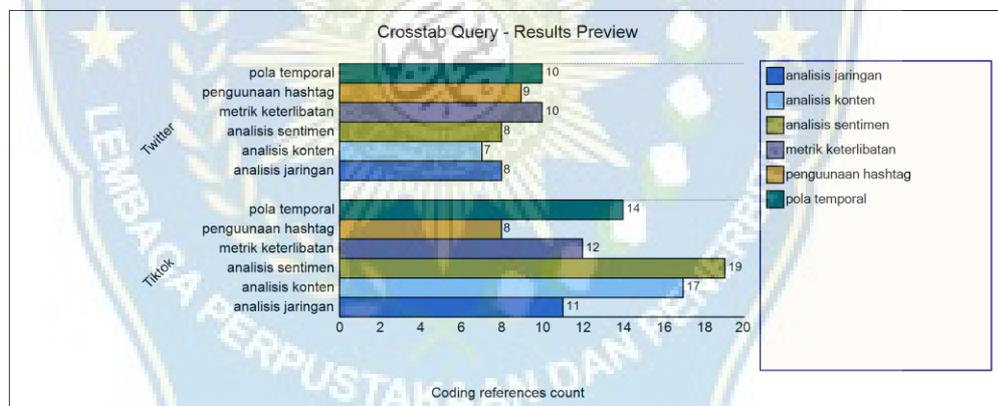
B. Hasil dan Pembahasan Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024

Tahun 2024 merupakan tahun pesta demokrasi terbesar bagi rakyat Indonesia, hal ini menandakan berakhirnya masa jabatan Presiden dan Wakil Presiden untuk periode 2019-2024. Kehebohan dan antusiasme para masyarakat terkait kandidat yang mencalonkan tidak hanya terlihat di dunia nyata tetapi juga di dunia maya melalui berbagai platform jaringan sosial seperti Twitter dan

TikTok. Tahapan-tahapan pemilihan presiden 2024 telah diumumkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) melalui portal resminya sejak tahun sebelumnya. Mulai dari tahap pendaftaran hingga pemilihan akhir calon untuk periode presiden 2024-2029, berita terkait nama-nama calon sudah banyak di perbincangkan. Sifat dunia maya yang tidak terbatas dan sulit dikontrol memungkinkan individu secara bebas menyatakan pendapat atau pandangan tentang calon presiden dan wakil presiden pilihannya, menimbulkan beragam pendapat publik, yang meliputi tidak hanya opini positif atau netral tetapi juga negatif (Ardiansyah, 2019).

Grafik 4.1 Indikator Karakteristik Aktivisme Politik di Media Sosial

Twitter dan Tiktok



Sumber: olah data *Software Nvivo 12 Plus 2024*

Dari hasil olah data tersebut melalui *Software Nvivo 12 Plus*, menunjukkan bahwa yang paling mendominasi hasil analisis pada platform Twitter pasca debat capres dan cawapres pada pilpres 2024 yaitu penggunaan *hashtag* yang mendapatkan nilai 9 dari skala 20, metrik keterlibatan mendapatkan nilai 10 dari skala 20, analisis jaringan mendapatkan nilai 8 dari

skala 20, pola temporal mendapatkan nilai 10 dari skala 20, analisis konten mendapatkan nilai 7 dari skala 20, dan analisis sentimen memperoleh nilai 8 dari skala 20.

Dari hasil olah data tersebut melalui *Software Nvivo 12 Plus*, menunjukkan bahwa yang paling mendominasi hasil analisis pada platform Tiktok pasca debat capres dan cawapres pada pilpres 2024 yaitu analisis sentimen mendapatkan nilai 19 dari skala 20, analisis konten mendapatkan nilai 17 dari skala 20, analisis jaringan mendapatkan nilai 11 dari skala 20, pola temporal mendapatkan nilai 14 dari skala 20, metrik keterlibatan mendapatkan nilai 12 dari skala 20 dan penggunaan *hashtag* mendapatkan nilai 8 dari skala 20. Dalam hal ini peneliti akan menjelaskan tiap indikator, yaitu sebagai berikut:

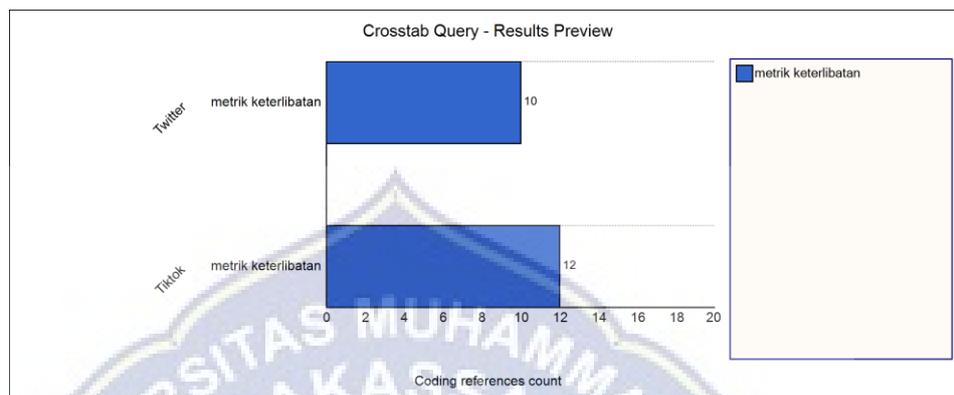
1. Metrik Keterlibatan

Metrik keterlibatan adalah cara untuk mengukur seberapa aktif atau terlibatnya pengguna dalam suatu aktivitas atau platform digital seperti media sosial, situs web, atau aplikasi. Ini bisa mencakup aspek-aspek seperti jumlah pengguna yang terlibat, seberapa sering mereka berinteraksi, seberapa banyak mereka berpartisipasi, dan berapa lama mereka menghabiskan waktu dalam aktivitas tersebut, atau bisa dikategorikan berdasarkan pada suka (*likes*), pembaruan kembali (*retweets*), balasan (*replies*) dan lain-lain. (Li et al., 2023).

Dalam penelitian ini, indikator metrik keterlibatan pada media sosial Twitter dan Tiktok pasca debat pertama hingga terakhir Calon Presiden dan

Calon Wakil Presiden 2024, dapat di olah melalui Software Nvivo 12 Plus sebagai berikut:

Grafik 4.2 Metrik Keterlibatan



Sumber: Olah Data *Software Nvivo 12 Plus* 2024

Dari hasil analisis data melalui *Software Nvivo 12 Plus*, menunjukkan bahwa balok dari metrik keterlibatan pada Platform media sosial Twitter pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 mendapatkan nilai 11 dari skala 20. Sedangkan balok dari metrik keterlibatan pada Tiktok pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden memperoleh nilai 12 dari skala 20. Hal ini dikarenakan platform Twitter lebih cenderung aktif terhadap konten yang di posting atau dengan kata lain Twitter lebih cenderung menampilkan pandangan para pengguna tentang peristiwa tersebut dan memberikan analisis yang mendalam. Oleh karena itu, Twitter lebih dikenal dengan para pengguna kritis.

Antara media sosial Twitter dan Tiktok, Tiktok lebih banyak mendapatkan perhatian publik terkait debat capres dan cawapres. Dimana

pada debat pertama hingga debat akhir capres dan cawapres, Tiktok paling mendominasi pada debat pilpres dengan banyaknya jumlah tanyangan, suka, dan komentar pada suatu konten. Twitter kurang mendapatkan perhatian publik, dikarenakan Twitter lebih memfokuskan pada ke aktualan informasi. Sedangkan Tiktok lebih dikenal dengan video pendeknya yang bersifat hiburan.

Pada debat pertama hingga debat kedua metrik keterlibatan di Twitter lebih cenderung pada paslon nomor urut 1 dan 3, hal ini berdasarkan pada jumlah *likes*, *retweets*, *replies* dan lainnya, sedangkan pada debat ketiga hingga debat kelima metrik keterlibatannya lebih cenderung pada paslon nomor urut 2. Adapun metrik keterlibatan di Tiktok pasca debat pertama, lebih cenderung pada paslon nomor urut 1 dan 2. Berdasarkan jumlah *likes*, *comments*, *share* dan *views*. Adapun metrik keterlibatan pada debat kedua hingga debat kelima paslon nomor urut 2 mendapatkan jumlah *like*, *comments*, *share* dan *views* di Tiktok, hal ini di dikarenakan konten pada Tiktok terkait debat capres dan cawapres hanya fokus pada visual dan hiburan singkat.

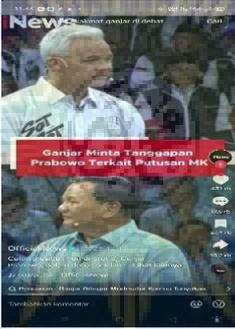
Hal inilah yang membuat platform Tiktok lebih menonjol pasca debat capres dan cawapres 2024 dari pada platform Tiktok, dan mendapatkan banyak tanggapan atau respon publik.

Tabel 4.4 Metrik Keterlibatan dari Kelima Debat Pilpres pada
Platform Twitter dan Tiktok

No.	Platform (user)	Gambar (status)	Jumlah Suka, Komen dan dibagikan	Jumlah Tontonan
1.	Twitter (kakekhalal)	<p>Debat pertama:</p>  <p>Debat Pertama Capres, Anies Bersemangat, Prabowo Berkeringat, Ganjar Berhikmat. Acara Debat Pertama Capres 2024 yang digelar KPU Selasa (12/12/2023) yang disiarkan secara langsung dan diperkirakan ditonton lebih dari 20 juta orang melalui berbagai platform media penyiaran. Mengangkat tema Hukum, HAM, Pemerintahan, Pemberantasan</p>	Suka: (78) Komentar: (7) Memposting ulang: (21)	(1.009) tontonan

		<p>Korupsi, dan Penguatan Demokrasi, ketiga Capres berada dalam satu panggung secara bersamaan.</p> <p>Menyampaikan pendapat, gagasan hingga tanya jawab antar ketiganya.</p>		
Twitter (kompas Tv)	<p>Debat kedua:</p>  <p>Inilah momen anggukan dan salam sungkem Gibran Rakabuming Raka saat mendengarkan cawapres nomor urut 3 Mahfud MD memberikan tanggapan di Debat Cawapres 2024.</p> <p>Cawapres Muhaimin Iskandar juga mendengarkan tanggapan Mahfud.</p> <p>(22/12/2023)</p>	<p>Suka: (57)</p> <p>Komentar: (74)</p> <p>Memposting ulang: (35)</p>	(8.006)	tontonan

	Twitter (Agus Susanto IV)	<p>Debat ketiga:</p>  <p>Tak mampu menahan kesal, Prabowo berkacak inggang pada moderator, karena gak dikasih kesempatan membantah Anies. (07/01/2024)</p>	<p>Suka: (776) Komentar: (89) Memposting ulang: (356)</p>	(30 ribu) tontonan
	Twitter (kompas Tv)	<p>Debat keempat:</p>  <p>Serangan Pertama Cak Imin di Debat Cawapres saat Sampaikan Visi dan Misi, Singgung <i>Food Estate</i>. (21/01/2024)</p>	<p>Suka: (77) Komentar: (11) Memposting ulang: (29)</p>	(21 ribu) tontonan
	Twitter (TvOnenews)	<p>Debat kelima:</p>  <p>Bahas Perlindungan Perempuan, Anies: Kekerasan Terhadap Perempuan Tidak Boleh Disepelekan</p>	<p>Suka: (245) Komentar: (6) Memposting ulang: (554)</p>	(11 ribu) tontonan

		<p>Capres nomor urut 1 Anies Baswedan menegaskan bahwa <i>catcalling</i> atau Tindakan pelecehan dengan memberikan kata-kata tidak senonoh atau seksual kepada perempuan termasuk ke dalam bentuk kekerasan. (04/02/2024)</p>		
2.	Tiktok (officialnews)	<p>Debat pertama:</p>  <p>Capres nomor urut 3 Ganjar Pranowo, dalam debat perdana Capres 2024 meminta tanggapan Capres nomor urut 2, Prabowo Subianto mengenai putusan Mahkamah Konstitusi (MK) terkait batas usia capres dan</p>	<p>Suka: (431 ribu) komentar: (17.004) dibagikan: (10.002)</p>	(18.100.00) tontonan

		<p>cawapres berusia di bawah 40 tahun.</p> <p>Dalam kesempatan itu, Prabowo menanggapi pertanyaan Ganjar.</p> <p>Menurut Prabowo, aturan yang sudah ditetapkan oleh MK sudah jelas.</p> <p>(12/12/2023)</p>		
	<p>Tiktok (kompastvnews)</p>	<p>Debat kedua:</p>  <p>Cak Imin sempat bertanya ke Gibran mengenai SGIE.</p> <p>Debat kedua ini merupakan ranah Calon Wakil Presiden</p> <p>adu gagasan dan visi misi. (22/12/2024)</p>	<p>Suka: (657.000)</p> <p>Komentar: (23.500)</p> <p>Dibagikan: (6.908)</p>	<p>(13.400.00) tontonan</p>
	<p>Tiktok (kompastvnews)</p>	<p>Debat ketiga:</p>	<p>Suka: (30.006)</p> <p>Komentar: (3.042)</p> <p>Dibagikan: (1.823)</p>	<p>(1.700.00) tontonan</p>

		 <p>“Berapa skor yang bapak berikan atas kinerja kementerian pertahanan yang dipimpin Bapak Prabowo?” tanya Anies kepada Ganjar. Ganjar menjawab 5, sedangkan Anies menilai kinerja Prabowo 11 dari 100. (07/01/2024)</p>		
	<p>Tiktok (tribunkaltim.co)</p>	<p>Debat keempat:</p>  <p>Mahfud MD meminta Gibran Rakabuming Raka menjelaskan istilah green inflation atau inflasi hijau saat bertanya kepadanya di</p>	<p>Suka: (10.002) Komentar: (826) Dibagikan: (107)</p>	<p>(288.000) tontonan</p>

		debat cawapres keempat Pilpres 2024. (21/01/2024)		
Tiktok (kumparan)	 <p>Dalam sesi penutup debat kelima Pilpres Capres 02 Prabowo didampingi Cawapres Gibran, sempat menyampaikan permintaan maafnya ke sejumlah pihak, termasuk kedua pasangan capres-cawapres yang lain, Anies-Cak Imin dan Ganjar-Mahfud. Di momen itu, Gibran pun sempat menangkupkan tangannya di depan dada. (04/02/2024)</p>	Suka: (220 ribu) Komentar: (11.009) Dibagikan: (4.767)	(6.6 juta tontonan)	

Sumber: Analisis Data Twitter dan Tiktok 2024

Berdasarkan matrik keterlibatan ketiga paslon pada keseluruhan debat pilpres 2024 baik itu pada platform Twitter maupun Tiktok, Paslon nomor

urut 2 paling banyak mendapatkan perhatian publik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *like*, *comment*, *share* dan *retweet* pada konten selama debat ketiga sampai debat kelima, dimana rata-rata konten yang memuat paslon nomor urut 2 akan mendapatkan jumlah *View* yang lumayan banyak. Meskipun pada awal-awal debat paslon nomor urut 2 kurang mendapatkan perhatian publik, namun hal itu tidak mempengaruhi bahwa paslon nomor urut 2 mampu mendapatkan sorotan publik.

2. Penggunaan *Hashtag*

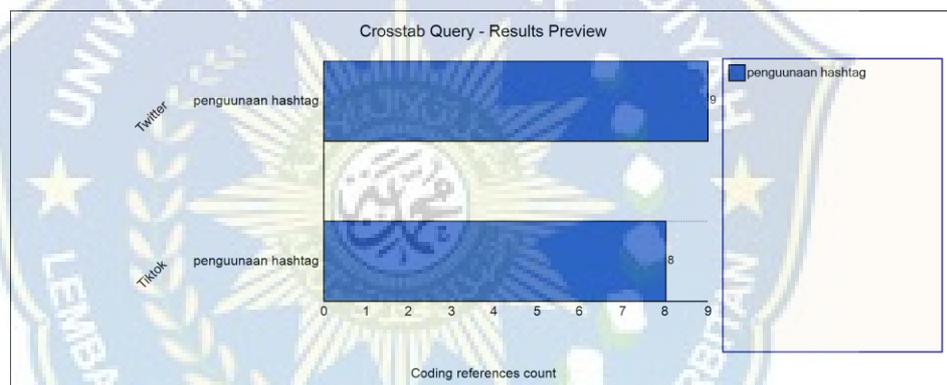
Hashtag merupakan kata kunci singkat yang saat ini sangat populer yang ditandai dengan tanda pagar (#). *Hashtag* digunakan di hampir semua platform media sosial. Kata-kata yang tercakup dalam sebuah *hashtag*, yang juga dikenal sebagai tanda pagar (#), memberikannya makna saat digunakan. Makna muncul dari interaksi tertentu antara kata-kata (sebagai simbol linguistik) dan manusia, seperti yang diklaim oleh Mulyana (2017: 281). Makna tidak melekat pada kata-kata, namun sebaliknya, individu menginterpretasikan makna dari kata-kata tersebut. Dengan demikian, suatu objek dan simbol yang digunakan untuk melambangkannya tidak memiliki hubungan langsung (Christian & Sukendro, 2019).

Pesatnya eksponensial dalam penggunaan *hashtag* menunjukkan bahwa *hashtag* berguna untuk jauh lebih dari sekadar memusatkan atau memicu topik. Berkat adanya makna kata-kata yang kreatif, *hashtag* kini dapat digunakan untuk keperluan iklan dan promosi. Di media sosial, *hashtag* digunakan untuk mengelompokkan tema atau subjek yang lebih khusus.

Namun, mereka juga memudahkan pengguna untuk menemukan konten terkait. Saat ini, penggunaan *hashtag* dengan slogan yang menarik telah menjadi praktik standar dalam kampanye pemasaran karena membuat pencarian lebih mudah dan menarik perhatian publik (Gusfa & Kadjuand, 2020).

Berikut merupakan grafik dari penggunaan *hashtag* di Twitter dan Tiktok pasca debat pertama hingga debat kelima pada debat pilpres 2024, yang di olah dengan menggunakan *Software Nvivo 12 Plus* yaitu:

Grafik. 4.3 Penggunaan *Hashtag*



Sumber: Olah Data *Software Nvivo 12 Plus* 2024

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *Software Nvivo 12 Plus* 2024, menunjukkan bahwa balok dari penggunaan *hashtag* (#) pada platform Twitter pasca debat capres dan cawapres mendapatkan nilai 9 dari skala 10. Sedangkan balok dari penggunaan *hashtag* (#) pada platform Tiktok pasca debat capres dan cawapres mendapatkan nilai 8 dari skala 10.

Hal ini dikarenakan penggunaan *hashtag* pada Twitter lebih sering digunakan dan paling banyak penggunaannya, sedangkan pada platform Tiktok para pengguna *hashtag* masih kurang, karena platform Tiktok

memiliki batasan karakter yang lebih ketat dari pada Twitter. Dimana dalam deskripsi video, pengguna hanya dapat menggunakan seratus (100) karakter.

Pada debat pertama capres dan cawapres di media sosial Twitter dan Tiktok penggunaan *hashtag* lebih banyak mengarah ke paslon nomor urut 1 seperti #AniesCakImin, #AniesBaswedan, #MuhaiminIskandar, #CakImin, #AMIN dan lainnya.

Sama halnya dengan debat pertama, debat kedua juga lebih mengarah ke paslon nomor urut 1 dengan berbagai macam *hashtag* diantaranya #AniesCakImin, #AniesBaswedan, #MuhaiminIskandar, #CakImin, #AMIN. Hal ini dikarenakan cawapres dari nomor urut 1 Muhaimin dinilai cukup percaya diri dan kemampuan komunikasi yang luar biasa berhasil di tampilkan muhaimin selama debat berlangsung.

Pada debat ketiga, penggunaan *hashtag* terbanyak pasca debat capres dan cawapres di Twitter dan Tiktok yaitu #PrabowoGibran, penggunaan *hashtag* terbanyak kedua yaitu #AniesMuhaimin dan penggunaan *hashtag* ketiga terbanyak yaitu #GanjarMahfud. Hal ini dikarenakan Prabowo Gibran mendapatkan interaksi tertinggi di Twitter dan Tiktok.

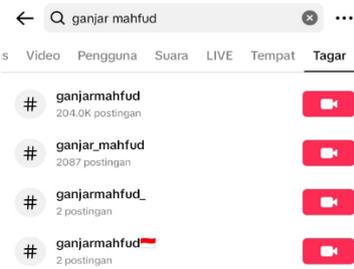
Pada debat keempat penggunaan *hashtag* terbanyak di Twitter dan Tiktok yaitu #PrabowoGibran dengan 1,5 juta postingan, di ikuti oleh penggunaan *hashtag* #AniesCakImin dengan 83,9 ribu postingan dan selanjutnya penggunaan *hashtag* #GanjarMahfud dengan 42,8 ribu postingan.

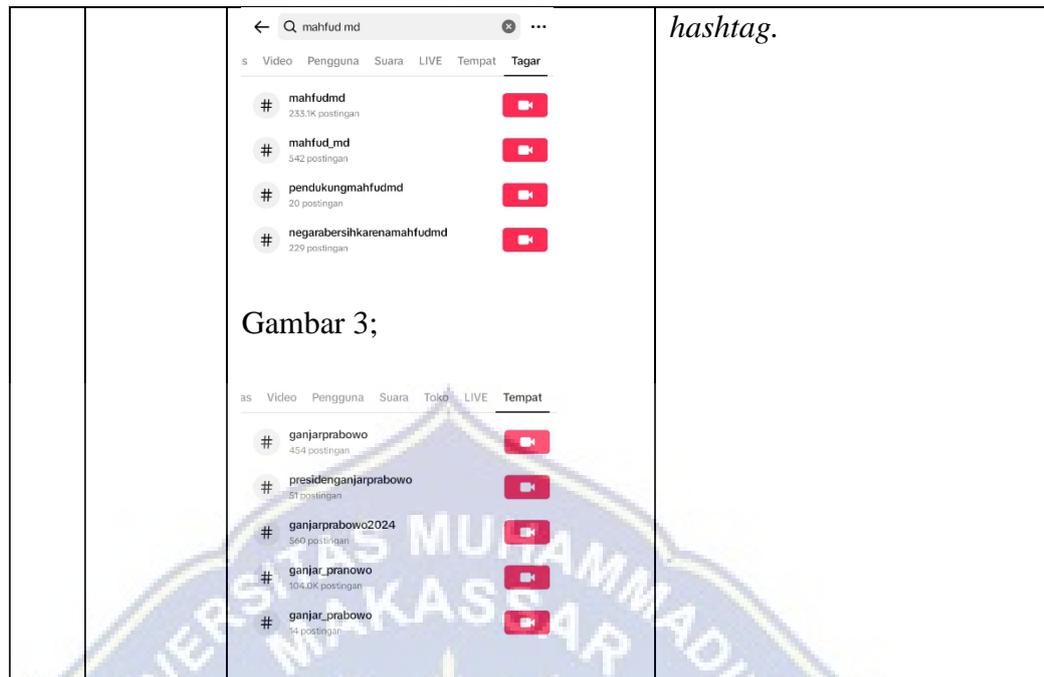
Sedangkan pada debat kelima penggunaan *hashtag* di Twitter paling banyak digunakan adalah #PrabowoGibran, #YangBenarAja, #03BukanPenerusJokowi. Sedangkan penggunaan *hashtag* di Tiktok paling banyak digunakan adalah #Pemilu2024, #Pilpres2024, #AniesBaswedan, #PrabowoSubianto, #GanjarPranowo dan lainnya.

Tabel 4.5 Analisis Penggunaan *Hashtag* Selama Debat Pilpres 2024

No.	Platform	Gambar	Jumlah penggunaan <i>hashtag</i>
1.	Twitter	<p>Paslon nomor urut 1:</p> 	<p>#AniesFinalStage 16.533 <i>hashtag</i>,</p> <p>#debatcapres2024 12.904 <i>hashtag</i>, #debatcapres 11.377 <i>hashtag</i>,</p> <p>#AForEver1 9.435 <i>hashtag</i>,</p> <p>#AminAjaDulu7.115 <i>hashtag</i>, dan lainnya.</p>
	Twitter	<p>Paslon nomor urut 2:</p> 	<p>#debatcapres2024 11.368 <i>hashtag</i>, #DebatCapres 6.227 <i>hashtag</i>,</p> <p>#WaktunyaPrabowoGibran 2.234 <i>hashtag</i>,</p> <p>KemiskinanNolPersen02 1.044 <i>hashtag</i>.</p>

	Twitter	<p>Paslon nomor urut 3:</p> 	<p>#debatcapres2024 8.406 <i>hashtag</i>, #debatcapres 4.264 <i>hashtag</i>, GanjarMahfud2024 3.406 <i>hashtag</i>, #GanjarPresidenRakyat 1.322 <i>hashtag</i>.</p>
2.	Tiktok	<p>Paslon nomor urut 1:</p> <p>Gambar 1;</p>  <p>Gambar 2;</p>  <p>Gambar 3;</p> 	<p>#debatpilpres2024 963.002 <i>hashtag</i>, #aniesbaswedan 619.7 <i>hashtag</i>, #cakimin 154.002 <i>hashtag</i>, #paslon01 4408 <i>hashtag</i>.</p>

	Tiktok	<p>Paslon nomor urut 2:</p> <p>Gambar 1;</p>  <p>Gambar 2;</p>  <p>Gambar 3;</p> 	<p>#prabowogibran2024 1,5 juta <i>hashtag</i>,</p> <p>#prabowosubianto 824.300 <i>hashtag</i>, #prabowogibran 766.000 <i>hashtag</i>,</p> <p>#gibrankabumiraka 698.003 <i>hashtag</i>,</p> <p>#gibrankabumiraka 138.500 <i>hashtag</i>.</p>
	Tiktok	<p>Paslon nomor urut 3:</p> <p>Gambar 1;</p>  <p>Gambar 2;</p>	<p>#ganjarpranowo 1,0 juta <i>hashtag</i>, #mahfudmd 233.100 <i>hashtag</i>,</p> <p>#ganjarmahfud 204.000 <i>hashtag</i>, #ganjarpranowo 104.000 <i>hashtag</i>,</p> <p>#ganjar_mahfud 2.087</p>



Gambar 3;

Sumber: analisis Penulis Pada Platform Twitter dan Tiktok 2024

Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan *hashtag* tertinggi berada pada platform Tiktok dengan masing-masing paslon memiliki *hashtag* tertinggi dari keseluruhan debat Pilpres 2024. Paslon nomor urut 2 memperoleh penggunaan *hashtag* tertinggi di Tiktok namun, pada platform Twitter paslon nomor urut 2 berada pada peringkat kedua dalam penggunaan *hashtag*. Meskipun mengalami penurunan penggunaan *hashtag* di platform Twitter, tidak mempengaruhi hasil akhir dari keseluruhan debat bahwa Prabowo-Gibran memperoleh perhatian publik yang paling banyak.

3. Analisis Konten

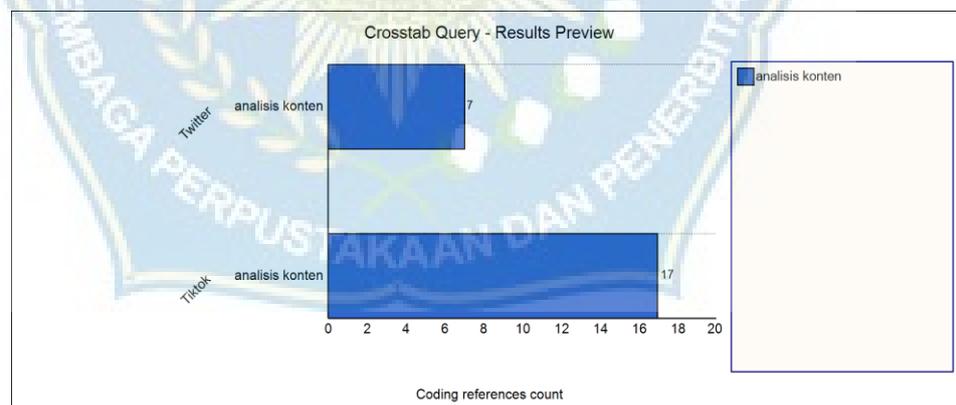
Analisis konten atau analisis isi adalah sebuah alat untuk mempelajari dan mengevaluasi perilaku komunikasi isi terbuka dari seorang komunikator

yang dipilih, analisis isi adalah teknik sistematis untuk memeriksa isi pesan dan memproses pesan (Putri et al., 2022).

Dengan melakukan analisis konten yang teliti dan komprehensif, peneliti dapat mengidentifikasi tren, pola, dan dinamika dalam aktivisme politik di media sosial Twitter dan TikTok pasca debat calon presiden dan calon wakil presiden pada pemilihan umum tahun 2024. Hal ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang persepsi dan partisipasi publik dalam proses politik.

Dalam penelitian ini, indikator analisis konten pada media sosial Twitter dan TikTok pasca debat pertama hingga terakhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024, dapat di olah melalui *Software Nvivo 12 Plus* sebagai berikut:

Grafik 4.4 Analisis Konten



Sumber: Olah Data *Software Nvivo 12 Plus* 2024

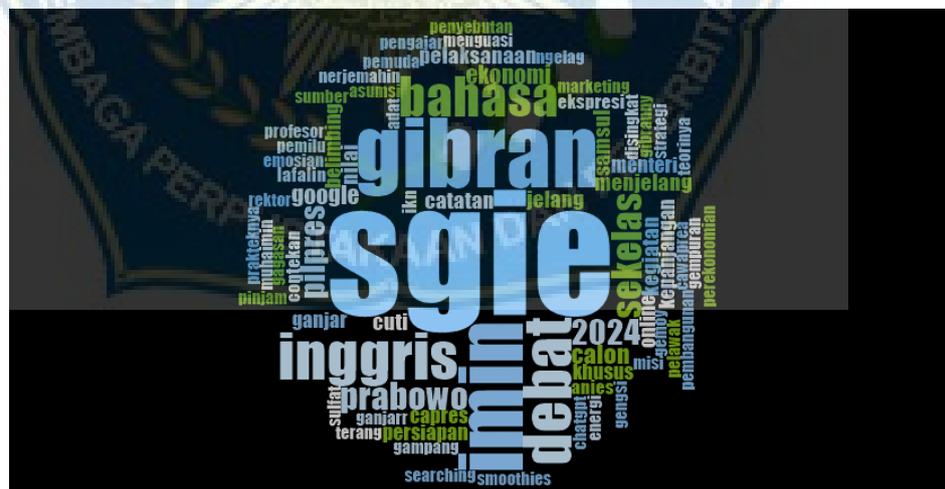
Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *Software Nvivo 12 Plus* 2024, menunjukkan bahwa balok dari analisis konten pada platform Twitter pasca debat capres dan cawapres mendapatkan nilai 7 dari skala 20.

presentasi kata sebesar 0,86%. Kata Prabowo paling banyak diperbincangkan pada kedua platform tersebut pasca debat, dari total 152 item kata yang ada.

Kata Prabowo paling banyak disebut karena dianggap memberikan momen-momen lucu selama debat, yang mungkin membuat Prabowo menarik bagi pengguna media sosial. Selain itu, kata Prabowo banyak disebutkan karena masyarakat menilai bahwa Prabowo dianggap sering diserang oleh paslon lain selama debat.

Berikut merupakan analisis berdasarkan *word cloud* terkait debat kedua di platform Tiktok dan Twitter pada analisis konten, untuk melihat kata yang paling sering muncul pasca debat tersebut, yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.9 Analisis Konten Pasca Debat Kedua di Twitter dan Tiktok
(By Word Cloud)



Sumber: Olah Data *Software Nvivo 12 Plus 2024*

Berdasarkan hasil olah data di atas, maka dapat disimpulkan pada debat kedua di Twitter dan Tiktok kata yang paling banyak dibicarakan yaitu kata

SGIE dengan presentasi kata sebesar 7,93%, kata Gibran dengan presentasi kata sebesar 4,01%, kata Imin dengan presentasi sebesar 3,65%, kata debat dengan presentasi kata sebesar 2,55% dan kata Inggris dengan presentasi kata sebesar 2,46%. Kata SGIE paling banyak diperbincangkan pada kedua platform tersebut pasca debat, dari total 72 item kata yang ada.

Tidak hanya di Twitter singkata dari kata *State of The Global Islamic Economy* (SGIE) juga banyak diperbincangkan di Tiktok. SGIE merujuk pada kondisi dan potensi ekonomi islam di level global, yang mencakup berbagai aspek seperti keuangan, fashion, gaya hidup dan makanan halal. Kata SGIE sempat menjadi topik hangat di berbagai media sosial, karena melihat bagaimana Gibran mempertanyakan SGIE kepada Muhaimin yang menimbulkan berbagai tanggapan masyarakat.

Berikut merupakan analisis berdasarkan *word cloud* terkait debat ketiga di platform Tiktok dan Twitter pada analisis konten, untuk melihat kata yang paling sering muncul pasca debat tersebut, yaitu sebagai berikut:

kata 2024 dengan presentasi kata sebesar 1,77% dan kata Anies dengan presentasi kata sebesar 1,26%.

Kata Prabowo paling banyak diperbincangkan pada kedua platform tersebut pasca debat, dari total 194 item kata yang ada. Pada debat kelima kata Prabowo paling banyak mendapatkan perhatian publik di platform Twitter dan Tiktok, hal ini dikarenakan banyak konten yang membahas penampilan Prabowo selama debat, masyarakat menilai Prabowo rendah hati, serta di anggap tampil prima jika dibandingkan dengan debat sebelumnya dan ada juga yang Prabowo sempat di kritik karena mengucapkan kata “otak lamban” dan dinilai lebih buruk dari sambo.

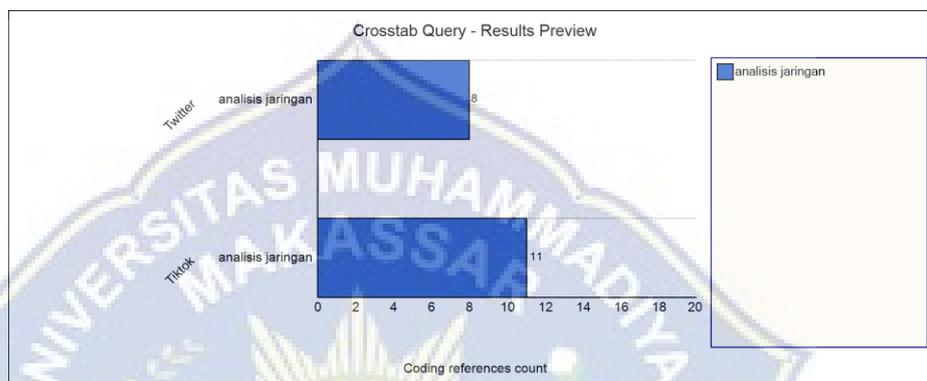
Pasca debat pilpres di Indonesia banyak ditemukan konten terkait debat pada platform Tiktok, hal ini dikarenakan Tiktok merupakan media berfokus pada konten video pendek, sedangkan Twitter lebih dikenal konten teks singkat. Analisis konten di Tiktok cenderung lebih visual *recognition* dan pengenalan suara.

4. Analisis Jaringan

Dalam konteks analisis jaringan sosial, misalnya, entitas yang dianalisis biasanya adalah individu, kelompok, atau organisasi, dan hubungan antara entitas tersebut bisa berupa interaksi sosial, kemitraan, atau kerja tim. Dalam konteks debat Pilpres 2024, analisis jaringan dapat digunakan untuk memahami hubungan antara berbagai entitas yang terlibat dalam debat tersebut, seperti kandidat, partai politik, pemilih, media, dan pengguna media sosial. (Bakry & Kusmayadi, 2021).

Dalam penelitian ini, indikator analisis Jaringan pada media sosial Twitter dan Tiktok pasca debat pertama hingga terakhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024, dapat di olah melalui *Software Nvivo 12 Plus* sebagai berikut:

Grafik 4.5 Analisis Jaringan



Sumber: Olah Data *Software Nvivo 12 Plus* 2024

Berdasarkan hasil olah data tersebut melalui *Software Nvivo 12 Plus*, menunjukkan bahwa balok dari analisis jaringan pada Platform media sosial Twitter pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 mendapatkan nilai 8 dari skala 20. Sedangkan balok dari analisis jaringan pada Tiktok pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden memperoleh nilai 11 dari skala 20.

Analisis jaringan lebih condong ke platform Tiktok dari pada Twitter pasca debat capres dan cawapres pilpres 2024. Hal ini dikarenakan entitas dan analisis keterpusatan pengguna dari kedua platform lebih mengarah pada Tiktok, dimana Tiktok menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh warganet untuk membahas debat capres 2024.

Alasan utamanya Tiktok lebih unggul dari pada Twitter pasca debat pilpres 2024 yaitu karena Tiktok memiliki fitur duet yang memungkinkan pengguna untuk memberikan komentar atau reaksi langsung terhadap konten debat. Selain itu, Tiktok juga memiliki algoritma yang lebih baik dalam merekomendasikan konten yang sesuai dengan minat pengguna.

Berikut merupakan beberapa hasil analisis data terhadap entitas atau kelompok seperti partai politik, media, dan pengguna media sosial yang terlibat dalam debat Pilpres 2024, terhadap ketiga kandidat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada platform Tiktok.

Gambar 4.13 Analisis Jaringan pada Platform Tiktok Pasca Debat Pilpres 2024 (By Word Cloud)



Sumber: Olah Data Software Nvivo 12 Plus 2024

Berdasarkan data diatas dapat di lihat bahwa entitas yang paling mendominasi adalah partai politik dan media. PDIP (Partai Demokrat Indonesia Perjuangan) adalah jaringan yang paling mendominasi dan paling banyak diperbincangkan selama debat Pilpres 2024 di platform Tiktok. Kemudia di ikuti oleh PKB (Partai Kebangkitan Bangsa), Kompastvnews,

NasDem (Partai Nasional Demokrat), Kumparan, Gerindra (Partai Gerakan Indonesia Raya), dan PKS (Partai keadilan Sejahtera).

Jaringan yang paling mendominasi selama debat Pilpres tahun 2024 adalah jaringan partai politik, partai yang paling mendominasi adalah PDIP. Hal ini dikarenakan kandidat paslon partai tersebut sering mendapatkan kritikan dari masyarakat karena selalu menyerang personal atau pribadi paslon lainnya, serta banyaknya isu-isu yang sering muncul di media sosial yang berkaitan dengan paslon dari partai PDIP.

Berikut merupakan beberapa hasil analisis data terhadap entitas atau kelompok seperti partai politik, media, dan pengguna media sosial yang terlibat dalam debat Pilpres 2024, terhadap ketiga kandidat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada platform Twitter.

Gambar 4.14 Analisis Jaringan pada Platform Twitter Pasca Debat Pilpres 2024 (By Word Cloud)



Sumber: Olah Data Software Nvivo 12 Plus 2024

Berdasarkan data diatas dapat di lihat bahwa entitas yang paling mendominasi adalah partai politik dan media. @detik.com adalah jaringan

yang paling mendominasi dan paling banyak diperbincangkan selama debat Pilpres 2024 di platform Twitter. Kemudian di ikuti oleh Golkar (Partai Golongan Karya)), PDIP (Partai Demokrat Indonesia Perjuangan), PSI (Partai Solidaritas Indonesia), dan #golkarindonesia.

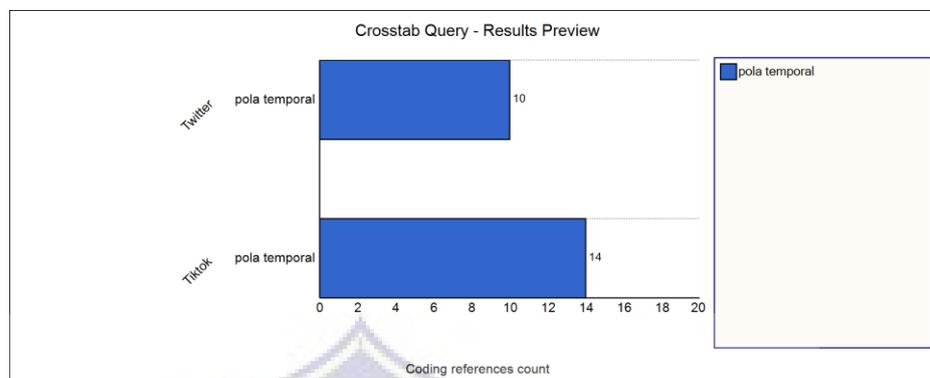
Media merupakan jaringan yang paling mendominasi selama debat pilpres 2024 pada platform Twitter. Dimana media @detik.com adalah jaringan yang paling banyak melakukan penyebaran informasi terkait debat dan paling banyak keterkaitannya dengan media ataupun jaringan-jaringan lainnya.

5. Pola Temporal

Pola temporal media sosial tercermin dalam penggunaan media sosial sehari-hari oleh pengguna. Ini merangkum aktivitas pengguna, konten yang disediakan, dan interaksi pengguna dalam jangka waktu tertentu, seperti hari, minggu, bulan, atau bahkan setahun.

Dalam penelitian ini, indikator pola temporal pada media sosial Twitter dan Tiktok pasca debat pertama hingga terakhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024, dapat di olah melalui *Software* Nvivo 12 *Plus* sebagai berikut:

Grafik 4.6 Pola Temporal



Sumber: Olah Data *Software Nvivo 12 Plus 2024*

Berdasarkan hasil olah data tersebut melalui *Software Nvivo 12 Plus*, menunjukkan bahwa balok dari pola temporal pada Platform media sosial Twitter pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 mendapatkan nilai 10 dari skala 20. Sedangkan balok dari pola temporal pada TikTok pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden memperoleh nilai 14 dari skala 20.

Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa pola temporal lebih unggul pada platform TikTok dari pada Twitter. Hal ini dikarenakan, TikTok didasarkan pada format video pendek yang berlangsung singkat, seringkali hanya beberapa detik. Karena itu, konten di TikTok cenderung memiliki pola temporal yang lebih cepat berubah daripada konten di Twitter yang seringkali berupa teks atau gambar statis. Hal ini dapat membuat pengguna lebih sering mengonsumsi dan berinteraksi dengan konten di TikTok sepanjang waktu, termasuk selama dan setelah debat Pilpres.

Konten di TikTok memiliki potensi untuk menjadi viral dengan cepat karena algoritma dan fitur-fitur yang mendorong penyebaran konten yang

sedang tren. Hal ini menyebabkan pola temporal yang lebih cepat berubah dalam penyebaran konten terkait debat Pilpres 2024 di TikTok.

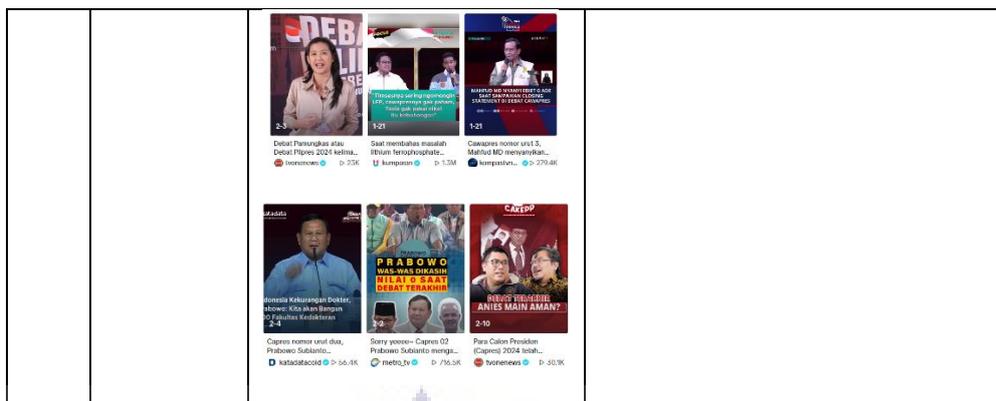
Meskipun Twitter juga memiliki peran penting dalam debat politik dan memiliki pola temporal yang aktif, terutama dalam pembicaraan langsung selama dan setelah debat, namun TikTok cenderung menonjol dalam hal pola temporal yang lebih dinamis dan aktif terutama terkait dengan konten yang dihasilkan oleh pengguna secara langsung.

Berikut merupakan beberapa data yang telah di analisis oleh peneliti terkait pola temporal dari platform Twitter dan Tiktok pasca debat Pilpres tahun 2024.

Tabel 4. 6 Pola Temporal Platform Twitter dan Tiktok

NO.	Platform	Gambar (Konten)	Pola Temporal
1.	Twitter		<p>Berdasarkan beberapa gambar disamping dan data yang peneliti dapatkan, dapat disimpulkan bahwa pola temporal selama debat Pilpres 2024 pada platform Twitter selalu mengalami perubahan yang cukup lambat dan kurang menarik. Salah satu contohnya ada pada salah satu gambar disamping dimana</p>

			<p>pada akun Kompas Tv pola temporalnya hanya berpusat pada waktu pelaksanaan debat saja dan tergolong agak lambat atau kurang update, meskipun Twitter dikenal sebagai media yang cepat dalam pemberian informasi, tetapi informasi yang diberikan juga terbatas.</p>
<p>2. Tiktok</p>			<p>Berdasarkan gambar disamping dapat dilihat bahwa pola temporal pada platform Tiktok cepat dan tidak terbatas, dimana dapat dilihat beberapa gambar disamping bahwa informasi terkait debat sangat mudah dan banyak didapatkan pada platform Tiktok.</p>



Sumber: Analisis Peneliti dari Platform Twitter dan Tiktok Tahun 2024

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pola temporal selama debat calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 lebih didominasi oleh platform Tiktok. Dimana platform Tiktok terkenal dengan konten pendek yang cepat dan viral. Konten di Tiktok bisa mendapatkan popularitas secara cepat dalam hitungan jam atau bahkan menit. Sedangkan Twitter juga memiliki pola temporal yang cepat, tetapi Tiktok seringkali lebih cepat dalam menyebarkan konten viral karena formatnya yang lebih visual dan pendek.

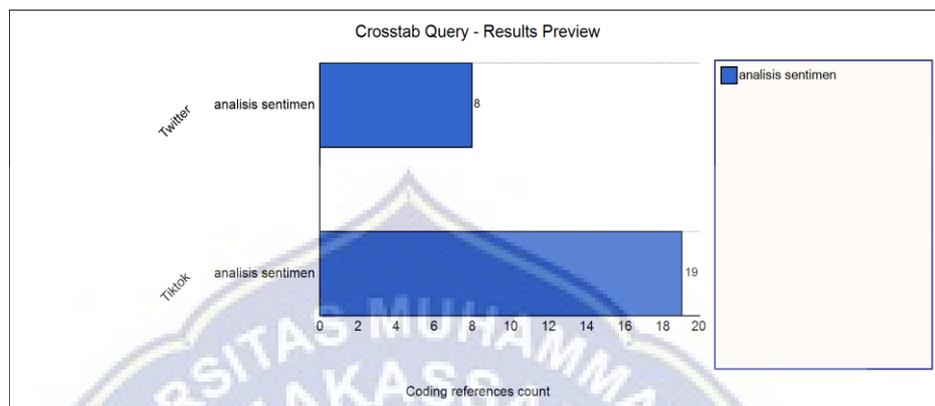
6. Analisis Sentimen

Analisis sentimen pada konten media sosial adalah proses memeriksa dan memahami sentimen atau sentimen yang terkandung dalam konten yang diposting di platform media sosial. Ini dapat membantu menentukan apakah pengguna media Asosial memandang konten atau ide dengan cara yang positif, negatif, atau netral.

Dalam penelitian ini, indikator analisis sentimen pada media sosial Twitter dan Tiktok pasca debat pertama hingga terakhir Calon Presiden dan

Calon Wakil Presiden 2024, dapat di olah melalui *Software Nvivo 12 Plus* sebagai berikut:

Grafik 4.7 Analisis Sentimen



Sumber: Olah Data *Software Nvivo 12 Plus* 2024

Berdasarkan hasil olah data tersebut melalui *Software Nvivo 12 Plus*, menunjukkan bahwa balok dari analisis sentimen pada Platform media sosial Twitter pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 mendapatkan nilai 8 dari skala 20. Sedangkan balok dari analisis sentimen pada Tiktok pasca debat pertama hingga akhir Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden memperoleh nilai 19 dari skala 20.

Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa Tiktok merupakan platform yang analisis sentimenya lebih banyak di bandingkan Twitter pasca debat capres dan cawapres di Indonesia pada tahun 2024. Hal ini dikarenakan, Tiktok memungkinkan pengguna untuk menggunakan efek visual, filter, musik, dan editing video lainnya untuk menambahkan dimensi emosional pada konten mereka. Ini dapat meningkatkan kekuatan visual dalam menyampaikan sentimen dan opini, yang dapat lebih mudah diterima

dan dipahami oleh pemirsa. Sebaliknya, Twitter lebih terbatas dalam hal formatnya yang berbasis teks dan gambar, yang mungkin kurang ekspresif dalam menyampaikan sentimen.

Pada debat pertama hingga akhir sentimen yang diperoleh oleh ketiga paslon di Tiktok dan Twitter berbeda-beda, ada sentimen positif, netral dan ada juga yang negatif.

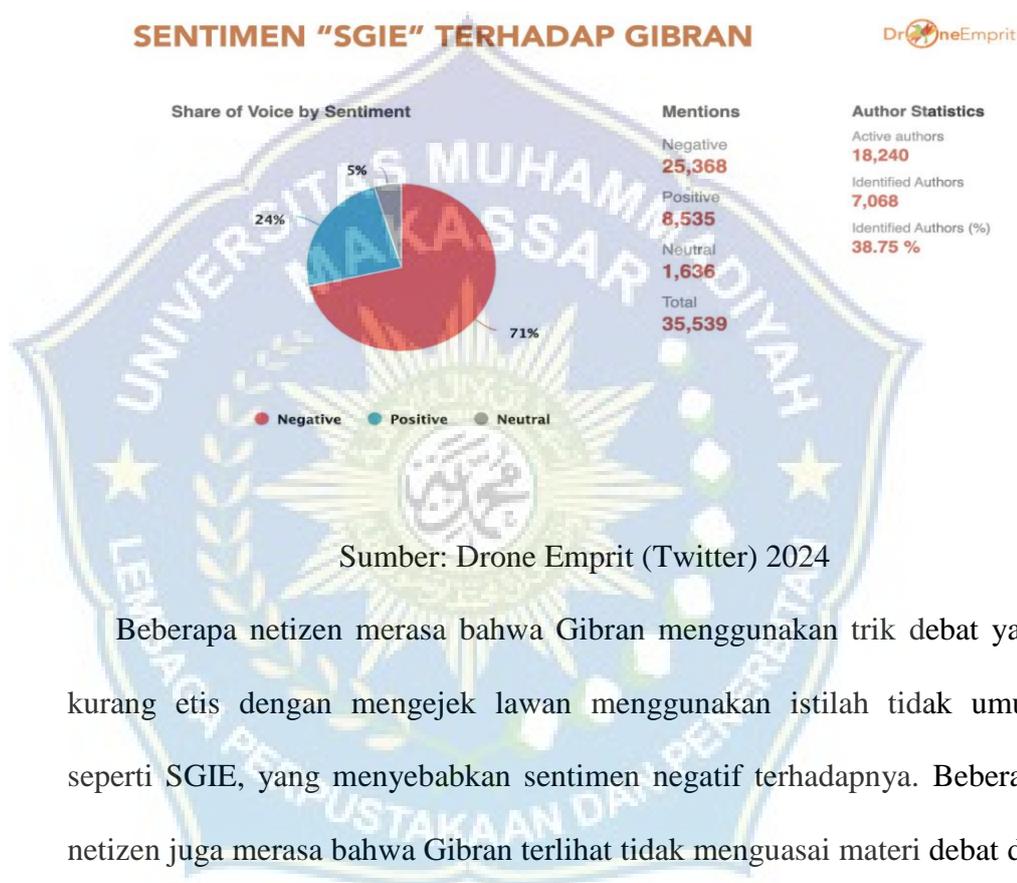
Pada debat pertama sentimen masyarakat terkait ketiga paslon berbeda-beda, baik itu platform Twitter maupun di Tiktok. Pada debat pertama sentimen negatif banyak yang menilai bahwasanya paslon nomor urut 2 (dua) Prabowo tidak dapat mengendalikan emosinya dan dinilai kurang mampu dalam menyampaikan kata-kata. Ada juga yang mengatakan bahwa Anies terlalu pandai dalam beretorika dan berbelit-belit, namun minus dalam prakteknya.

Pada debat kedua di platform Tiktok sentimen masyarakat pada paslon nomor urut satu lebih banyak mendapatkan sentimen negatif dibandingkan dengan paslon nomor urut dua dan nomor urut tiga, di mana masyarakat menganggap bahwa paslon nomor urut satu Muhaimin dinilai cawapres tidak berkualitas selama debat berlangsung, dibandingkan dengan Gibran dan Mahfud MD. Menurut survei Continuum INDEF dari platform Tiktok Muhaimin memperoleh sentimen positif sebesar 4,27%, Gibran sebesar 77,9% dan Mahfud MD sebesar 64,3%.

Sedangkan pada platform Twitter Gibran mendapatkan sentimen negatif yang cukup banyak, ada salah satu kata yang cukup ramai diperbincangkan.

Di mana Gibran sempat mempertanyakan SGIE kepada Muhaimin, sehingga hal itu menuai banyak kritik dari masyarakat. Adapun presentasi grafik dari analisis sentimen terkait SGIE pada platform Twitter yaitu sebagai berikut:

Grafik 4.8 Sentimen SGIE Terhadap Gibran



Beberapa netizen merasa bahwa Gibran menggunakan trik debat yang kurang etis dengan mengejek lawan menggunakan istilah tidak umum seperti SGIE, yang menyebabkan sentimen negatif terhadapnya. Beberapa netizen juga merasa bahwa Gibran terlihat tidak menguasai materi debat dan harus membaca teks untuk menjawab pertanyaan, yang menambah sentimen negatif terhadapnya.

Sebaliknya, ada netizen yang menganggap penggunaan istilah SGIE oleh Gibran tidaklah penting dan hanya menjadi sekadar buzzwords, yang juga menyebabkan kritik terhadapnya. Namun, di sisi lain, ada netizen yang menghargai kerendahan hati Muhaimin Iskandar dalam mengakui

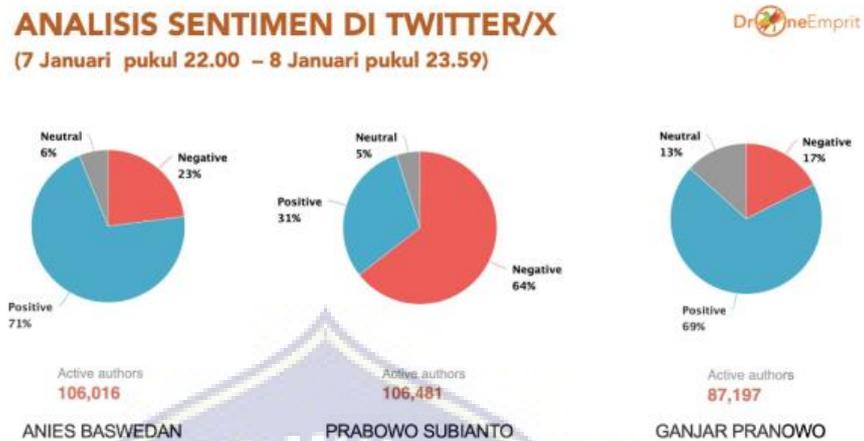
ketidaktahuannya terkait SGIE, yang memberikan apresiasi positif terhadapnya.

Secara keseluruhan, terdapat sentimen negatif terhadap Gibran terkait penggunaan istilah SGIE dalam debat cawapres. Beberapa netizen mengkritiknya karena dianggap menggunakan trik debat yang kurang etis dan mengejek lawan. Namun, ada juga netizen yang mengapresiasi kerendahan hati Muhaimin Iskandar dalam mengakui ketidaktahuannya terkait SGIE.

Pada debat ketiga di platform Tiktok Ganjar dan Anies mendapatkan sentimen negatif yang lumayan banyak, dimana dapat dinilai dari beberapa postingan di Tiktok banyak masyarakat yang menilai bahwa kedua paslon tersebut terlalu merendahkan Prabowo dengan memberikan nilai atas kinerja Prabowo sebagai MENHAN. Di mana Ganjar memberikan skor 5 dari 10 sedangkan Anies memberikan skor 11 dari 100 kepada Prabowo. Namun ada juga yang memberikan sentimen negatif ke Prabowo dikarenakan sering memotong pembicaraan selama debat.

Sedangkan sentimen pada platform Twitter, Prabowo mendapatkan sentimen negatif terbanyak dari pada kedua paslon lainnya. Sebagaimana presentase grafik sentimennya yaitu sebagai berikut:

Grafik. 4.9 Analisis Sentimen Debat Ketiga



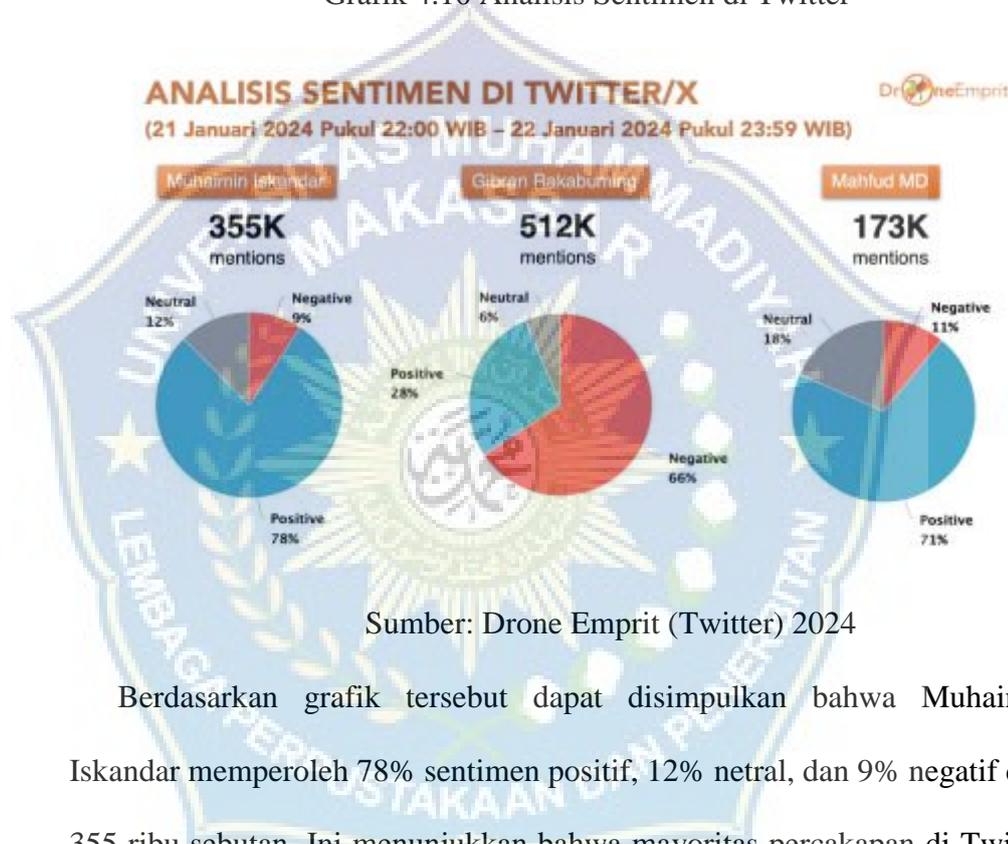
Sumber: Drone Emprit (Twitter) 2024

Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa Anies Baswedan, mendapatkan sentimen positif 71%, sentimen netral 6% dan sentiment negatif 23% dari jumlah penulis aktif 106,016. Adapun Prabowo Subianto mendapatkan sentimen positif 31%, sentimen netral 5% dan sentimen negatif 64% dari jumlah penulis aktif 106,481. Sedangkan Ganjar Pranowo mendapatkan sentimen positif 69%, sentimen netral 13% dan sentimen negatif 17% dari jumlah penulis aktif 87,197.

Pada debat keempat sentimen dari platform Tiktok ketiga paslon cawapres mendapkn berbagai macam sentimen, dimana ada yang mendapatkan penilaian positif, namun ada juga yang memberikan penilaian yang negatif dan netral. Dari ketiga paslon cawapres, Gibran mendapatkan sentiment yang paling tinggi. Hal ini dapat di lihat pada jumlah *views* dan *likes* yang diposting di Tiktok, dimana Gibran dinilai cukup cerdas, tangkas dan menghibur.

Jika pada platform Tiktok Gibran mendapatkan sentimen positif tertinggi dari pada kedua paslon lainnya. Maka pada platform Twitter Gibran justru mendapatkan sentimen positif paling rendah dan sentimen negatifnya cukup tinggi. Hal ini dapat di lihat pada presentasi dari analisis sentimen Drone Emprit di Twitter yaitu, sebagai berikut:

Grafik 4.10 Analisis Sentimen di Twitter



Sumber: Drone Emprit (Twitter) 2024

Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa Muhaimin Iskandar memperoleh 78% sentimen positif, 12% netral, dan 9% negatif dari 355 ribu sebutan. Ini menunjukkan bahwa mayoritas percakapan di Twitter tentang Muhaimin Iskandar cenderung positif.

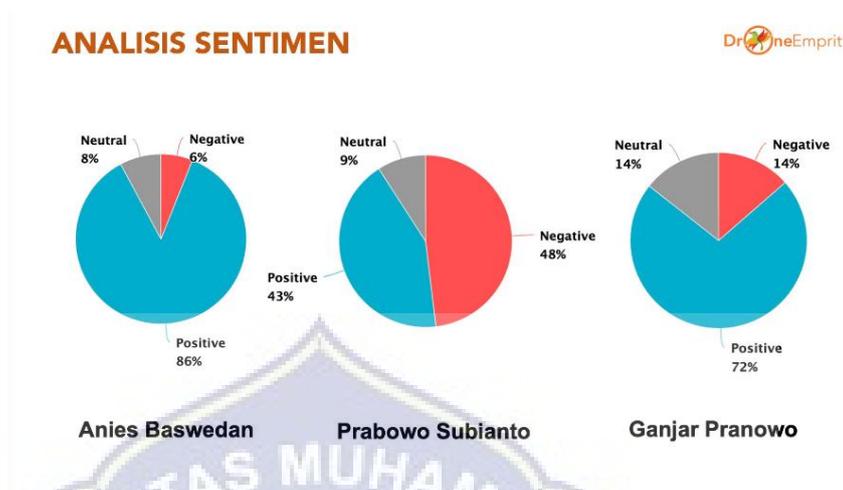
Gibran Rakabuming dengan total 512 ribu sebutan, di mana sentimen negatif mendominasi percakapan di Twitter dengan 66%, sedangkan 28% positif, dan 6% netral. Ini menandakan adanya reaksi negatif yang signifikan dari pengguna Twitter terhadap Gibran Rakabuming dalam konteks waktu yang ditentukan.

Mahfud MD mendapatkan total 173 ribu sebutan, di mana 71% adalah positif, 18% netral, dan 11% negatif. Persentase yang tinggi dari sentimen positif menunjukkan bahwa Mahfud MD secara umum diterima dengan baik oleh pengguna Twitter selama periode tersebut.

Pada debat akhir pilpres 2024 di platform Tiktok Prabowo mendapatkan sentimen yang paling tinggi dari pada Anies dan Ganjar. Hal ini dikarenakan pada akhir sekmen ketiga paslon capres memberikan *closing statement*, di mana masyarakat menilai Prabowo dan Gibran melakukan *closing statement* tanpa menyindir paslon lainnya, dan Prabowo Gibran juga meminta maaf kepada kedua paslon lainnya. Namun berbeda dengan Anies dan Ganjar, masyarakat menilai bahwa kedua paslon tersebut terlihat arogan, sombong dan terlalu menjatuhkan Prabowo.

Tidak jauh berbeda dengan platform Tiktok, di Twitter masyarakat juga menilai bahwa Prabowo sangat rendah hati karena mampu menekan egonya untuk meminta maaf, sedangkan paslon lainnya sibuk dengan dirinya sendiri dan terlalu dinilai ingin menjatuhkan Prabowo. Meskipun demikian Prabowo juga mendapatkan sentimen negatif tertinggi di bandingkan dengan Anies dan Ganjar. Berikut merupakan grafik dari analisis sentimen di Twitter menurut Drone Emprit.

Grafik 4.11 Analisis Sentimen Debat Kelima



Sumber: Drone Emprit (Twitter) 2024

Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa Anies Baswedan mendapatkan sentimen positif 86%, sentimen negatif 6% dan sentimen netral 8%. Sedangkan Prabowo Subianto memperoleh sentimen positif 43%, sentimen negatif 48% dan sentimen netral 9%. Adapun Ganjar Pranowo mendapatkan sentimen positif 72%, sentiment negatif 14% dan sentimen netral 14%.

Meskipun dalam setiap debat Prabowo-Gibran memperoleh sentimen negatif tertinggi, namun Prabowo-Gibran mampu menarik minat publik di setiap debat Pilpres 2024. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya konten di platform Twitter maupun Tiktok yang memberikan dukungan di media sosial.

Berikut merupakan analisis berdasarkan *word cloud* terkait debat pertama hingga akhir di platform Tiktok dan Twitter pada konten yang berkaitan selama

Prabowo Subianto menjadi salah satu nama yang paling menonjol dan erat dikaitkan dengan calon presiden 2024 di kalangan Generasi Z (Gen Z), yang terdiri dari mereka yang berusia antara 17-26 tahun. Kepopuleran Prabowo berhasil mengambil hati kaum muda dengan sikapnya yang tegas dan tenang dalam menghadapi tekanan. Gaya komunikasi dan tingkah Prabowo juga menarik simpatik anak muda karena di anggap luwes, sehingga Prabowo sering di sebut dengan istilah “gemoy”.

Meskipun pada setiap debat pilpres berlangsung Prabowo-Gibran selalu mendapatkan sentimen negatif terbanyak di platform Twitter dan Tiktok, tetapi dilihat dari hasil perolehan akhir Prabowo-Gibran mampu memperoleh suara pemilu terbanyak dibandingkan kedua paslon lainnya yaitu Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud.

Berdasarkan analisis menggunakan teori aktivisme politik media sosial terkait dinamika aktivisme

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan deskriptif analisis yang peneliti lakukan terkait Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pemilu Tahun 2024 dengan mengklasifikasikan karakteristik pada aktivisme politik di media sosial yang terdapat enam indikator utama teori yang dikembangkan di antaranya metrik keterlibatan, penggunaan *hashtag*, analisis konten, analisis jaringan, pola temporal, dan analisis sentimen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pasca Pilpres pada platform Twitter paslon yang paling banyak mendapatkan opini positif adalah paslon Anies-Muhaimin, opini netral paling didominasi oleh paslon Ganjar-Mahfud dan opini negatif paling didominasi oleh paslon Prabowo-Gibran. Sedangkan pada platform Tiktok paslon yang paling banyak mendapatkan opini positif didominasi oleh paslon Prabowo-Gibran, opini netral paling didominasi oleh paslon Ganjar-Mahfud dan opini negatif paling didominasi oleh paslon Anies-Muhaimin.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dengan menganalisa hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis merasa perlu memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya:

1. Peneliti berharap pada peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji serta menganalisis secara mendalam mengenai aktivisme politik di media sosial sebelum dan sesudah debat Pilpres.
2. Peneliti berharap pada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini, dengan mengkaji sentimen publik lebih luas dan dapat menggunakan platform media sosial lain sebagai bahan perbandingan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. (2013). Membangun Sistem Pemilu Online Menggunakan *Advanced Encryption Standard (Aes)*. *Unnes Journal of Mathematics*, 2(2).
- Alita, D., & Isnain, A. R. (2020). Pendeteksian Sarkasme pada Proses Analisis Sentimen Menggunakan *Random Forest Classifier*. *Jurnal Komputasi*. <https://jurnal.fmipa.unila.ac.id/komputasi/article/view/2615>
- Alvin, S. (2019). Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno Melalui Akun @Prabowo dan @Sandiuno. *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/view/2538>
- Ardiansyah, R. (2019). Analisis Sentimen Calon Presiden Dan Wakil Presiden Periode 2019-2024 Pasca Debat Pilpres Di Twitter. *ScientiCO : Computer Science and Informatics Journal*, 2 (1), 21. <https://doi.org/10.22487/j26204118.2019.v2.i1.13068>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arief, R., & Imanuel, K. (2019). Analisis Sentimen Topik Viral Desa Penari Pada Media Sosial Twitter Dengan Metode Lexicon Based. *Jurnal Ilmiah Matrik*. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalmatrik/article/view/727>
- Arif Prasetyo, W., Eka Wisnu, W., & Nurgiansah, T. H. (2022). Pemilihan Umum di Indonesia dalam Perspektif Pancasila. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3217–3225.
- Aulia, S. S., Salsabilla, & Pitakon, F. A. (2023). Analisis Politik Dinasti Jokowi dalam Lensa Patologi Birokrasi: Grand Corruption. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(5), 1044–1053. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/177>
- Bakry, G. N., & Kusmayadi, I. M. (2021). Peran pers sebagai aktor gerakan digital tagar# solidaritasuntukntt di Twitter. *Jurnal Kajian Jurnalisme*. <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme/article/view/33458>
- Bayu, C. (2020). Pengaruh Debat Calon Presiden/Wakil Presiden Terhadap Preferensi Pemilih Pemula pada Pilpres 2019. *Jurnal Translitera*, 9(1), 9–21. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera/article/view/905>
- Christian, C., & Sukendro, G. (2019). Kreatif Hashtag (Analisis Deskriptif Makna Penggunaan Hashtag Pada Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu Di Youtube).

Prologia, 3(1), 54. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6206>

Firmansyah, M. A., Karlinah, S., & Sumartias, S. (2017). Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres. *Jurnal The Messenger*. <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/430>

Gusfa, H., & Kadjuand, F. E. D. (2020). *Political Agonism for Indonesian Cyberpolitic: Critical Cyberculture to Political Campaign of 2019 Indonesian Presidential Election in Twitter*. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(2), 211. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i2.2685>

Handita, D., & Anggraini, L. (2021). Penerapan Pemilu Online Berbasis Aplikasi Smartphone Di Era Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Desain*, July, 848â, 851.

Hermawan, I. (2019). Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method). Hidayatul Quran.

Herpamudji, D. H. (2015). Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hattadan Perang Pencitraan Di Media Massa Dalam Pemilu Presiden 2014. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/view/9809>

Jati, W. R. (2016). Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23524>

Juanita, S. (2020). Analisis Sentimen Persepsi Masyarakat Terhadap Pemilu 2019 Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Naive Bayes. *Jurnal Media Informatika*. [.http://www.ejurnal.stmikbudidarma.ac.id/index.php/mib/article/view/2140](http://www.ejurnal.stmikbudidarma.ac.id/index.php/mib/article/view/2140)

Juditha, C. (2019). Dukungan Sosial Warganet Di Twitter Terhadap Gaya Komunikasi Pasangan Calon Presiden Pada Debat Pemilu 2019. *Jurnal Studi KomunikasidanMedia*. <http://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/1982>

Khatami, M. I. (2022). *Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital dalam Perdebatan Isu "Presiden Tiga Periode" di Twitter*. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/audience/article/view/5484>

Kholid, A., Husein, R., & Mutiarin, D. (2015). "The influence of social media towards student political participation during the 2014 indonesian pelection". *Jurnal Pemerintahan*. <https://jsp.umy.ac.id/index.php/jsp/article/view/192>

Li, W., Ai, P., & Ding, A. (2023). More Than Just Numbers: How Engagement Metrics Influence User Intention to Pay for Online Knowledge Products. *SAGE Open*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.1177/21582440221148620>

- Mustafa, M., & Maharani, R. (2023). Evaluasi Pendaftaran, Verifikasi, dan Penetapan Partai Politik Peserta Pemilihan Umum 2024. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 6(1), 39–59. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v6i1.4327>
- Palupi, G. A., & Tutiasri, R. P. (2023). Pemilih Pemula dan Personal Branding Bakal Calon Presiden 2024 di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Ganjar Pranowo). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. <http://www.jiip.stkipyapisdompu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/3181>
- Pardede, D. (2024). 9 Survei Pilpres 2024 Terbaru, Analisis Hasil Polling atau Survei Hasil Elektabilitas Capres Setelah Debat Ketiga. *TribunKaltim.Co*. <https://kaltim.tribunnews.com/2024/01/10/9-survei-pilpres-2024-terbaru-analisis-hasil-pollingsurvei-elektabilitas-capres-setelah-debat-ke-3>
- Prasetyawan, Y. Y. (2020). Pengalaman Informasi Pemilih Pemula Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Politik dalam Menentukan Pilihan Calon Presiden. *Khazanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i1a3>
- Purtanto, G. W. (2023). 5 Hasil Survei Terbaru Capres-Cawapres Desember 2023: Litbang Kompas hingga Indikator, Siapa Unggul? *Tribunnews.Com*. <https://www.tribunnews.com/mata-lokal-memilih/2023/12/12/5-hasil-survei-terbaru-capres-cawapres-desember-2023-litbang-kompas-hingga-indikator-siapa-unggul?>
- Putri, D. M., Prisant, G. F., Ernungtyas, N. F., & Putri, S. A. (2022). Komunikasi Politik Dan Media Sosial (Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Dalam Melakukan Personal Branding Di Media Sosial Twitter Pada Komunikasi Politik Dan Media Sosial) Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Dalam Melakukan Personal Brand. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 195–207. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i2.1473>
- Simarmata, S. (2014). Media baru, ruang publik baru, dan transformasi komunikasi politik yang ada di Indonesia. *Jurnal Interact. core.ac.uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/304333539>.
- Sinaga, A. B., Effendi, C., Habibie, M., & Adawiyah, S. El. (2023). Gaya Kepemimpinan Anies Baswedan. *Jurnal Politik Swatantra*, 21(2), 179. <https://doi.org/10.24853/swatantra.21.2.179-188>
- Studi, P., Islam, F., & Ushuluddin, F. (2023). *Gunung Djati Conference Series, Volume 19 (2023) CISS 4. 19(2023)*, 530–540.
- Sumarsono. (2024). Hasil Survei Terbaru Elektabilitas Capres-Cawapres Pasca Debat Keempat, Prabowo-Gibran masih Unggul. *TribunKaltara.Com*. <https://kaltara.tribunnews.com/2024/01/23/hasil-survei-terbaru-elektabilitas-capres-cawapres-pasca-debat-keempat-prabowo-gibran-masih-unggul>

- Supriadi, Y. (2017). Relasi ruang publik dan pers menurut Habermas. *Jurnal Jurnalisme*. <http://journal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme/article/view/12228>
- Surya, M. (2021). Profil Gibran Rakabuming Raka Putra Sulung Presiden RI Joko Widodo. *Beritatadiy.Com*. <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/citizen/pr-701563001/profil-gibran-rakabuming-raka-putra-sulung-presiden-ri-joko-widodo>
- Tribunnews. (2023). Hasil Survei Terbaru Litbang Kompas sesuai Debat Cawapres2024. *TribunWoW.Com*. <https://wow.tribunnews.com/2023/12/23/hasil-survei-terbaru-litbang-kompas-sesuai-debat-cawapres-2024-mana-yang-unggul?>
- Vibhisana, A. D. A., Nugroho, M. R. (2023). Di Bawah Kontrol Publik: Analisa kritis penerapan sistem proporsional terbuka maupun tertutup terhadap peluang penguatan kontrol publik pada Pemilu 2024. *Jurnal Bawaslu* <http://journal.bawaslu.go.id/index.php/JBK/article/view/303>
- Widianto, A. A. (2018). Aktivisme, Filantropi Sosial Dan Pemberdayaan Perempuan Di Yogyakarta: Studi terhadap Dinamika Aktivisme Yayasan Sahabat Ibu dalam Pemberdayaan Perempuan di Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 12(2), 193. <https://doi.org/10.14421/jsr.v12i2.1316>
- Widodo. (2024). Hasil Survei Capres 2024 Terbaru Usai Debat Terakhir, Elektabilitas ketiga Calon Presiden yang paling? *BangkaPos.Com*. <https://bangka.tribunnews.com/2024/02/05/hasil-survei-capres-2024-terbaru-usai-debat-terakhir-elektabilitas-siapa-paling-tinggi?>
- Wijaya, yulius S. (2022). Prabowo Subianto Resmi Deklarasi Maju di Pilpres 2024. *CNNIndonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220812211449-617-834112/prabowo-subianto-resmi-deklarasi-maju-di-pilpres-2024>
- Wikipedia. (2024). Pemilihan umum Presiden Indonesia 2024. *Wikipedia*. https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Presiden_Indonesia_2024
- Wulf, V., Aal, K., Abu Kteish, I., Atam, M., Schubert, K., Rohde, M., Yerosusis, G. P., & Randall, D. (2013). *Fighting against the wall: Social media use by political activists in a Palestinian village. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 1979–1988.*

L

A

M

P

I

R

A

N



Name	Codes	References
debat capres kedua tiktok	0	0
debat capres ke tiga	0	0
debat capres keempat	0	0
debat capres kelima	0	0
debat capres pertama	8	2224
debat kedua pilpres twitter	0	0
debat keempat pilpres twitter	0	0
debat kelima pilpres twitter	0	0
debat ketiga pilpres twitter	0	0
debat pertama pilpres twitter	0	0

Reference 2 - 0.01% Coverage
balasan

Reference 3 - 0.01% Coverage
masih bingung haha
tapi setelah debat capres inl Prabowo tersingkir dari

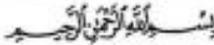
Reference 4 - 0.01% Coverage
27 balasan

Proses Coding data dari platform Twtter dan Tiktok ke masing-masing indikator pembahasan dengan menggunakan *software* Nvivo 12 plus

Word	Length	Count	Weighted Percentage (%)
prabowo	7	1203	9.72
gibran	6	429	3.47
debat	5	211	1.71
sgie	4	133	1.07
2024	4	131	1.06
imin	4	114	0.92
anies	5	110	0.89
ganjar	6	86	0.69
gemoy	5	76	0.61
capres	6	64	0.52
pilpres	7	59	0.48
wowo	4	50	0.40
calon	5	38	0.31

Proses pemilihan kata maupun data terkait dengan indikator pembahasan pada platform Twtter dan Tiktok

Surat Pengantar Penelitian

	Universitas Muhammadiyah Makassar <small>Integrity - Professionalism - Entrepreneurship</small>	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Faculty of Social and Political Sciences <small>Meram Jaya Lantai 5 - Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 9021 Telp: (0411) 866 972 Fax: (0411) 865 588 Official Email: fisp@unismuh.ac.id Official Web: https://fisp.unismuh.ac.id</small>
		
SURAT KETERANGAN PENELITIAN Nomor : 0081/FSP/A.6-VIII/V/1445H/2024 M		
Assalamu Alaikum Wr. Wb.		
Sehubungan dengan rencana penelitian mahasiswa untuk melengkapi data dalam rangka Penulisan Skripsi, maka Pimpinan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :		
Nama Mahasiswa	: Fatima Azahra	
Stambuk	: 105641102420	
Jurusan	: Ilmu Pemerintahan	
Objek Penelitian	: Twitter.	
Judul Skripsi	: "Analisis Konten Media Sosial Twitter Tiga Partai Politik Terbesar di Indonesia"	
Benar akan melakukan penelitian mulai tanggal 18 Januari 2024 s/d 18 Maret 2024.		
Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya		
Jazakumullahu Khaeran Katziraa.		
Wassalamu Alaikum Wr. Wb.		
Makassar, 17 Januari 2024 Ketua Jurusan		 Ahmad Harakany S.IP., M.Hik NBM : 1207 163
	Kemajuan Untuk Bangsa dan Ummat Manusia Ilmu Administrasi Negara - Ilmu Pemerintahan - Ilmu Komunikasi <small>Progress for the Nation and Ummat</small> Public Administration - Government Studies - Communication Science	

Surat Keterangan Bebas Plagiasi



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**
Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972, 861593, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Fatima Azahra
Nim : 105641102420
Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	10 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang dilakukan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 25 April 2024
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,861 593, fax (0411)865 588
Website: www.library.umh.ac.id
E-mail : perpustakaan@umh.ac.id

1

BAB I Fatima Azahra

105641102420

by Tahap Tutup

Submission date: 24-Apr-2024 04:50PM (UTC+0700)
Submission ID: 2360258421
File name: BAB_I_-_2024-04-24T180211.680.docx (48.69K)
Word count: 1720
Character count: 11157

BAB I Fatima Azahra 105641102420

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

nasional.kompas.com

Internet Source

4%

2

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

2%

3

www.viva.co.id

Internet Source

2%

4

id.wikipedia.org

Internet Source

2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



BAB II Fatima Azahra

105641102420

by Tahap Tutup

Submission date: 24-Apr-2024 04:51PM (UTC+0700)

Submission ID: 2360258793

File name: BAB_II_-_2024-04-24T180212.191.docx (134.1K)

Word count: 2334

Character count: 15652



BAB II Fatima Azahra 105641102420

ORIGINALITY REPORT

10%	10%	3%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source		2%
2	www.viva.co.id Internet Source		2%
3	caritulis.com Internet Source		1%
4	ejournal.unisablitar.ac.id Internet Source		1%
5	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source		1%
6	www.mongabay.co.id Internet Source		<1%
7	etd.umy.ac.id Internet Source		<1%
8	lib.unnes.ac.id Internet Source		<1%
9	repository.dinamika.ac.id Internet Source		<1%



10	journals.usm.ac.id Internet Source	<1 %
11	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
12	geograf.id Internet Source	<1 %
13	issuu.com Internet Source	<1 %
14	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
15	docplayer.info Internet Source	<1 %
16	dosensosiologi.com Internet Source	<1 %
17	freddyilhamsyah.wordpress.com Internet Source	<1 %
Exclude quotes <input type="checkbox"/> Off		Exclude matches <input type="checkbox"/> Off
Exclude bibliography <input type="checkbox"/> Off		

BAB III Fatima Azahra

105641102420

by Tahap Tutup

Submission date: 24-Apr-2024 04:52PM (UTC+0700)
Submission ID: 2360259063
File name: BAB_III_-_2024-04-24T180212.476.docx (23.67K)
Word count: 1011
Character count: 6673



BAB IV Fatima Azahra

105641102420

by Tahap Tutup

Submission date: 24-Apr-2024 04:53PM (UTC+0700)

Submission ID: 2360259476

File name: BAB_IV_-_2024-04-24T180213.763.docx (5.17M)

Word count: 8022

Character count: 49743

BAB IV Fatima Azahra 105641102420

ORIGINALITY REPORT

9%	9%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	5%
2	id.wikipedia.org Internet Source	4%

Exclude quotes On Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
LEMBAGA PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

LULUS

turnitin

BAB V Fatima Azahra

105641102420

by Tahap Tutup

Submission date: 24-Apr-2024 04:54PM (UTC+0700)

Submission ID: 2360259653

File name: BAB_V_-_2024-04-24T180213.408.docx (16.72K)

Word count: 603

Character count: 3687

BAB V Fatima Azahra 105641102420

ORIGINALITY REPORT

3% SIMILARITY INDEX **3%** INTERNET SOURCES **0%** PUBLICATIONS **0%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.umy.ac.id Internet Source	2%
2	riapos.jawapos.com Internet Source	2%

Exclude quotes On Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



RIWAYAT HIDUP



Fatima Azahra, dilahirkan di Lambatu Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur pada 11 Mei 2001. Anak kelima dari Anwar dan Murni. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 269 Lambatu dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di MTS Negeri 1 Luwu Timur dan lulus pada tahun 2017. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 3 Luwu Timur dan lulus pada tahun 2020. Penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar pada Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Dengan ketekunan belajar dan terus berusaha serta dukungan dari kedua orangtua, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini di waktu yang tepat. Pada tanggal 08 Mei 2024, penulis dikukuhkan dengan gelar sarjana Ilmu Politik (S.IP) dengan judul penelitian “Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Preesiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024”. Semoga adanya karya ilmiah ini dapat menjadi kontribusi bagi peneliti lain dan bagi penulis sendiri, Terimakasih