

PENGARUH INTERAKSI TIKTOK PARTAI GERINDRA TERHADAP OPINI PUBLIK MENGENAI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI POLITIK DI INDONESIA

Hibban Wilaksana Khairaan¹, Dedi Kurnia Syah Putra²

¹ Prodi S1 Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial , Universitas Telkom
wilaksanahibban@gmail.com

² Prodi S1 Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial , Universitas Telkom
dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The Gerindra Party conducts political communication in the form of interactions on TikTok social media, this study discusses how the interactions carried out by the Gerindra Party can influence public opinion regarding political communication of political parties in Indonesia because the interactions carried out are something that is rarely done by other political parties. This research uses a quantitative approach with an explanatory survey method and the survey used is in online form to collect data which will then be analyzed and the results of the analysis will be explained in general. The results of this study are the discovery of a significant and positive influence and relationship from the interaction of Tiktok Gerindra Party on public opinion regarding political communication of political parties in Indonesia, it can be shown from the results of the analysis that has been carried out by obtaining a correlation coefficient value of 0.773 and a coefficient of determination of 59.4%. These findings can conclude that the interaction of tiktok gerindra party has a strong influence and is related to public opinion regarding political communication of political parties in Indonesia.

Keywords: *TikTok Interaction of Gerindra Party, Public Opinion, Political Communication in social media*

Abstrak

Partai Gerindra melakukan komunikasi politik dalam bentuk interaksi pada media sosial tiktok, penelitian ini membahas bagai mana interaksi yang dilakukan Partai Gerindra dapat mempengaruhi opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia karena interaksi yang dilakukan merupakan hal yang jarang dilakukan oleh partai politik lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif dan survei yang digunakan adalah dalam bentuk online untuk mengumpulkan data yang kemudian akan dianalisis dan hasil analisa akan dijelaskan secara umum. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya pengaruh dan hubungan yang signifikan serta positif dari interaksi Tiktok Partai Gerindra terhadap opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia, dapat ditunjukan dari hasil analisis yang sudah dilakukan dengan didapatkannya nilai koefisien korelasi sebesar 0,773 dan koefisien determinasi sebesar 59,4%. Temuan ini dapat menyimpulkan bahwa interaksi tiktok partai gerindra memiliki pengaruh yang kuat dan berhubungan dengan opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia.

Kata Kunci: Interaksi TikTok Partai Gerindra, Opini Publik, Komunikasi Politik di Media Sosial

I. PENDAHULUAN

Opini publik atau pendapat umum merupakan hasil pikiran dan pandangan mayoritas dari suatu kelompok terhadap suatu hal, baik objek, individu, atau kebijakan tertentu. Opini publik sangatlah penting bagi segala entitas untuk mengetahui cara pandang mayoritas masyarakat dalam menilai segala hal, opini yang didapat juga bisa menjadi alat untuk melakukan evaluasi agar menjadi lebih baik lagi. Opini publik dapat terbentuk dari bagaimana objek melakukan interaksi dengan masyarakat, peran media juga cukup berperan dalam mengarahkan opini masyarakat kepada suatu objek, dengan melakukan interaksi yang baik maka akan baik juga opini masyarakat yang terbentuk, begitu pula sebaliknya, peran media dalam menyampaikan informasi mengenai objek juga sangat membantu masyarakat dalam berperilaku terhadap objek, ditambah lagi dengan era media sosial saat ini yang dapat memberikan informasi dengan sangat cepat yang membuat opini publik dapat berubah dengan sangat cepat. Pada era media sosial yang memungkinkan individu mendapatkan informasi dengan cepat ini, masyarakat yang menggunakannya atau yang bisa disebut dengan warganet, sudah tidak lagi menerima informasi secara satu arah, melainkan semua informasi yang didapat dapat diproses secara dua arah baik dengan pemberi informasi atau bahkan dengan penerima informasi lainnya. Hal ini tentu membuat proses terciptanya opini publik semakin cepat namun juga semakin rumit, karena warganet dapat menilai suatu objek dari informasi yang tidak bersumber dari pihak yang benar dan bertanggung jawab, sehingga objek perlu upaya lebih untuk dapat membuat opini publik yang diinginkan, hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan opini publik yang diinginkan dengan baik salah satunya adalah dengan menciptakan brand image yang kuat sehingga masyarakat dapat mengenali dengan baik karakteristik dari objek yang dinilai serta melakukan interaksi yang intens dengan warganet untuk lebih memperkuat citra objek. media sosial Tiktok di dominasi oleh generasi muda yang mana menggunakan media sosial Tiktok sebagai tempat mencari hiburan melalui konten konten yang tersedia dan dibuat oleh content creator, namun tidak sedikit pula orang yang menggunakan tiktok sebagai media dalam mencari informasi dan berbelanja. Konten konten yang tersedia di tiktok selalu dibuat dengan semenarik mungkin dengan konsep kekinian yang mengikuti trend yang sedang terjadi sehingga dapat menarik perhatian mayoritas pengguna tiktok yaitu generasi muda. Hal ini berbanding terbalik dengan hal hal yang berbau politik dimana mayoritas pengguna media sosial tiktok yang merupakan generasi muda cenderung memandang politik sebagai hal yang kolot atau hanya berebut kekuasaan sehingga generasi muda tidak terlalu tertarik dengan politik, sehingga banyak konten kreator yang mencoba mengemas konten politik dengan sedemikian rupa agar dapat lebih diterima oleh generasi muda mayoritas pengguna tiktok. Tahun 2024 menjadi puncak kampanye partai politik di media sosial, dengan TikTok sebagai platform kunci untuk menjangkau generasi muda. Di tengah maraknya aktivitas partai di TikTok, akun Partai Gerindra menonjol pasca-Pemilu 2024 dengan interaksi yang unik dan konsisten di kolom komentar. Berbeda dari partai lain, Partai Gerindra secara aktif dan konsisten membalas berbagai komentar warganet baik yang relevan, negatif, maupun di luar topik politik dengan bahasa santai dan humoris. Pendekatan interaktif ini menarik perhatian publik dan menandai evolusi strategi komunikasi politik digital, mengundang kebutuhan untuk memahami dampaknya pada opini publik. Dengan adanya komunikasi politik dari Tiktok Partai Gerindra yang membuat banyak pengguna tiktok tertarik untuk melakukan interaksi pada kolom komentar Tiktok Partai Gerindra tentu hal ini akan menciptakan opini publik mengenai komunikasi politik, tidak hanya opini mengenai Partai Gerindra tetapi opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia dalam melakukan komunikasi politiknya.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan berikut merupakan rumusan masalah pada penelitian ini:

1. seberapa besar pengaruh interaksi Tiktok Partai Gerindra dalam mempengaruhi opini publik mengenai komunikasi partai politik di Indonesia?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut merupakan tujuan dari penelitian ini:

1. mengukur dan mengetahui seberapa besar pengaruh Interaksi Tiktok partai gerindra terhadap opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Interaksi

Interaksi merupakan proses komunikasi dimana terdapat hubungan timbal balik antara dua atau lebih komunikan dan komunikator, sedangkan menurut Sudirjo dan Alif (2021) interaksi adalah proses sebab-akibat dan aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Aspek aspek yang mempengaruhi interaksi menurut Sarwono (2010) adalah sebagai berikut:

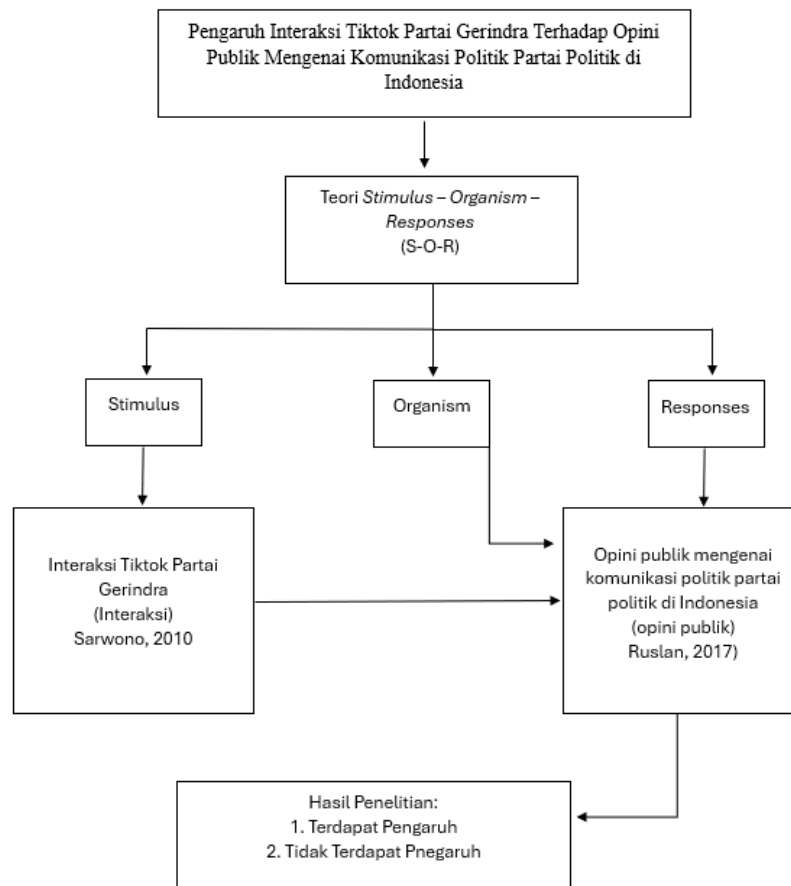
1. Komunikasi
2. Sikap
3. Tingkah Laku

B. Opini Publik

Opini Publik merupakan kumpulan opini yang mayoritas di setuju oleh masyarakat terhadap suatu ha. Sedangkan menurut Herbst (2016) opini publik bukanlah hal yang bersifat statis, melainkan hasil dari proses komunikasi yang dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan, oleh karena itu opini publik bukanlah jumlah opini dari setiap individu, melainkan integritasi pendapat yang didasarkan oleh diskusi yang dilakukan masyarakat luas. Sedangkan faktor faktor yang mempengaruhi terciptanya opini publik menurut Emory S. Bogardus dalam (Ruslan, 2017) adalah:

1. Persepsi
2. Sikap/Pendirian
3. Opini

C. Kerangka Pemikiran



III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode yang digunakan adalah metode survey eksplanatif, survey sendiri adalah sebuah metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari sebuah populasi tertentu dengan cara yang beragam, seperti dengan menggunakan angket atau telepon. Maka dari itu survey eksplanatif merupakan metode survey untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara variabel. Metode ini merupakan metode yang akan digunakan oleh peneliti untuk menjawab masalah dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh interaksi Tiktok Partai Gerindra terhadap opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mendapatkan data dari kuesioner yang disebar secara *online* dengan menggunakan *Google Forms*. Kuesioner ini disebar secara luas dan mendapatkan 160 responden dengan kriteria berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Jawa Barat dan mengetahui adanya interaksi yang dilakukan oleh Partai Gerindra di media sosial Tiktok. Penyebaran dilakukan secara langsung menggunakan media sosial, setelah data terkumpul penulis mendapatkan data responden sebesar 81,3% berusia 21-30 tahun dan domisili responden di dominasi oleh responden berdomisili di Bandung sebesar 48,1% dan Cimahi sebanyak 15%, kemudian penulis mengolah data dengan menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS 27* untuk membantu dalam penulis dalam melakukan pengukuran serta penghitungan. Setelah melakukan pengolahan didapatkan hasil dari penelitian ini seperti berikut:

A. Tabel Rekapitulasi Variabel Interaksi

Tabel 1. Rekapitulasi Variabel Interaksi (sumber: Olahan Penulis, 2024)

No	Sub Variabel	Skor Total	Presentase
1	Komunikasi	2142	83%
2	Sikap	2977	77%
3	Tingkah Laku	2834	73%
Jumlah Skor Total		7953	
Jumlah Skor Ideal		10.240	
Presentase Skor		77%	

No	Sub Variabel	Skor Total	Presentase
1	Komunikasi	2110	84%
2	Sikap	2997	78%
3	Tingkah Laku	3237	84%
Jumlah Skor Total		8344	
Jumlah Skor Ideal		10.240	
Presentase Skor		81%	

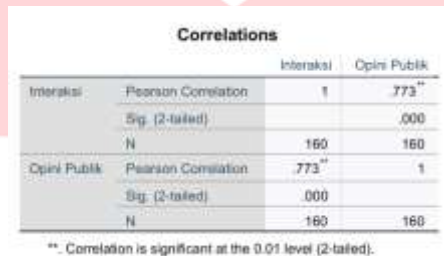
B. Tabel Rekapitulasi Variabel Opini Publik

Tabel 2. Rekapitulasi Variabel Opini Publik (sumber: Olahan Penulis, 2024)

C. Analisis Korelasi

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) yang memaparkan bahwa korelasi adalah metode statistika yang digunakan untuk menentukan kuatnya hubungan linear antara dua variabel atau lebih. Semakin kuat hubungan linear maka semakin kuat pula hubungan linear antara dua variabel, garis linear memiliki ukuran yang dinamakan dengan koefisien korelasi.

Dari hasil yang didapat, diketahui bahwa nilai Pearson Correlation pada kedua variabel adalah 0.773 yang mana nilai ini menandakan adanya hubungan yang kuat antara variabel interaksi (X) dan variabel opini (Y)



		Interaksi	Opini Publik
Interaksi	Pearson Correlation	1	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	160	160
Opini Publik	Pearson Correlation	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	160	160

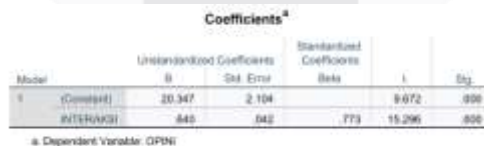
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 1. Hasil Analisis Korelasi
(sumber: Olahan Penulis, 2024)

D. Analisis Koefisien Determinasi

Nilai yang didapat pada analisis ini adalah sebesar 20.347 dan nilai koefisien regresi adalah 0,640 yang mana merupakan nilai dengan sifat positif. Sehingga apabila variabel interaksi memiliki kenaikan satu satuan (1) maka akan mempengaruhi variabel opini yang akan mengalami peningkatan sebesar 0,640.

Dalam analisis ini pula dapat diketahui jika nilai signifikansi yang didapat dalam pengolahan data ini adalah sebesar 0.000 yang mana terdapat ketetapan dalam pengambilan keputusan pada analisis ini yaitu jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$) maka dapat diartikan bahwa variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Karena nilai signifikansi yang didapat adalah 0.00 yang mana nilai ini lebih kecil dari nilai yang sudah ditetapkan yaitu 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa interaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap opini.



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	Sig.
1	(Constant)	20.347	2.104		.000
	INTERAKSI	.640	.042	.773	.000

a. Dependent Variable: OPINI

Gambar 2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi
(sumber: Olahan Penulis, 2024)

E. Uji Hipotesis (t)

Menurut Ghazali (2016) Uji T adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji perbedaan anatara dua kelompok atau lebih. nilai df yang sudah didapatkan adalah sebesar 158 maka nilai yang sesuai dengan r tabel adalah 1.97509. Dengan ditemukannya nilai t tabel yang akan digunakan maka perbandingan

akan dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai dari data yang sudah di olah, berikut merupakan data yang didapatkan dari hasil pengolahan data:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	20.347		9.672	.000
	Interaksi	.640	.042	.773	.000

a. Dependent Variable: Opini

Gambar 3. Hasil Analisis Uji Hipotesis
(sumber: Olahan Penulis, 2024)

Menurut nilai t hitung sebanyak 15.296 dan nilai signifikansi 0.000 dengan kedua nilai ini maka ketetapan untuk mengambil keputusan adalah seperti berikut:

1. Nilai Signifikansi $0.000 < 0,005$
2. Nilai perbandingan t hitung dan t tabel adalah $15.296 > 1.975$

Dengan hasil yang didapat jika merujuk pada ketetapan sebelumnya kedua hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kedua variabel, atau terdapat pengaruh dari interaksi Tiktok Partai Gerindra terhadap opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia atau dengan kata lain hipotesis H1 pada penelitian diterima dan H0 ditolak.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Interaksi Tiktok Partai Gerindra Terhadap Opini Publik Mengenai Komunikasi Politik Partai Politik di Indonesia” dapat disimpulkan bahwa hal yang dilakukan Partai Gerindra yaitu dengan melakukan interaksi di sosial media Tiktok dapat mempengaruhi opini publik mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia secara kuat, signifikan dan positif, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai nilai yang didapat melalui hasil dari uji dan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, yang mana nilai dari hasil analisis yang dilakukan, tidak ada nilai yang menunjukkan variabel interaksi tidak berpengaruh, atau tidak signifikan, atau bersifat negatif kepada variabel opini.

Karakteristik responden yang didapatkan pada penelitian ini juga cenderung didominasi oleh kategori usia 21- 30 tahun, dari hasil penelitian dan jumlah besarnya salah satu kategori usia responden, Maka opini publik dari masyarakat di Jawa Barat khususnya yang berusia 21-30 tahun mengenai komunikasi politik partai politik di Indonesia dapat dikatakan terbentuk atau berubah menjadi lebih positif sebagai respon setelah adanya interaksi Tiktok Partai Gerindra.

REFERENSI

- Encep Sudirjo, & Muhammad Nur Alif. (2021). *Komunikasi Dan Interaksi Sosial Anak*. CV Salam Insan Mulya.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan eksperimen*. Deepublish CV. Budi Utama.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. RajaGrafindo Persada.

Sarwono, W. S. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. RajaGrafindo Persada.

Susan Herbst. (2016). *New Directions in Public Opinion* (2nd edition). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315774367>

