

Efektivitas Kampanye “Desak Anies” Melalui TikTok Terhadap Partisipasi Politik Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor

Dr. H. M. Luthfie¹, M.Si, Yandi Febrian², Koesworo Setiawan, S.Sos., M.IK³

Universitas Djuanda, Indonesia

mluthfie@unida.ac.id¹, febrianyandi@gmail.com², koesworo.setiawan@unida.ac.id³

ABSTRAK

Dilingkungan politik, media sosial digunakan oleh aktor politik untuk membentuk citra diri dan memobilisasi pemilih. Kampanye politik di pemilu 2014 banyak melibatkan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. TikTok, dengan format video pendeknya, menawarkan pendekatan kreatif dan interaktif yang dapat menarik perhatian pemilih, khususnya generasi muda, dengan biaya rendah. Adapun tujuan penelitian ini yakni, mampu mendeskripsikan dan mampu menganalisis efektivitas kampanye Desak Anies untuk peningkatan partisipasi politik pemilihan presiden 2024 di Kota Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanasi dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Probability Sampling dengan teknik Simple Random Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas kampanye "Desak Anies" melalui TikTok memberikan pengaruh positif terhadap partisipasi politik dalam Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor. Semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok oleh pendukung calon presiden 01 untuk mendapatkan informasi kampanye, semakin tinggi pula tingkat partisipasi politik mereka. Indikator dengan skor tertinggi pada efektivitas kampanye adalah Peran Komunikator, sedangkan pada partisipasi politik, skor tertinggi berada pada indikator Konatif.

Kata kunci: Calon Presiden 01, Efektivitas Kampanye, Partisipasi Politik, TikTok.

PENDAHULUAN

Pada bidang politik, media sosial juga digunakan para aktor politik untuk membentuk personal branding atau meningkatkan citra diri. Bahkan kampanye politik pada pemilu 2014 lalu banyak melibatkan peran media sosial. Facebook, Twitter, dan Instagram menjadi media sosial yang

paling sering digunakan untuk mempengaruhi dan memobilisasi masyarakat. Bukan hanya itu, media sosial juga dijadikan sebuah ruangan bebas untuk menyampaikan visi misi hingga berdebat dengan lawan politiknya.

TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang sedang naik daun, menawarkan pendekatan yang berbeda dalam menyampaikan pesan kampanye. Dengan format video pendek yang kreatif dan interaktif, TikTok memiliki potensi besar untuk menarik perhatian pemilih, khususnya dari kalangan generasi muda. Platform ini memungkinkan kampanye politik untuk menyebar dengan cepat dan mencapai audiens yang luas dengan biaya yang relatif rendah.

Pada bidang politik, media sosial juga digunakan para aktor politik untuk membentuk personal branding atau meningkatkan citra diri. Bahkan kampanye politik pada pemilu 2014 lalu banyak melibatkan peran media sosial. Facebook, Twitter, dan Instagram menjadi media sosial yang paling sering digunakan untuk mempengaruhi dan memobilisasi masyarakat. Bukan hanya itu, media sosial juga dijadikan sebuah ruangan bebas untuk menyampaikan visi misi hingga berdebat dengan lawan politiknya.

TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang sedang naik daun, menawarkan pendekatan yang berbeda dalam menyampaikan pesan kampanye. Dengan format video pendek yang kreatif dan interaktif, TikTok memiliki potensi besar untuk menarik perhatian pemilih, khususnya dari kalangan generasi muda. Platform ini memungkinkan kampanye politik untuk menyebar dengan cepat dan mencapai audiens yang luas dengan biaya yang relatif rendah.

Salah satu bentuk kampanye kreatif yakni dengan membuat Desak Anies, dimana pemuda dari berbagai macam latar belakang dapat mengajukan pertanyaan terkait dengan program kerja yang akan dilakukan oleh pasangan calon presiden nomor urut 01. Dilansir dari Tempo.co (Wibowo, 2024).

Berdasarkan kutipan dari Detik.com (Rienepta, 2024) calon presiden Anies Baswedan menyampaikan dialog langsung kepada generasi muda melalui akun TikTok yang merupakan salah satu upaya menghormati masyarakat. Live TikTok yang dilakukan di akun pribadi miliknya yang bertajuk "Temani Saya di Jalan" pada Jumat 29 Desember 2023 pukul 22.00 WIB yang berdurasi 27 menit dengan jumlah penonton 302.700 viewers.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pemilihan presiden 2024 yang dilakukan oleh calon presiden nomor urut 1 menggunakan metode kampanye dimana media sosial khususnya TikTok berperann lebih besar untuk meningkatkan partisipasi dari Masyarakat Kota Bogor.

Peneliti memutuskan untuk mengusung penelitian mengenai perubahan efektivitas dari kampanye di media sosial TikTok dengan judul “Efektivitas Kampanye Desak Anies Melalui TikTok Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pada Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor”.

Adapun tujuan penelitian dari Efektivitas Kampanye Desak Anies Melalui TikTok Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pada Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor yakni, mampu mendeskripsikan kampanye Desak Anies untuk peningkatan partisipasi politik pemilihan presiden 2024 di Kota Bogor dan menganalisis efektivitas kampanye desak Anies di Tiktok dalam meningkatkan partisipasi politik pemilihan presiden 2024 di Kota Bogor.

METODOLOGI

Metodologi menjelaskan tentang metode penelitian apa yang digunakan, bagaimana Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini merupakan penelitian ilmiah sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan. Tujuan dari penelitian kuantitatif ini adalah untuk bisa mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori serta hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena.

Metode penelitian menggunakan metode eksplanasi, menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan observasi sebagai instrument utama untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan explanatory research tujuannya untuk menjelaskan suatu pengaruh, hubungan, serta untuk menjelaskan perbedaan. Peneliti ini memiliki tingkat akurasi yang bisa digunakan untuk mengukur sejauh mana sebab dan akibat dari penelitian dari variabel dengan analisis statistik. Bungin (dalam Hidayat et al., 2022)

HASIL DAN DISKUSI

Efektivitas kampanye merupakan variabel bebas dalam penelitian ini, di mana terdiri dua indikator yakni terdiri dari Peran Komunikator dan Peran Pesan. Berikut ini adalah hasil tanggapan pendukung calon presiden 01, mengenai indikator efektivitas kampanye.

Hasil analisis dari indikator Efektivitas Kampanye dalam Peran Komunikator dan Peran Pesan, terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Rekapitulasi Indikator Efektivitas Kampanye

No	Indikator Efektivitas Kampanye (X1)	Skor Rata-Rata	Kriteria Penafsiran
1	X.1 Peran Komunikator	4,51	Sangat Baik
2	X1.2 Peran Pesan	4,49	Sangat Baik
Rata-rata		4,50	Sangat Baik

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa rata-rata penilaian pengikut calon presiden 01 berdasarkan Efektivitas kampanye (X) sebesar 16,65 dengan kriteria penafsiran Baik. Pada tabel diatas menunjukkan indikator skor tertinggi adalah Peran komunikator yakni sebesar 22,21 dengan kriteria Baik. Hal ini menunjukkan, Efektivitas kampanye oleh Media Sosial tiktok dipengaruhi oleh peran komunikator. Dapat disimpulkan bahwa Efektivitas kampanye yang didasari oleh Peran komunikator dalam kampanye sangat efektif. Hal ini terlihat dari respon terhadap indikator yang terdapat pada variabel Efektivitas kampanye yang tergolong kategori baik.

Berdasarkan hasil penelitian data terhadap Efektivitas kampanye di Tiktok diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,55 dengan kriteria penafsiran Baik. Efektivitas Kampanye di Tiktok adalah kebebasan dalam interaksi, informasi yang cepat, kostumisasi, hiburan dan interaksi. Indikator pertama adalah Peran komunikator, yaitu penggunaan dari individu. Indikator ini memiliki satu item untuk mengukur indikator yakni daya Tarik komunikator, komunikator dalam penyampaian maksud dan tujuannya, komunikator yang dapat dipercaya, kepakaran komunikator mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,52 yang termauk dalam kategori Baik.

Pasangan calon presiden 01 dianggap berhasil dalam kampanye ini karena mereka menggunakan platform TikTok dengan cara yang sangat menarik dan profesional dibandingkan

dengan calon presiden lainnya. Kampanye ini memanfaatkan kreativitas dan fitur-fitur unik dari TikTok, seperti tantangan dan tren musik, untuk menarik perhatian pemilih, terutama generasi muda yang aktif di platform tersebut.

Video-video yang diproduksi terlihat berkualitas tinggi dan menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif, meningkatkan daya tarik dan kredibilitas pasangan calon presiden 01 di mata publik. Penampilan profesional dalam konten kampanye ini memungkinkan pasangan calon untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih inovatif dan relevan, dibandingkan dengan calon presiden lain yang mungkin kurang memanfaatkan potensi TikTok.

Hasilnya, kampanye ini dapat meningkatkan keterlibatan publik, dengan tingkat interaksi yang tinggi seperti jumlah penonton, like, dan share yang menunjukkan efektivitas dalam menjangkau dan mempengaruhi pemilih. Peningkatan kesadaran dan dukungan terhadap pasangan calon presiden 01 juga mencerminkan keberhasilan kampanye ini dalam menarik perhatian dan minat terhadap isu-isu politik yang diangkat.

Komunikator mampu menyampaikan maksud dan tujuan kampanye dengan cara yang menarik dan relevan. TikTok, sebagai platform media sosial yang populer di kalangan pengguna muda, memungkinkan penyampaian pesan kampanye dalam format video pendek yang cepat menarik perhatian.

Untuk mencapai efektivitas, komunikator harus menunjukkan keahlian dan karisma dalam video yang diposting, serta berinteraksi dengan audiens secara aktif untuk meningkatkan kepercayaan dan dukungan. Kreativitas dalam menyajikan konten, seperti melalui tantangan atau meme yang viral, dan kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan singkat, sangat penting.

Pesan yang relevan dengan isu-isu lokal di Kota Bogor akan lebih efektif, dan penggunaan narasi emosional dapat memperkuat dampak pesan. Mengukur metrik kinerja, seperti tayangan, likes, dan komentar, serta memperhatikan umpan balik audiens, akan membantu dalam menilai seberapa baik pesan diterima dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Secara keseluruhan, keberhasilan kampanye di TikTok tergantung pada kemampuan komunikator untuk memanfaatkan platform secara efektif, menarik perhatian audiens, dan menyampaikan pesan yang resonan dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

Kreativitas dan keunikan konten sangat penting, kepercayaan terhadap komunikator sangat berpengaruh pada penerimaan pesan. Komunikator yang dianggap kredibel dan autentik lebih efektif dalam membangun hubungan emosional dengan audiens, serta meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan publik. Strategi yang melibatkan penggunaan data analitik untuk menyesuaikan konten dengan preferensi audiens, serta penyesuaian pesan dengan konteks lokal Kota Bogor, dapat memperkuat dampak kampanye. Evaluasi efektivitas kampanye dapat dilakukan dengan mengukur interaksi, pertumbuhan pengikut, dan umpan balik audiens.

kepakaran komunikator dalam beberapa aspek kunci. Pertama, pemahaman yang mendalam tentang demografi TikTok dan preferensi audiens lokal sangat penting untuk menentukan strategi konten yang sesuai. Kepakaran dalam menciptakan pesan yang jelas, menarik, dan relevan dengan tren TikTok akan mempengaruhi daya tarik kampanye. Kedua, kemampuan komunikator untuk berinteraksi secara aktif dengan audiens melalui komentar dan live sessions dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas.

Gambar 1 Kampanye Desak Anies yang disiarkan di TikTok



Pada cuplikan tersebut Anies baswedan, pada kampanyenya menyampaikan pesan dengan lugas dan tegas dimana hal tersebut mencerminkan pemimpin yang dapat dipercaya, seperti yang diungkapkannya pada pertanyaan yang ditanyakan oleh Aldi mengenai perubahan apa yang akan dilakukan oleh Anies Baswedan.

“Sektor-sektor yang sangat mendasar pada kebutuhan publik, itulah agenda perubahan yang paling utama. dimana sektor pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan di 4 itu pupuk terus-menerus menjadi masalah. harga pangan dirumah-rumah masih terus mahal. bicara tentang peternakan, peternakan menengah kecil berguguran berjatuhan. bicara perikanan tanya kepada para nelayan bagaimana kondisi hidupnya berat sekali. bicara tentang perkebunan sama, tata niaga disana belum tersentuh bila kita ingin harga lebih mahal dan tetap mahal, kebutuhan pokok yang tetap tertinggi kemudian pasokan tertinggi maka tidak ada perubahan. tapi, bila itu ingin lebih murah maka izinkan kami melakukan perubahan untuk aspek itu.” Ungkapnya.

Selanjutnya, pemantauan dan analisis kinerja kampanye secara berkala memungkinkan penyesuaian strategi yang berbasis data, sementara kolaborasi dengan influencer lokal dan penggunaan endorsement dapat memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan kredibilitas. Secara keseluruhan, keberhasilan kampanye ini sangat tergantung pada bagaimana komunikator memanfaatkan platform TikTok secara efektif untuk menjangkau dan memengaruhi audiens di Kota Bogor.

Indikator kedua adalah Peran pesan, yaitu penerimaan informasi yang diterima individu. Indikator ini memiliki dua item untuk mengukur indikator yakni Bahasa yang digunakan praktis, runtutan penyampaian pesan, pesan kinesik, penggunaan fitur yang ada di media sosial. yang termasuk dalam kategori Baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan Di TikTok, bahasa yang digunakan harus santai dan gaul, sesuai dengan preferensi audiens muda yang merupakan pengguna utama platform ini. Pesan dalam video harus disampaikan dengan ringkas dan jelas, mengingat durasi video yang terbatas dan kecenderungan audiens untuk memiliki rentang perhatian yang pendek. Penggunaan elemen visual yang kreatif, seperti musik, efek, dan editing yang menarik, juga berperan penting dalam menarik perhatian dan membuat pesan lebih mudah diingat.

Selain itu, bahasa yang digunakan harus mampu membangkitkan emosi dan menciptakan identitas serta citra positif untuk calon presiden 01. Interaksi langsung dengan audiens melalui komentar, likes, dan shares dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat hubungan dengan pengguna. Dengan mengajak partisipasi audiens dalam tantangan atau tagar kampanye, jangkauan dan pengaruh kampanye dapat diperluas.

Untuk mengukur efektivitasnya, penting untuk memantau tanggapan audiens, seperti jumlah likes, shares, komentar, dan tayangan, serta melakukan survei atau mengumpulkan umpan balik untuk menilai dampak bahasa dan pesan kampanye. Dengan demikian, bahasa yang tepat dan strategi komunikasi yang efektif di TikTok dapat meningkatkan minat dan dukungan terhadap kampanye "Desak Anies" di Kota Bogor.

Strategi konten TikTok memainkan peran penting, di mana jenis konten yang disajikan—baik berupa video kreatif, informatif, atau hiburan—harus relevan dan menarik bagi audiens. Pesan utama kampanye harus disampaikan dengan jelas dan ringkas dalam format video yang sesuai dengan karakteristik platform TikTok.

Kedua, penyampaian pesan yang efektif melibatkan penggunaan format video yang populer, seperti video dengan musik, efek khusus, atau narasi singkat, dan memastikan konsistensi serta frekuensi posting untuk membangun pengenalan pesan. Ketiga, keterlibatan audiens dapat ditingkatkan melalui interaksi langsung, seperti komentar, likes, dan shares, serta dengan menggunakan hashtag yang relevan atau tantangan (*challenges*) yang melibatkan audiens secara aktif.

Keempat, untuk mengukur efektivitas kampanye, penting untuk menganalisis data performa konten TikTok, seperti jumlah views, likes, shares, dan komentar, serta memantau feedback dari audiens untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap pesan kampanye. Akhirnya, dampak pada pemilih di Bogor dapat diukur dengan menilai peningkatan kesadaran dan pengetahuan tentang calon presiden serta perubahan sikap dan preferensi pemilih terkait isu-isu yang diangkat dalam kampanye.

melalui pesan kinesik, yaitu komunikasi non-verbal yang melibatkan bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh. TikTok, sebagai platform berbasis video, memungkinkan kampanye untuk memanfaatkan elemen visual dan gerakan tubuh untuk menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih ekspresif dan menarik. Ekspresi dan emosi yang ditampilkan dalam video TikTok dapat memperkuat pesan politik dengan menciptakan resonansi emosional yang lebih besar di antara pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di platform tersebut.

Kampanye "Desak Anies" yang menggunakan pesan kinesik yang kuat di TikTok dapat memengaruhi persepsi publik terhadap calon presiden dengan menunjukkan sikap percaya diri dan empatik. Untuk memaksimalkan efektivitas, kampanye harus memastikan bahwa konten yang disajikan relevan dengan isu-isu lokal di Kota Bogor, kreatif, dan autentik, serta memanfaatkan interaksi langsung dengan audiens melalui fitur komentar dan reaksi TikTok. Evaluasi efektivitas kampanye dapat dilakukan dengan menganalisis tingkat keterlibatan seperti jumlah tampilan, like, komentar, dan share, serta melakukan survei atau wawancara untuk menilai dampak pesan kinesik terhadap persepsi pemilih dan hasil pemilihan.

penyampaian pesan politik melalui video pendek yang menarik, yang dapat dengan cepat menjangkau audiens dan meningkatkan keterlibatan. Dengan memanfaatkan algoritma TikTok yang menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna, kampanye dapat meningkatkan visibilitas dengan menggunakan hashtag yang relevan dan mengikuti tren saat ini.

Konten kampanye yang kreatif dan edukatif, serta kolaborasi dengan influencer lokal, dapat memperluas jangkauan pesan dan meningkatkan kredibilitas. Fitur komentar dan live streaming di TikTok juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan umpan balik real-time, yang dapat memperkuat hubungan dengan audiens.

Analisis data yang disediakan oleh TikTok, seperti jumlah tayangan, likes, shares, dan komentar, memungkinkan evaluasi kinerja kampanye dan penyesuaian strategi untuk meningkatkan dampak pesan. Memahami demografi pengguna TikTok di kota Bogor dan menyesuaikan konten untuk berbagai segmen audiens dapat lebih memaksimalkan efektivitas kampanye. Secara keseluruhan, dengan memanfaatkan fitur-fitur TikTok secara strategis, kampanye "Desak Anies" dapat secara efektif menarik perhatian dan memotivasi pemilih di kota Bogor.

Gambar 1 Cuplikan Kampanye Desak Anies di TikTok



Kampanye "Desak Anies" menjadi salah satu gerakan yang paling banyak dibicarakan dalam beberapa waktu terakhir. Pesan yang disampaikan dalam kampanye ini sangat kuat dan relevan, terutama karena fokusnya pada gerakan perubahan yang diharapkan dapat membawa perubahan positif di masyarakat. Salah satu aspek yang paling menarik dari kampanye ini adalah bagaimana pesan tersebut dirancang dan disampaikan kepada khalayak.

Pesan utama dari kampanye ini adalah ajakan untuk mendorong perubahan yang lebih baik di masa depan, dan ini tercermin dalam berbagai strategi komunikasi yang digunakan. Kampanye ini menggunakan slogan yang sangat sederhana namun kuat, sehingga mudah

diingat oleh para pendukungnya. Slogan ini tidak hanya disampaikan dalam bentuk kata-kata, tetapi juga disertai dengan bahasa isyarat. Ini menunjukkan betapa inklusifnya gerakan ini, dengan memastikan bahwa pesan tersebut dapat dipahami oleh banyak orang, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan pendengaran.

Slogan yang disampaikan dengan bahasa isyarat ini juga memiliki daya tarik visual yang kuat. Ketika seseorang melihat atau mendengar slogan tersebut, mereka juga dapat melihat bagaimana isyarat tangan yang menyertainya memberikan makna yang lebih dalam. Ini menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih interaktif dan mengesankan, sehingga pesan kampanye menjadi lebih melekat dalam ingatan para pendukungnya. Selain itu, pendekatan ini juga membuat kampanye "Desak Anies" menjadi lebih mudah diakses oleh berbagai kelompok masyarakat, termasuk mereka yang mungkin memiliki keterbatasan dalam memahami komunikasi verbal.

Partisipasi politik merupakan variabel bebas dalam penelitian ini, di mana terdiri tiga indikator yakni terdiri dari Kognitif, Afektif dan Konatif. Berikut ini adalah hasil tanggapan pendukung calon presiden 01, mengenai indikator Partisipasi politik. Hasil analisis dari indikator Partisipasi politik dalam Kognitif, Afektif, Konatif. Sebagai berikut:

Tabel 2 Rekapitulasi Indikator Partisipasi Politik

No	Indikator Partisipasi Politik (Y)	Skor Rata-Rata	Kriteria Penafsiran
1	Kognitif	4,54	Sangat Baik
2	Afektif	4,49	Sangat Baik
3	Konatif	4,52	Sangat Baik
Rata-rata		3,38	Baik

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa rata-rata penilaian pengikut calon presiden 01 berdasarkan Partisipasi politik (X) sebesar 22 dengan kriteria penafsiran **Baik**. Pada tabel diatas menunjukkan indikator skor tertinggi adalah **Afektif** yakni sebesar **22,2** dengan kriteria **Baik**. Hal ini menunjukkan, Partisipasi politik dipengaruhi oleh afektif. Dapat disimpulkan bahwa Partisipasi politik yang didasari oleh afektif berdasarkan aspek emosional dan sikap individu terhadap politik dalam kampanye sangat efektif. Hal ini terlihat dari respon terhadap indikator yang terdapat pada variabel Partisipasi politik yang tergolong kategori baik.

Pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran politik memengaruhi tingkat partisipasi pemilih. Pengetahuan yang mendalam tentang proses pemilihan, calon presiden, dan program-program mereka dapat mendorong pemilih untuk lebih aktif. Kesadaran mengenai isu-isu politik yang penting dan dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari juga dapat meningkatkan minat dan motivasi untuk memilih. Sikap positif terhadap demokrasi dan norma sosial yang mendukung partisipasi dalam pemilihan turut memengaruhi keputusan individu untuk memberikan suara. Selain itu, kemudahan akses ke informasi mengenai pemilihan dan penggunaan platform digital untuk mempermudah pendaftaran serta proses pemungutan suara dapat membantu meningkatkan keterlibatan pemilih.

Gambar 2 Desak Anies melalui siaran TikTok



Potongan cuplikan dimana Anies Baswedan menyampaikan mengenai pemahaman Agraria, Perempuan, Politik dan penyampaian pesan Gerakan Perubahan. Pemahaman mengenai agraria dimana Anies Baswedan menekankan pentingnya reformasi agraria yang adil dan inklusif sebagai bagian dari upaya untuk memperbaiki kesejahteraan rakyat. Ia menyoroti bahwa ketimpangan kepemilikan lahan harus diatasi melalui kebijakan yang berpihak kepada masyarakat kecil, termasuk petani.

Selanjutnya, Anies Baswedan menjelaskan pemahaman penting mengenai Perempuan, dimana Anies juga menyoroti peran penting perempuan dalam pembangunan bangsa. Ia mendorong peningkatan partisipasi perempuan dalam politik dan pengambilan keputusan, serta memperjuangkan kesetaraan gender. Pandangannya mencerminkan pemahaman tentang tantangan yang dihadapi oleh perempuan dalam politik, seperti hambatan struktural yang sering kali menghalangi perempuan untuk mencapai posisi kepemimpinan. Selain itu kampanye ini menekan pada pemahaman Politik, Anies menekankan bahwa gerakan perubahan yang ia bawa bukan sekadar mencari suara, tetapi bertujuan untuk membawa misi besar perubahan yang

berkelanjutan. Ia percaya bahwa politik harus menjadi alat untuk membawa kebaikan bagi masyarakat luas, bukan sekadar untuk meraih kekuasaan.

Pemahaman terakhir yang disampaikan yakni Gerakan Perubahan, Anies mengartikulasikan bahwa gerakan perubahan yang ia usung adalah sebuah upaya untuk melakukan perbaikan secara menyeluruh dalam sistem pemerintahan dan tata kelola negara. Ia berkomitmen untuk tetap konsisten dalam memperjuangkan perubahan, terlepas dari hasil pemilihan presiden.

Indikator kedua adalah Afektif, yaitu berkaitan dengan aspek emosional dan sikap individu terhadap politik termasuk dalam kategori Baik. Pertama, keterhubungan emosional dengan kandidat sangat mempengaruhi, di mana citra positif dan pesan kampanye yang menggugah emosi mampu membangun rasa kedekatan dan motivasi pemilih untuk berpartisipasi. Kedua, pengalaman sosial dan komunitas juga berperan penting; keterlibatan komunitas lokal dan dukungan dari keluarga serta teman dapat meningkatkan rasa tanggung jawab dan keterlibatan politik. Selain itu, kesejahteraan emosional dan psikologis pemilih juga mempengaruhi, dengan kepuasan atau kekecewaan terhadap pemerintah yang sedang berkuasa serta harapan terhadap perubahan dapat mendorong partisipasi. Informasi dan edukasi politik juga sangat berpengaruh; pendidikan politik yang efektif dan informasi yang menyentuh perasaan pemilih dapat meningkatkan partisipasi. Terakhir, keamanan dan aksesibilitas turut berperan; rasa aman dan kemudahan akses ke tempat pemungutan suara dapat mempengaruhi keputusan individu untuk berpartisipasi dalam pemilihan. Faktor-faktor afektif ini secara keseluruhan mempengaruhi tingkat partisipasi politik dan harus dipertimbangkan dalam merancang strategi kampanye untuk pemilihan presiden 2024 di Kota Bogor.

Gambar 3 Kampanye Desak Anies di TikTok



Meskipun tanpa mobilisasi atau insentif, massa yang hadir terlihat antusias dan bersemangat. Ini menunjukkan bahwa kampanye ini telah berhasil menggugah hati banyak orang yang merasa bahwa perubahan yang diusung gerakan ini adalah sesuatu yang sangat penting dan relevan.

Kehadiran tanpa paksaan ini memperlihatkan bahwa dukungan terhadap kampanye "Desak Anies" adalah sesuatu yang murni dan tulus.

Dalam kampanye "Desak Anies", orang-orang datang bukan karena keuntungan pribadi, tetapi karena keyakinan bahwa perubahan yang diusung adalah sesuatu yang harus diperjuangkan bersama. Ini menciptakan suasana solidaritas yang kuat di antara para peserta, yang semuanya merasa memiliki tujuan yang sama. Suasana ini diperkuat oleh kehadiran para artis yang juga menunjukkan bahwa mereka, sebagai figur publik, juga peduli dan ingin menjadi bagian dari gerakan ini. Hal ini menunjukkan kedekatan emosional dengan Anies Baswedha yang membuat pendukungnya rela melakukan hal tersebut.

Indikator ketiga Konatif berkaitan dengan aspek perilaku atau Tindakan. dengan kategori Baik. Kesadaran dan Pengetahuan Politik, peningkatan akses informasi dan edukasi politik, seperti program pendidikan pemilih, seminar, dan kampanye informasi, dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memilih dan cara berpartisipasi. Media sosial dan teknologi juga berperan penting dalam menyebarkan informasi politik dan menarik perhatian pemilih muda. Motivasi dan Kepentingan Pribadi, individu yang merasa terhubung dengan calon presiden atau yang calon tersebut menjawab kebutuhan dan aspirasi lokal mereka cenderung lebih termotivasi untuk berpartisipasi. Isu-isu lokal, seperti pembangunan infrastruktur atau kesejahteraan sosial, dapat meningkatkan kepentingan pribadi dalam pemilihan presiden.

Partisipasi dalam Aktivitas Kampanye, keterlibatan dalam berbagai kegiatan kampanye, seperti menghadiri pertemuan atau berpartisipasi dalam acara komunitas, dapat memotivasi warga untuk lebih aktif dalam pemilihan. Menjadi relawan atau mendukung kampanye calon presiden juga memberikan rasa tanggung jawab dan keterlibatan yang dapat meningkatkan partisipasi.

Fasilitas dan Aksesibilitas, aksesibilitas yang baik ke tempat pemungutan suara dan prosedur pemungutan suara yang sederhana dapat mengurangi hambatan dan mempermudah warga untuk memilih. Penempatan TPS yang strategis dan pelayanan yang efisien dapat mendorong lebih banyak orang untuk berpartisipasi.

Pengaruh Sosial dan Budaya, pengaruh dari keluarga, komunitas, dan norma sosial yang menekankan pentingnya hak suara dan tanggung jawab politik dapat memotivasi individu

untuk terlibat dalam pemilihan. Jika lingkungan sosial mendukung dan mendorong untuk memilih, individu lebih cenderung untuk berpartisipasi.

Gambar 4 Kampanye Desak Anies di TikTok



Dalam kampanye terakhir "Desak Anies," para pendukung gerakan ini memiliki kesempatan unik untuk terlibat secara langsung dengan menghadiri sebuah pesta rakyat yang berlangsung di Jakarta International Stadium (JIS). Acara ini berhasil menarik ribuan orang, menunjukkan antusiasme yang besar dan partisipasi politik yang tinggi dari berbagai lapisan masyarakat.

Dengan dihadiri oleh ribuan orang, acara ini menjadi bukti nyata bahwa gerakan "Desak Anies" telah berhasil menarik perhatian masyarakat secara luas. Jumlah massa yang hadir menunjukkan bahwa banyak orang merasa terhubung dengan isu-isu yang diangkat oleh gerakan ini dan ingin berperan serta dalam proses perubahan yang mereka perjuangkan. Ini adalah bentuk partisipasi politik yang sangat signifikan, karena melibatkan banyak orang dalam kegiatan yang menggerakkan kesadaran dan kepedulian mereka terhadap isu-isu sosial dan politik.

Selain itu, kehadiran ribuan orang di JIS juga menunjukkan bahwa gerakan ini memiliki daya tarik yang kuat di kalangan masyarakat urban. Jakarta, sebagai pusat politik dan ekonomi Indonesia, menjadi tempat yang strategis untuk menggelar acara sebesar ini. Partisipasi ribuan orang di JIS menegaskan bahwa gerakan "Desak Anies" memiliki relevansi yang luas dan mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat di kota besar ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Efektivitas Kampanye “Desak Anies” melalui Tiktok terhadap Peningkatan Partisipasi Politik Pada Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Efektivitas Kampanye “Desak Anies” melalui Tiktok termasuk kategori skala penilaian Baik, khususnya pada indikator peran komunikator yang mendapat skala penilaian Baik. Artinya, Efektivitas kampanye memberikan pengaruh dari peran komunikator yang baik bagi pendukung pasangan calon presiden 01 di Kota Bogor. Indikator peran komunikator menjadikan tiktok sebagai tempat untuk menyebarkan pesan kampanye dari pasangan calon presiden 01 dengan siaran Live streaming “Desak Anies” di Tik Tok.
2. Partisipasi politik di Kota Bogor, berada dalam kategori Sangat Baik. Penilaian tertinggi pada Tingkat Kognitif dalam kategori Sangat Baik. Artinya, pasangan calon presiden 01 dalam kampanye “Desak Anies” memberikan berhasil memberikan informasi yang kuat dan relevan kepada pemilih, sehingga mereka memiliki pemahaman yang baik mengenai isu-isu yang diangkat dalam kampanye tersebut dan memberikan dampak bagi pendukung pasangan calon presiden 01 di Kota Bogor.
3. Efektivitas kampanye “Desak Anies” melalui Tik Tok memberikan pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik pada pendukung pasangan calon presiden 2024 di Kota Bogor. Tingginya komunikasi dalam kampanye yang meningkat, maka dari itu partisipasi politik yang terjadi pada pendukung pasangan calon presiden 01 di Kota Bogor juga akan meningkat, seperti efektivitas kampanye yang menunjukkan tingginya minat peran komunikator dalam kampanye mempengaruhi partisipasi dalam suatu sikap afektif dari pendukung di Kota Bogor.

REFERENSI

- Abdullah. (2015). Metodologi Penelitian. Aswaja.
- Agung, I. M. (2016). Praktikum SPSS. Fakultas Psikologi.
- Al Hanif, D. R., Mahdalena, V., & Handayani, L. (2023). Efektivitas Komunikasi Kesehatan Melalui Short Video Bagi Perubahan Perilaku Kesehatan. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 218–228. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5725>

- Apriliana, J., Setyabudi, D., & Nugroho, A. (2024). Pengaruh Terpaan Kampanye KPU Goes To Campus dan Berita Sanksi Pidana Mengajak Orang Lain Golput Terhadap Intensi Perilaku Anti Golput.
- Clara, I., Lengkoan, J., & Kumayas, N. (2022). Efektivitas Program Relawan Demokrasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum 2019 Di Kota Bitung. 2(1), 1–12.
- Dewi, & Ayunita, D. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 23 (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk pencegahan corona covid - 19 1). 5(2), 70–80.
- Hidayat, H., Anggrain, L., Ridha, M., Sami'an, & Swarnawat, A. (2022). PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DAN GAYA KOMUNIKASI PIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PTS DI RIAU. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1).
- Ichwanusafa, R., & Aji, M. P. (2024). 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Generasi Z di UPN Veteran Jakarta 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline Gambar 1 Negara Dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di . 2(4), 329–337.
- Merdekawati, A. (2024). Legalitas Upaya Propaganda Pencitraan Politis Capres dalam Negosiasi Pemilu 2024 (Perspektif Hukum dan Komunikasi). 4, 12389–12406.
- Nazma, A. A., & Kn, J. (2024). Kampanye Kreatif Calon Presiden Anis Baswedan pada Media Sosial TikTok. 3(3), 86–93.
- Nurudin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. *Media Sahabat Cendikia*.
- Priyono. (2017). Penelitian Kuantitatif. Zifatama Publishin.
- Putri, N. K. D. B. Y., Wijaya, I. M. G. P., & Gunawan, I. G. G. A. (2023). Respon Siswa Terhadap Media Pembelajaran Google Classroom Dalam Mata Pelajaran Seni Budaya Pada Siswa Kelas X Usaha Perjalanan Wisata (Upw) 1 Smk Negeri 5 Denpasar Tahun Pelajaran 2021/2022. *Batarirupa: Jurnal Pendidikan Seni*, 3(1), 80–94. <https://doi.org/10.59672/batarirupa.v3i1.2970>
- Sanjaya, W. (2015). *Perencanaan & Desain Sistem Pembelajaran*. Prenamedia Group.

- Sari, A. P., Rinaldo, R., & Fardiana, E. (2011). DIGITAL OPINION # PuanAdalahHarapan DI MEDIA SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS. 19–29.
- Sitoyo, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sitoyo, SKM, M. Kes M. Ali Sodik , M.A.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, penerbit. Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). Motode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Prenamedia Group.
- Yusuf, M. (2016). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Kencana.