
Efektivitas Pesan Komunikasi Politik Anies Rasyid Baswedan #WaktunyaPerubahan di Media Tiktok pada Minat Anak Muda Wilayah Ciputat

Muhammad Adli Hakim¹, Santos Winarso Dwiyo²

^{1,2}Universitas Esa Unggul Jakarta, Indonesia

E-mail: adlihakimbinsyair@gmail.com¹

Article History:

Received: 05 Agustus 2026

Revised: 20 Agustus 2026

Accepted: 26 Agustus 2026

Keywords: komunikasi politik; efektivitas pesan; TikTok; pemilih muda; kampanye digital; #WaktunyaPerubahan

Abstrak: Perkembangan media sosial telah memperluas praktik komunikasi politik, terutama dalam menjangkau kelompok pemilih muda. TikTok menjadi salah satu platform yang dimanfaatkan oleh aktor politik untuk menyampaikan pesan kampanye, termasuk Anies Rasyid Baswedan melalui kampanye #WaktunyaPerubahan pada Pemilihan Presiden Indonesia 2024. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan melalui TikTok di kalangan anak muda di wilayah Ciputat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur enam indikator efektivitas komunikasi, yaitu penerima pesan, isi pesan, media komunikasi, format pesan, sumber pesan, dan ketepatan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi politik #WaktunyaPerubahan berada pada kategori sangat efektif. Seluruh indikator efektivitas komunikasi juga menunjukkan kategori yang sama, yang mengindikasikan bahwa pesan mampu menjangkau, diterima, dan dipahami secara baik oleh responden muda. Meskipun demikian, tingginya efektivitas pesan tidak secara langsung tercermin dalam perolehan suara pasangan Anies–Muhaimin di wilayah penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi politik melalui media sosial tidak dengan sendirinya menentukan pilihan elektoral, karena keputusan memilih turut dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, politik, dan individual. Penelitian ini menegaskan peran TikTok sebagai medium komunikasi politik yang efektif dalam menjangkau pemilih muda, sekaligus memperlihatkan adanya perbedaan antara keberhasilan penyampaian pesan digital dan pembentukan pilihan politik.

PENDAHULUAN

Di era modern seperti sekarang ini, perkembangan teknologi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi dan menyampaikan pesan. Segala bentuk informasi kini dapat dengan mudah diakses hanya melalui genggaman tangan, yakni dengan membuka platform media sosial yang tersedia di *smartphone*. Kemudahan akses ini menjadikan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media penyebaran berbagai informasi, seperti informasi politik. Salah satu platform media sosial yang telah ramai menjadi bahan perbincangan di kalangan anak muda adalah Tiktok. Pemanfaatan media Tiktok sebagai sarana komunikasi politik dinilai efektif karena mampu menjangkau berbagai kalangan terutama anak muda.

Komunikasi bisa diartikan sebagai serangkaian tindakan atau peristiwa yang berhubungan satu sama lain dan terjadi secara bertahap (Oktarina, Yetty & Abdullah, Yudi, 2017). Setiap langkah dalam proses komunikasi saling memengaruhi dan sangat penting untuk memastikan bahwa pesan tersampaikan dengan baik, itulah sebabnya diperlukan efektivitas dalam komunikasi. Dalam dunia politik, efektivitas pesan sangat berperan penting karena menentukan seberapa besar pesan politik dapat mempengaruhi opini, sikap, dan keterlibatan publik. Salah satu tokoh politik yang terkenal memiliki gaya komunikasi yang khas yaitu Anies Rasyid Baswedan.

Anies Rasyid Baswedan dikenal melalui berbagai kebijakan dan program yang menekankan pada perubahan selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022. Pada tahun 2024, tepatnya pada masa kampanye pemilihan presiden gagasan mengenai perubahan tersebut kembali diangkat dalam komunikasi politiknya melalui tagar #WaktunyaPerubahan. Tagar tersebut menjadi sinyal penting atas kebutuhan bangsa yang membutuhkan perubahan yang lebih baik. Melalui tagar #WaktunyaPerubahan, Anies Rasyid Baswedan berusaha menyampaikan pesan simbolik bahwa negara membutuhkan kebijakan dan arah baru yang dapat membawa perubahan besar bagi masyarakat khususnya untuk hal ini warga Kecamatan Ciputat. Anies Rasyid Baswedan menggunakan Tiktok sebagai wadah komunikasi karena Tiktok memiliki potensi yang besar untuk menarik perhatian publik terutama generasi muda, sehingga pesan politik dapat dilakukan dengan cepat (Luthfie et al., 2024).

Menurut data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (DISDUKCAPIL), kecamatan Ciputat memiliki tujuh kelurahan dengan jumlah penduduknya mencapai 231.773 jiwa. Dalam penelitian ini, fokus akan diarahkan pada tiga kelurahan yaitu kelurahan Jombang, Serua, dan Sawah Baru, dengan sasaran penelitian pada kalangan anak muda berusia 17-25 tahun yang saat ini sedang aktif menggunakan sosial media khususnya tiktok, sebagai sarana hiburan, komunikasi, dan sumber informasi termasuk informasi mengenai politik. berdasarkan data kependudukan, jumlah penduduk untuk kalangan usia muda (17-25 tahun) di ketiga kelurahan tersebut yaitu 6618 jiwa di Kelurahan Jombang, 6022 jiwa di Kelurahan Serua, dan 4393 jiwa di Kelurahan Sawah Baru.

Pemilihan ketiga Kelurahan tersebut didasarkan pada besarnya jumlah populasi anak muda di tahun 2024 dan juga letak geografis antarwilayah yang saling berdekatan. Kelompok usia ini dipilih karena cenderung responsif terhadap pesan politik yang dikemas secara kreatif dan merupakan target yang tepat untuk membangun kesadaran dan dukungan politik melalui media sosial tiktok. Dengan demikian, kelompok usia ini dianggap relevan untuk mengetahui tingkat efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan melalui tagar #WaktunyaPerubahan, yang bertujuan untuk mengajak generasi muda untuk berpartisipasi aktif dalam mewujudkan perubahan ke arah pemerintahan yang lebih baik lagi.

Melalui akun media sosial tiktok miliknya, Anies Rasyid Baswedan mengunggah sebuah potongan video debat terakhirnya pada acara debat calon presiden 2024. Video tersebut

menampilkan gerakan tangan yang mengisyaratkan tentang #WaktunyaPerubahan sebagai simbol ajakan kepada masyarakat untuk bersama-sama melakukan perubahan menuju pemerintahan yang lebih baik. Tagar yang dibuatnya menjadi elemen penting dalam strategi komunikasi politiknya, karena pesan tersebut terlihat sederhana namun mudah diingat dan dipahami oleh masyarakat luas terutama kalangan anak muda. Dengan gaya penyampaian yang tegas dan ekspresif, unggahan video tersebut menunjukkan kepemimpinan yang optimis disertai semangat yang tinggi. Hingga saat ini, unggahan tersebut telah ditonton lebih dari enam juta kali, dimana hal ini menunjukkan bahwa pesan politik yang disampaikan melalui media tiktok mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, khususnya anak muda yang aktif di media tiktok.

Besarnya potensi media tiktok terhadap pembentukan opini publik, penggunaan tagar #WaktunyaPerubahan yang diusung oleh Anies Rasyid Baswedan menjadi salah satu contoh bahwa pesan politik dapat dikemas secara sederhana dan menarik perhatian untuk menciptakan kedekatan emosional dan membangun dukungan publik khususnya dikalangan anak muda dalam dunia politik.

Dalam penelitian ini, akan melibatkan responden dikalangan anak muda usia 17-25 tahun dari tiga kelurahan (Jombang, Serua, dan Sawah Baru) di kecamatan Ciputat yang bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan dengan tagar #WaktunyaPerubahan melalui media tiktok. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara jelas tentang adanya media tiktok sebagai alat untuk berkomunikasi secara politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, yaitu paradigma penelitian kuantitatif yang diasumsikan bahwa suatu gejala sosial dapat diklasifikasikan kedalam variabel-variabel terukur yang bersifat kausal atau sebab-akibat (Sugiyono, 2017). Paradigma ini menekankan bahwa hipotesis yang telah dilakukan dapat diuji melalui analisis statistik terhadap data numerik dan objektif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data secara sistematis dari sejumlah responden. Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei akan digunakan untuk mengetahui pendapat, sikap, atau karakteristik populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai sarana pengumpulan data (Creswell & Creswell, n.d.). Efektivitas pesan komunikasi dapat diukur berdasarkan tanggapan dari responden melalui pengisian kuisisioner yang nantinya akan direpresentasikan ke dalam bentuk numerik atau angka.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang digunakan untuk memperoleh informasi sesuai dengan variabel yang diteliti. Pengisian kuisisioner akan dilakukan oleh kalangan anak muda berusia 17-25 tahun yang sudah memiliki hak untuk memilih dan berdomisili di ketiga kelurahan yang ada di kecamatan ciputat. Untuk data sekunder akan digunakan data berupa jumlah penduduk yang ada di tiga kelurahan kecamatan ciputat di tahun 2024, serta jumlah penduduk dan minat kalangan anak muda berusia 17-25 tahun. Data sekunder ini akan digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat landasan penelitian. Data ini diperoleh dari instansi resmi yaitu Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (DISDUKCAPIL). Dengan demikian kedua data dalam penelitian ini akan saling melengkapi satu sama lain untuk memberikan hasil gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas pesan komunikasi politik.

Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai area wilayah generalisasi yang mencakup subjek maupun objek dengan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dapat diteliti dan digunakan

sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi menjadi dasar penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara tepat. Populasi penelitian ini yaitu seluruh penduduk berusia 17-25 tahun yang berdomisili di tiga kelurahan di Kecamatan Ciputat. Kelompok usia tersebut dipilih karena merepresentasikan kategori kalangan anak muda yang menjadi target utama dalam analisis efektivitas pesan komunikasi politik melalui media Tiktok. Jumlah populasi di Kelurahan Jombang, Serua, dan Sawah Baru sebanyak 17.033 jiwa. Populasi ini akan menjadi dasar dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin.

Sampel penelitian ditentukan melalui metode teknik *simple random sampling* atau pengambilan sampel sederhana, yang berarti sampel diambil secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan tingkatan atau kelompok. Dengan menggunakan rumus Taro Yamane sebagai dasar perhitungan untuk menghitung sampel secara langsung dari jumlah populasi (Andriani et al., 2026), rumus tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

$$n = \frac{17.033}{(1 + (17.033 \times (10\%)^2))}$$

$$n = 99,416$$

keterangan:

n : Jumlah sampel yang akan diambil

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang ditoleransi (10% atau 0,1).

Berdasarkan perhitungan, sampel penelitian dari populasi yang diteliti berjumlah 99,416 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Keabsahan Data/Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian dikatakan valid apabila dapat mengukur variabel yang hendak diukur secara tepat. Untuk mengetahui seberapa akurat setiap butir kuesioner dalam mengukur masing-masing variabel penelitian, dilakukan uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*. Di sisi lain, pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen penelitian dalam memberikan hasil ketika digunakan untuk mengukur objek atau variabel yang sama, dengan menggunakan *Alpha Cronbach* (Kurniawan et al., 2021).

Setelah data dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya data hasil kuesioner yang telah dikonversi kedalam bentuk skala likert selanjutnya akan dihitung jumlah frekuensinya dan akan ditampilkan dalam bentuk persentase. Interval penilaiannya adalah sebagai berikut, 0% – 20% (sangat tidak efektif), 21% – 40% (kurang efektif), 41% – 60% (cukup efektif), 61% – 80% (efektif), dan 81% – 100% (sangat efektif).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Situasi dan Kondisi Demografi, Geografi Kecamatan Ciputat di Tiga Kelurahan

Secara geografis, Kecamatan Ciputat terletak di salah satu wilayah administratif di Kota Tangerang Selatan. Kecamatan ini memiliki luas area sekitar 19,32 km^2 dan dikelilingi oleh batas-batas wilayah lain. Kecamatan Ciputat memiliki tujuh kelurahan. Penelitian ini akan difokuskan pada tiga kelurahan yang memiliki luas wilayah terbesar yaitu Kelurahan Jombang 3,57 km^2 , Kelurahan Serua 3,79 km^2 , dan Kelurahan Sawah Baru 2,98 km^2 (Prastia, Dian et al., 2025). Selain luas wilayahnya yang besar ketiga kelurahan tersebut juga memiliki jumlah anak muda yang

cukup banyak diantaranya Kelurahan Jombang 6618 jiwa, Kelurahan Serua 6022 jiwa, dan Kelurahan Sawah Baru 4393 jiwa. Besarnya jumlah kalangan anak muda tersebut menunjukkan bahwa ketiga kelurahan memiliki tingkat kepadatan aktivitas yang tinggi serta memungkinkan adanya interaksi yang tinggi terhadap berbagai bentuk informasi, termasuk informasi yang dibagikan melalui media sosial. Oleh karena itu, ketiga kelurahan dinilai memiliki karakteristik yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Pemilihan Presiden Tahun 2024

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyelenggarakan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024 pada tanggal 14 Februari 2024. Masyarakat memiliki hak yang sama untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden untuk masa jabatan 5 tahun dari 2024-2029 secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Terdapat tiga pasangan calon yang bersaing dalam pemilihan, yaitu Anies Rasyid Baswedan–Abdul Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto–Gibran Rakabuming Raka, dan Ganjar Pranowo–Mahfud MD, yang masing-masing menawarkan visi, misi, dan program kerja sebagai bahan pertimbangan masyarakat dalam menentukan pilihan. Teknologi semakin berkembang pesat di era modern seperti sekarang ini. Pesan atau informasi disampaikan melalui pengirim ke penerima dengan melibatkan sebuah media (Muzayanah, 2018). Media sosial dapat menjadi wadah yang sangat mudah dalam berkampanye atau menyampaikan pesan politik. Media sosial dapat mencakup berbagai lapisan masyarakat yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Seperti halnya pasangan Anies Rasyid Baswedan–Abdul Muhaimin Iskandar memanfaatkan TikTok sebagai media kampanye dengan mengusung slogan #WaktunyaPerubahan untuk mengajak masyarakat mendukung perubahan menuju kondisi yang lebih baik.

Hasil Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kecamatan Ciputat

Pelaksanaan pemilihan Presiden tahun 2024 menghasilkan perolehan suara yang berbeda pada setiap wilayah, termasuk di Kecamatan Ciputat. Perbedaan perolehan suara ini dipengaruhi oleh berbagai faktor mulai dari citra dan program kerja kandidat yang belum sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kondisi sosial ekonomi, tingkat pendidikan, serta persepsi masyarakat terhadap kampanye yang dilakukan kandidat. Oleh karena itu, berdasarkan perolehan suara pemilihan presiden tahun 2024 di Kecamatan Ciputat diperoleh sebagai berikut yang termuat dalam gambar.

NO. URUT	PASANGAN CALON	PEROLEHAN SUARA	PERSENTASE	STATUS
1	H. ANIES RASYID BASWEDAN, Ph.D. - Dr. (H.C.) H. A. MUHAIMIN ISKANDAR	50.387	37.88%	
2	H. PRABOWO SUBIANTO - GIBRAN RAKABUMING RAKA	63.728	47.91%	Pemenang
3	H. GANJAR PRANOWO, S.H., M.I.P. - Prof. Dr. H. M. MAHFUD MD	18.897	14.21%	
Total Suara Sah		133.012		

Sumber: Dashboard Pemilu (2024)

Gambar 1. Hasil Perolehan Suara

Berdasarkan rekapitulasi hasil pemilihan presiden tahun 2024 di Kecamatan Ciputat pasangan calon nomor urut 2 Prabowo-Gibran meraih jumlah suara terbanyak yaitu 47,91% dari

total suara sah atau 63.728 suara. Sementara itu, pasangan calon nomor urut 1, Anies-Muhaimin menempati posisi kedua dengan 37,88% atau 50.387 suara, dan pasangan nomor urut 3 Ganjar-Mahfud menempati posisi ketiga dengan 14,21% atau 18.897 suara.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pasangan Prabowo-Gibran memenangkan hasil pemilu untuk wilayah Kecamatan Ciputat. Untuk melihat gambaran lebih spesifik mengenai kondisi politik di tiga kelurahan yang menjadi lokasi penelitian disajikan dalam gambar sebagai berikut.

NO	KELURAHAN/DESA	PASLON 1	PASLON 2	PASLON 3	TOTAL
1	Sawah Baru	6.671	8.902	2.524	18.097
2	Serua	9.322	11.599	4.238	25.159
3	Ciputat	5.447	7.098	2.220	14.765
4	Sawah	6.954	9.622	2.932	19.508
5	Serua Indah	5.007	6.570	1.552	13.129
6	Jombang	9.878	12.475	3.496	25.849
7	Cipayung	7.108	7.462	1.935	16.505

Sumber: Dashboard Pemilu (2024)

Gambar 2. Hasil Perolehan Suara Setiap Kelurahan

Pada penelitian ini, hanya difokuskan pada tiga kelurahan yang ada di Kecamatan Ciputat. Hasil rekapitulasi perhitungan suara menunjukkan bahwa Prabowo-Gibran masih unggul disetiap kelurahan yang ada di Kecamatan Ciputat, termasuk Kelurahan Jombang, Serua, dan Sawah Baru. Anies Rasyid Baswedan menempati posisi kedua dimana Kelurahan Jombang memperoleh 9.878 suara, Kelurahan Serua 9.322 suara dan Kelurahan Sawah Baru memperoleh 6.671 suara. Meskipun pasangan Anies-Muhaimin tidak memperoleh suara terbanyak dan menempati urutan kedua baik di Kecamatan Ciputat maupun di tiga kelurahan, namun selisih perolehan suara tidak terlalu jauh. Di Kelurahan Jombang, Serua, dan Sawah Baru sebagian masyarakat menunjukkan ketertarikan terhadap visi, misi, program kerja yang ditawarkan oleh Anies Rasyid Baswedan selama masa kampanye yang dilakukan.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dapat memberikan gambaran mengenai identitas dan kondisi umum responden yang menjadi sampel penelitian. Dari 100 responden, terdapat responden pria sebanyak 51% atau 51 orang, sedangkan responden wanita sebanyak 49% atau 49 orang. Perbedaan jumlah responden tersebut tidak terlalu signifikan dan relatif seimbang sehingga penelitian ini dapat memperoleh pandangan dari pria dan wanita secara proporsional. Selain itu sebagian besar responden berdomisili di Kelurahan Jombang dengan jumlah responden sebanyak 57 orang (57%), sementara untuk Kelurahan Serua sebanyak 21 orang (21%) dan Sawah Baru sebanyak 22 orang (22%). Kelurahan Serua dan Sawah Baru memiliki selisih responden yang sangat sedikit. Perbedaan jumlah responden pada masing-masing Kelurahan menunjukkan bahwa sampel diambil secara acak yang berarti semua masyarakat yang memenuhi kriteria memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden.

Hasil Analisis Data Efektivitas Pesan Komunikasi Politik

Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan *pearson product moment*,

didapatkan hasil R-hitung dengan bantuan software SPSS sebagai berikut.

Tabel 1. Data Responden Uji Validitas

Indikator	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Penerima Pesan	P ₁	0,787	0,195	Valid
	P ₂	0,771	0,195	Valid
	P ₃	0,773	0,195	Valid
Isi Pesan	P ₄	0,864	0,195	Valid
	P ₅	0,832	0,195	Valid
	P ₆	0,824	0,195	Valid
	P ₇	0,824	0,195	Valid
Media Komunikasi	P ₈	0,809	0,195	Valid
	P ₉	0,850	0,195	Valid
	P ₁₀	0,838	0,195	Valid
	P ₁₁	0,856	0,195	Valid
Format Pesan	P ₁₂	0,836	0,195	Valid
	P ₁₃	0,828	0,195	Valid
	P ₁₄	0,824	0,195	Valid
Sumber Pesan	P ₁₅	0,817	0,195	Valid
	P ₁₆	0,829	0,195	Valid
	P ₁₇	0,825	0,195	Valid
Ketepatan Waktu	P ₁₈	0,801	0,195	Valid
	P ₁₉	0,846	0,195	Valid
	P ₂₀	0,820	0,195	Valid

Sumber: data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2, dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 terlihat bahwa untuk semua butir pernyataan disetiap indikator yaitu Penerima Pesan (P₁ – P₃), Isi Pesan (P₄ – P₇), Media Komunikasi (P₈ – P₁₁), Format Pesan (P₁₂ – P₁₄), Sumber Pesan (P₁₅ – P₁₇), dan Ketepatan Waktu (P₁₈ – P₂₀) memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ sehingga semua butir pernyataan dinyatakan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa 20 butir pernyataan akurat dan valid sehingga dapat digunakan untuk penelitian. Selanjutnya dilakukan Uji Reliabilitas.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach. Hasil perhitungan melalui bantuan software SPSS sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,974	20

Sumber: data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan, dengan jumlah item pernyataan sebanyak 20 butir, didapat nilai Alpha Cronbach sebesar 0,974. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ (Anggraini et al., 2022). Karena nilai *Alpha Cronbach* sebesar $0,974 > 0,6$ hasil tersebut menunjukkan bahwa kuesioner penelitian menghasilkan data yang tepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga semua instrumen dan butir pernyataan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pengukuran Tingkat Efektivitas Pesan Komunikasi Politik

Setelah seluruh instrumen dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya pengukuran tingkat efektivitas pesan komunikasi politik dapat diukur. Pengisian kuesioner telah disusun menggunakan

skala likert 1-5. Terdapat 20 butir pernyataan yang telah dikelompokkan menjadi enam indikator. Untuk mengetahui persentase dan kategori tingkat efektivitas pesan komunikasi bisa dilihat dari setiap indikator dan juga secara keseluruhan. Berikut hasil dari perhitungan tingkat efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan menggunakan excel yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 3. Hasil Pengukuran Tingkat Efektivitas Pesan Komunikasi

Responden	Skor	Responden	Skor	Responden	Skor	Responden	Skor
001	88	026	92	051	87	076	49
002	100	027	91	052	83	077	87
003	76	028	89	053	51	078	85
004	58	029	80	054	68	079	80
005	92	030	89	055	89	080	82
006	80	031	80	056	89	081	89
007	83	032	90	057	94	082	91
008	100	033	92	058	85	083	93
009	78	034	90	059	92	084	90
010	93	035	94	060	93	085	78
011	79	036	95	061	89	086	76
012	95	037	95	062	87	087	92
013	100	038	96	063	100	088	91
014	86	039	93	064	91	089	96
015	37	040	87	065	92	090	93
016	83	041	100	066	94	091	92
017	68	042	89	067	94	092	94
018	91	043	92	068	60	093	62
019	43	044	91	069	93	094	85
020	91	045	90	070	88	095	94
021	90	046	20	071	83	096	93
022	93	047	91	072	80	097	72
023	94	048	94	073	90	098	96
024	86	049	88	074	93	099	58
025	53	050	94	075	80	100	88
Skor Total							8490

Sumber: data primer yang diolah (2024)

Dari tabel terlihat bahwa jumlah skor total yang diperoleh dari seluruh responden adalah 8490, sedangkan skor ideal diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah responden (100 orang), jumlah butir pertanyaan (20 butir) dan skor maksimum pada skala likert, yaitu 5. Untuk mengetahui tingkat efektivitas pesan komunikasi politik, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 DP &= \frac{8490}{10000} \times 100 \\
 &= 0,849 \times 100 \\
 &= 84,9\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan melalui media Tiktok dikalangan anak muda dengan tagar #WaktunyaPerubahan, diperoleh nilai persentase sebesar 84,9%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan berada dikategori sangat efektif. Hasil menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden memberikan penilaian yang positif terhadap pesan komunikasi politik yang disampaikan oleh Anies Rasyid Baswedan melalui media Tiktok dengan tagar #WaktunyaPerubahan.

Pengukuran Tingkat Efektivitas Pesan Komunikasi Politik Berdasarkan Indikator

Pengukuran tingkat efektivitas pesan komunikasi politik juga dihitung dan di analisis berdasarkan masing-masing indikatornya untuk memberikan gambaran yang lebih spesifik. Perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengukuran Tingkat Efektivitas Berdasarkan Indikator

Indikator	Skor yang Diperoleh	Skor Ideal	Persentase	Kategori
Penerima Pesan	1.233	1.500	82,20%	Sangat Efektif
Isi Pesan	1.706	2.000	85,30%	Sangat Efektif
Media Komunikasi	1.710	2.000	85,50%	Sangat Efektif
Format Pesan	1.277	1.500	85,13%	Sangat Efektif
Sumber Pesan	1.283	1.500	85,53%	Sangat Efektif
Ketepatan Waktu	1.281	1.500	85,40%	Sangat Efektif

Sumber: data primer yang diolah (2024)

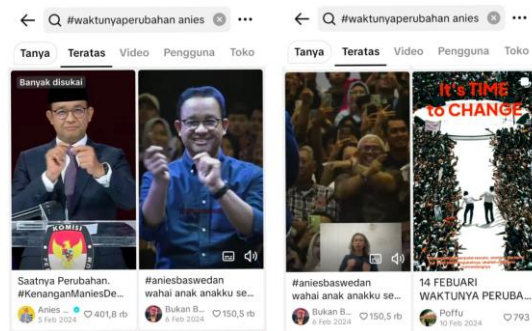
Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 5 seluruh indikator efektivitas pesan komunikasi politik yaitu, penerima pesan, isi pesan, media komunikasi, format pesan, sumber pesan, dan ketepatan waktu memperoleh kategori sangat efektif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pesan komunikasi politik yang disampaikan oleh Anies Rasyid Baswedan melalui media Tiktok dengan tagar #WaktunyaPerubahan dapat dengan mudah diterima, dipahami, disampaikan melalui media yang tepat, menggunakan format yang menarik, bersumber jelas dan kredibel, serta disampaikan secara relevan dan tepat waktu.

Pembahasan

Efektivitas Pesan Komunikasi Politik Anies Rasyid Baswedan Melalui Media Tiktok

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden kalangan anak muda berusia 17-25 tahun berdomisili Kelurahan Jombang, Serua, dan Sawah Baru, diperoleh nilai efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan dengan tagar #WaktunyaPerubahan melalui media Tiktok sebesar 84,9%, sehingga masuk kedalam kategori sangat efektif. Seluruh indikator juga berada pada kategori sangat efektif yaitu, penerima pesan 82,20%, isi pesan 85,30%, media komunikasi 85,50%, format pesan 85,13%, sumber pesan 85,53%, dan ketepatan waktu 85,40%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Tiktok mampu menjadi sarana komunikasi politik yang efektif karena pesan dapat menjangkau, menarik perhatian, memberikan informasi, dan membantu responden memahami isi komunikasi politik yang disampaikan.

Ajakan Anies Rasyid Baswedan melalui #WaktunyaPerubahan di media Tiktok pada bulan Februari 2024 mendapat perhatian luas dari pengguna media sosial. Pada tahapan afektif dan konatif banyak yang memberikan reaksi dan juga turut serta dalam menyebarluaskan pesan yang disampaikan melalui konten tersebut (Florina et al., n.d.). Konten tersebut memiliki ciri khas tersendiri karena menggunakan isyarat tangan yang memiliki makna ajakan untuk bersama-sama menuju perubahan.



Gambar 3. Unggahan #WaktunyaPerubahan di Tiktok

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmawati dan Sakti Hadiwijoyo (2023) mengenai akun Instagram @info.salatiga sebagai salah satu media penyebaran informasi digital bagi masyarakat di Kota Salatiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan akun Instagram dinilai efektif dalam menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat secara online (Rahmawati & Sakti Hadiwijoyo, 2023). Persamaan kedua penelitian terletak pada temuan bahwa media sosial dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Meskipun media yang digunakannya berbeda, namun kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial mampu menjalankan fungsinya secara efektif dalam berkomunikasi.

Dengan demikian hasil penelitian yang didukung oleh penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa keberhasilan politik melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh penggunaan platform digital, tetapi juga kualitas pesan yang disampaikan. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa media sosial Tiktok memiliki potensi yang besar sebagai media komunikasi politik dalam membangun perhatian, pemahaman, dan persepsi masyarakat.

Perspektif dan Keterlibatan Anak Muda terhadap Pesan Komunikasi Politik

Komunikasi politik pada dasarnya tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga dapat membentuk perspektif masyarakat terhadap kandidat. Komunikasi politik yang efektif akan membentuk perspektif atau opini yang sesuai dengan pesan politik yang disampaikan. Hal inilah yang kemudian dapat memengaruhi pendapat pribadi masyarakat tentang masalah politik yang sedang terjadi (Nuraliza et al., 2024). Dalam penelitian ini, anak muda di ketiga Kelurahan Kecamatan Ciputat menunjukkan adanya perspektif yang positif terhadap pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan yang disampaikan melalui media Tiktok dengan tagar #WaktunyaPerubahan. Penilaian yang tinggi terhadap semua indikator efektivitas pesan komunikasi politik menunjukkan bahwa responden menganggap media yang digunakan sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi saat ini. Perkembangan media digital membuat proses komunikasi antara kandidat dan masyarakat menjadi lebih terbuka, cepat, dan interaktif. Kondisi ini dapat memberikan kesempatan masyarakat untuk mengenal kandidat melalui konten yang dibagikan. Selain itu, karakteristik responden dalam penelitian ini memberikan gambaran mengenai perspektif anak muda mengenai pesan komunikasi politik.

Keterlibatan anak muda dalam menggunakan Tiktok memberikan peluang yang lebih besar untuk dapat menangkap pesan komunikasi politik secara tepat. Pada indikator media komunikasi, responden kalangan anak muda menilai bahwa media Tiktok menjadi media yang sangat efektif, karena memungkinkan orang dapat berkomunikasi secara kreatif, singkat, dan mudah untuk diakses. Dengan demikian, keterlibatan anak muda dapat menjadi ruang komunikasi yang efektif, namun perspektif positif terhadap pesan tidak menggambarkan keputusan politik yang diambil.

Kaitan Hasil Pemilu Dengan Penelitian

Meskipun efektivitas pesan komunikasi politik melalui TikTok berada pada kategori sangat efektif, pasangan Anies–Muhaimin tidak memperoleh suara terbanyak pada Pemilu Presiden 2024 di tiga kelurahan yang menjadi lokasi penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi politik bukan satu-satunya faktor yang menentukan pilihan politik masyarakat.

Keputusan memilih dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti citra dan rekam jejak kandidat, program kerja, pengaruh lingkungan sosial, kondisi sosial ekonomi, diskusi keluarga, serta pemberitaan media. Oleh karena itu, efektivitas pesan lebih berperan dalam membangun perhatian, pemahaman, dan persepsi masyarakat terhadap kandidat daripada menentukan hasil pemilu secara langsung.

Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan menghasilkan makna yang sama, sehingga dalam penelitian ini telah memenuhi unsur-unsur efektivitas komunikasi (Rima Ivana & Dewi Kurniawati, 2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan melalui tagar #WaktunyaPerubahan berhasil membangun komunikasi yang sangat efektif di kalangan anak muda Kecamatan Ciputat. Namun, keberhasilan komunikasi politik merupakan bagian dari proses kampanye dan bukan satu-satunya faktor yang menentukan keberhasilan politik maupun perolehan suara dalam pemilu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden mengenai efektivitas pesan komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan dengan tagar #WaktunyaPerubahan melalui media Tiktok dikalangan anak muda – studi tiga Kelurahan (Jombang-Serua-Sawah Baru) Kecamatan Ciputat, diperoleh hasil persentase secara keseluruhan sebesar 84,90% dimana tingkat kategori efektivitasnya sangat efektif. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keenam indikator efektivitas pesan komunikasi politik berada pada kategori yang sama yaitu sangat efektif. Indikator tersebut yaitu, penerima pesan (82,20%), isi pesan (85,30%), media komunikasi (85,50%), format pesan (85,13%), sumber pesan (85,53%), dan ketepatan waktu (85,40%).

Meskipun pesan komunikasi yang disampaikan menunjukkan tingkat efektif yang sangat tinggi dan keterlibatan anak muda dalam menggunakan Tiktok memberikan peluang yang besar dalam menangkap pesan komunikasi politik, namun pada pemilihan presiden 2024 ini pasangan Anies-Muhaimin tidak memperoleh suara terbanyak di tiga kelurahan yang menjadi lokasi penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas pesan politik melalui media Tiktok bukan satu-satunya faktor yang menentukan keberhasilan dalam memperoleh suara di pemilihan umum. Terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan dalam memilih.

Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa pesana komunikasi politik Anies Rasyid Baswedan melalui Tiktok dengan tagar #WaktunyaPerubahan dinilai sangat efektif dapat diterima dan dipahami meskipun tidak secara langsung dapat menentukan hasil perolehan suara pada pemilihan presiden tahun 2024.

DAFTAR REFERENSI

- Andriani, V. I., Yulis, Y., & Wikansari, N. (2026). Studi evaluatif penerapan pendaftaran online menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) pada pasien Puskesmas Sewon 1. *Journal of Health Sciences Leksia (JHSL)*, 4(1), 28–35.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Florina, I. D., Muyassaroh, I. S., Eristiani, F. F., & Candra, D. S. (2025). Hierarchy of effects: Peran influencer marketing dalam memperkuat brand awareness dan purchase pada UMKM

- lokal Tegal. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3). doi:10.31004/joecy.v5i3.4529
- Ivana, R., & Kurniawati, D. (2023). Komunikasi efektif dengan pendekatan psikologi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 351–363. doi:10.5281/zenodo.7817556
- Kurniawan, R., Silalahi, L. B., Limbong, C., & Tambunan, H. (2021). Analisis literasi, komunikasi dan penalaran matematika terhadap hasil belajar siswa selama pembelajaran e-learning pada materi matriks kelas XI SMA di Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Matematika: Judika Education*, 4(1), 56–70. doi:10.31539/judika.v4i1.2312
- Luthfie, M., Febrian, Y., & Setiawan, K. (2024). Efektivitas kampanye “Desak Anies” melalui TikTok terhadap partisipasi politik pemilihan presiden 2024 di Kota Bogor. *Karimah Tauhid*, 3(10), 11039–11055. doi:10.30997/karimahtauhid.v3i10.15239
- Muzayanah, U. (2018). Fungsi komunikasi dalam transmisi nilai-nilai keagamaan pada organisasi Kerohanian Islam (Rohis) di SMA Negeri 1 Purworejo. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(1), 1–22. doi:10.24090/komunika.v12i1.1308
- Nuraliza, V., Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Kristiyono, K., Melani, A. P., & Ifana, A. (2024). Peran komunikasi politik dalam membentuk opini publik menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4(1), 245–261. doi:10.55606/cendikia.v4i1.2514
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Deepublish.
- Rahmawati, D., & Hadiwijoyo, S. S. (2023). Efektivitas penggunaan media sosial Instagram @info.salatiga sebagai media informasi online di Kota Salatiga. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(11), 1066–1074. doi:10.58344/jii.v2i11.3796
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
-