

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pemanfaatan TikTok sebagai platform kampanye politik Partai Gerindra pada Pemilu 2024 dengan pendekatan affordance-based media. TikTok menjadi salah satu media sosial yang berpengaruh dalam membangun komunikasi politik, khususnya dalam menjangkau pemilih muda. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi non-partisipatif serta pengumpulan dokumen untuk mengkaji bagaimana affordance TikTok, seperti *connectivity*, *visibility*, *spreadability*, *persistence*, dan *datafication*, dimanfaatkan dalam strategi kampanye Partai Gerindra. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok bukan hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi politik, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan strategi kampanye berbasis data yang memungkinkan keterlibatan aktif pemilih. Temuan ini menegaskan bahwa affordance TikTok berperan penting dalam membentuk dinamika komunikasi politik digital dan memberikan implikasi bagi strategi kampanye partai politik dalam era media sosial.

Kata Kunci : TikTok, kampanye politik, affordance, komunikasi politik, Pemilu 2024.