

**Politik dan Budaya Populer dalam Pencalonan
Prabowo - Gibran: Analisis Wacana Kritis Pemanfaatan
Konten Anime Naruto dalam Kontestasi Politik Indonesia
2024**

SKRIPSI



**Saputra Bagus Wibowo
32802000144**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2024**

Halaman Pengesahan

Judul : Politik dan Budaya Populer dalam Pencalonan Prabowo – Gibran: Analisis Wacana Kritis Pemanfaatan Anime Naruto Dalam Kontestasi Politik Indonesia

Nama : Saputra Bagus Wibowo

NIM : 32802000144

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Skripsi ini dinyatakan sah sebagai salah satu syarat kelulusan S1 Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.



Semarang, 16 Desember 2024

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Abstrak

Pemilu 2024 di Indonesia menampilkan tontonan menarik antara politik dan budaya populer, terutama dengan pemanfaatan elemen dari anime *Naruto* oleh pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye yang mengintegrasikan konten budaya populer dalam upaya menarik perhatian generasi muda. Strategi ini memanfaatkan elemen-elemen narasi visual dari *Naruto*, yang dikenal luas oleh generasi Z dan milenial, untuk menciptakan koneksi emosional dengan pemilih. Kampanye ini menggunakan simbolisme karakter seperti Sasuke Uchiha dan Boruto Uzumaki untuk merepresentasikan nilai-nilai kepemimpinan yang tegas, strategis, dan inovatif. Dengan pendekatan analisis wacana kritis model Theo van Leeuwen, penelitian ini mengeksplorasi struktur teks, kognisi sosial, dan analisis sosial dari konten kampanye yang disajikan di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini berhasil menciptakan keterlibatan emosional melalui simbolisme yang mencerminkan keberanian, tanggung jawab, dan kontinuitas generasi. Namun, pendekatan ini juga memunculkan risiko, seperti potensi oversimplifikasi isu politik yang kompleks. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana budaya populer dapat diintegrasikan dalam komunikasi politik untuk meningkatkan literasi politik generasi muda. Selain itu, strategi ini menekankan pentingnya penyesuaian antara simbolisme budaya populer dengan kebijakan nyata untuk membangun kepercayaan masyarakat. Pendekatan ini membuka peluang untuk memanfaatkan platform digital secara optimal guna menjangkau audiens yang lebih luas. Integrasi budaya populer seperti anime dalam politik memberikan peluang inovasi dalam kampanye politik modern. Namun, keberhasilannya memerlukan perencanaan yang matang agar substansi politik tidak tergeser oleh daya tarik visual semata. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman strategi komunikasi politik di era digital, relevansinya terhadap generasi muda, dan potensinya dalam menciptakan perubahan sosial yang positif.

Kata kunci: Anime *Naruto*, kampanye politik, budaya populer, analisis wacana kritis, generasi muda.

Abstract

The 2024 Indonesian election showcases an intriguing intersection between politics and popular culture, especially through the utilization of elements from the anime *Naruto* by the Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka pair. This study aims to analyze campaign strategies that integrate popular culture content to attract younger generations. This strategy leverages narrative elements from *Naruto*, widely recognized by Gen Z and millennials, to create an emotional connection with voters. The campaign uses character symbolism, such as Sasuke Uchiha and Boruto Uzumaki, to represent leadership values that are strategic, decisive, and innovative. Using Theo van Leeuwen's critical discourse analysis, this study explores the textual structure, social cognition, and social analysis of campaign content shared on social media. The findings reveal that this strategy successfully fosters emotional engagement through symbolism reflecting bravery, responsibility, and generational continuity. However, it also presents risks, such as the potential oversimplification of complex political issues. This research provides crucial insights into how popular culture can be integrated into political communication to enhance political literacy among young voters. Additionally, this strategy emphasizes the importance of aligning popular culture symbolism with tangible policies to build public trust. It also highlights opportunities to utilize digital platforms optimally to reach a broader audience. Integrating popular culture like anime into politics offers innovative opportunities in modern political campaigns. However, its success requires careful planning to ensure that political substance is not overshadowed by visual appeal. This study significantly contributes to understanding political communication strategies in the digital era, their relevance to younger generations, and their potential to drive positive social change.

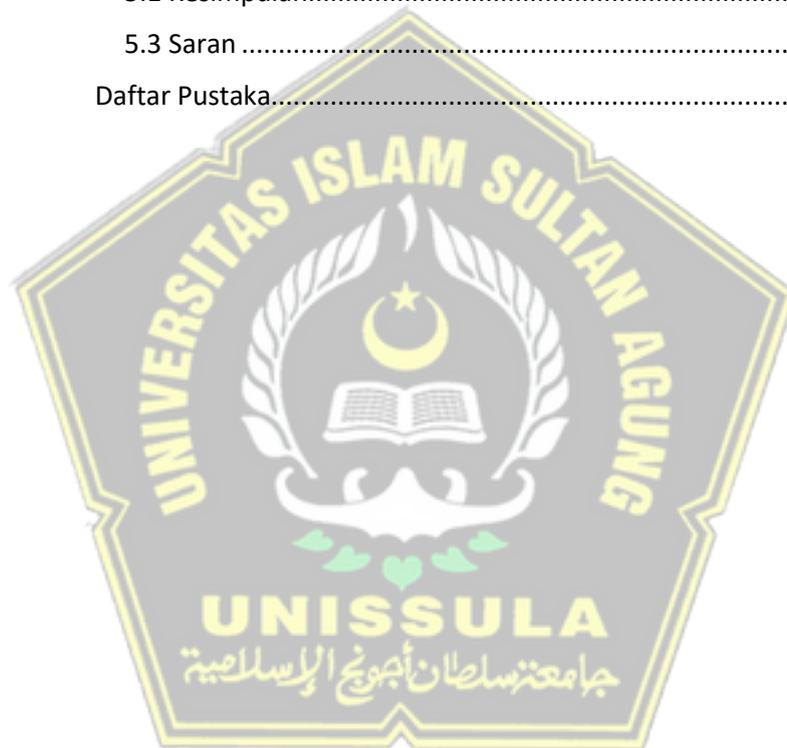
Keywords: *Naruto* Anime, Politic Campaign, popular culture, critical discourse analysis, youth generation.

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 10 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 10 |
| 1.4.3 Manfaat Sosial..... | 10 |
| 1.5 Kerangka Teori..... | 11 |
| 1.5.1 Paradigma Penelitian..... | 11 |
| 1.5.2 State of The Art..... | 12 |
| 1.5.3 Landasan Teori..... | 17 |
| 1.5.3.1 Animasi Sebagai Media Komunikasi..... | 17 |
| a. Visualisasi Kreatif..... | 17 |
| b. Pembentukan Identitas Visual..... | 18 |
| c. Penggunaan Narasi Visual..... | 18 |
| d. Engagement Pemilih..... | 18 |
| e. Pesan yang Jelas..... | 18 |
| f. Target Pemilih Muda..... | 19 |
| g. Viralitas dan Berbagi..... | 19 |
| 1.6 Operasionalisasi Konsep..... | 21 |
| 1.6.1 Budaya Populer..... | 21 |
| 1.6.2 Konten Anime Naruto..... | 22 |
| a. Cerita dan Alur..... | 22 |
| b. Karakter Utama..... | 22 |
| c. Jutsu dan Pertempuran Ninja..... | 22 |
| d. Konsep Kekuatan..... | 22 |
| e. Nilai-nilai dan Pembelajaran..... | 23 |
| f. Budaya dan Tradisi Ninja..... | 23 |

| | |
|--|----|
| g. Musik dan Desain Visual | 23 |
| 1.6.3 Media Sosial | 24 |
| a. Interaksi Pengguna | 24 |
| b. Berbagi Konten Multimedia | 24 |
| c. Jaringan dan Koneksi | 24 |
| d. Konten Berbasis Pengguna | 24 |
| e. Pembaruan Real-time | 25 |
| f. Target Audien yang Spesifik..... | 25 |
| g. Kemampuan Viral..... | 25 |
| h. Analisis dan Pengukuran | 25 |
| i. Pengaruh Opini Publik..... | 25 |
| j. Penting dalam Kampanye Politik | 25 |
| 1.7 Metodologi Penelitian..... | 26 |
| 1.7.1 Tipe Penelitian | 26 |
| 1.7.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian | 27 |
| 1.7.3 Jenis Data | 27 |
| 1.7.4 Sumber Data | 27 |
| a. Data Primer | 27 |
| b. Data Sekunder..... | 27 |
| 1.7.6 Analisis Data..... | 28 |
| 1.7.8 Kualitas Data | 31 |
| BAB II | 32 |
| GAMBARAN UMUM PENELITIAN | 32 |
| 2.1 Deskripsi TKN Prabowo Gibran | 32 |
| 2.2 Konten Anime Naruto Prabowo Gibran..... | 35 |
| BAB III..... | 39 |
| TEMUAN PENELITIAN..... | 39 |
| 3.1 Pemanfaatan Konten Anime Naruto dalam Kampanye Politik Prabowo – Gibran | 39 |
| 3.1.1 Struktur Teks..... | 40 |
| 3.1.1 Visual Temuan..... | 71 |
| 3.1.2 Kognisi Sosial..... | 74 |
| 3.1.3 Analisis Sosial | 75 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| BAB IV | 79 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 79 |
| 4.1 Analisis Data..... | 79 |
| 4.1.1 Struktur Teks..... | 79 |
| 4.1.2 Kognisi Sosial..... | 90 |
| 4.1.3 Analisis Sosial | 94 |
| BAB V | 99 |
| KESIMPULAN..... | 99 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 99 |
| 5.3 Saran | 100 |
| Daftar Pustaka..... | 103 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era demokrasi modern, pemilihan umum tidak lagi dapat dipandang sebagai peristiwa semata yang mencerminkan kepentingan politik. Sebaliknya, pemilihan umum telah menjadi panggung yang memfasilitasi interaksi yang kompleks antara politik dan budaya populer. Fenomena ini semakin termanifestasi dan mendapat perhatian yang signifikan dalam Pemilihan Umum Indonesia 2024, di mana pencalonan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka menjadi sorotan utama. Melalui penelitian ini, kami bermaksud untuk mendalami dan menganalisis interseksi yang terjadi antara dunia politik dan budaya populer, khususnya melibatkan elemen-elemen dari anime Naruto, dalam dinamika kontestasi politik tersebut.

Teori interseksi antara politik dan budaya populer memberikan landasan konseptual untuk memahami dinamika kompleks ini. Karya seperti "Politics and Popular Culture" (Garner, 2010) memberikan perspektif mendalam tentang bagaimana budaya populer memasuki dan membentuk ranah politik. Selain itu, dalam "Popular Culture and Political Identity" (Strinati, 2003), pembahasan mengenai identitas politik yang terbentuk melalui budaya populer dapat memberikan wawasan yang kaya terkait dengan tema penelitian ini.

Dengan memfokuskan perhatian pada anime Naruto sebagai elemen budaya populer yang signifikan, penelitian ini akan menggali bagaimana naratif dan

karakteristik anime tersebut dapat terkait dengan narasi politik Prabowo dan Gibran. Sumber referensi seperti "Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation" (Napier, 2005) dan "The Anime Paradox: Patterns and Practices Through the Lens of Animation" (Perper & Cornog, 2013) dapat memberikan wawasan mendalam tentang pengaruh dan peran budaya populer, terutama anime, dalam dinamika politik dan kontestasi pemilihan umum. Dengan melibatkan aspek kualitatif dalam analisis, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan membongkar hubungan kompleks antara politik dan budaya populer, serta untuk memahami dampaknya terhadap dinamika pemilihan umum Indonesia pada tahun 2024. Pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 02, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, secara signifikan menarik perhatian segmen pemilih muda Indonesia, yang kebanyakan merupakan pemilih pemula dalam Pemilihan Umum 2024. Keberhasilan pasangan ini dalam menarik perhatian dapat dilihat dari strategi kampanye yang memanfaatkan konten-konten yang berkaitan dengan karakter-karakter dalam anime Naruto. Dalam dinamika kampanye ini, Prabowo disematkan dengan karakter Sasuke, sementara Gibran diidentifikasi dengan karakter Boruto, yang merupakan anak dari tokoh utama dalam anime tersebut.

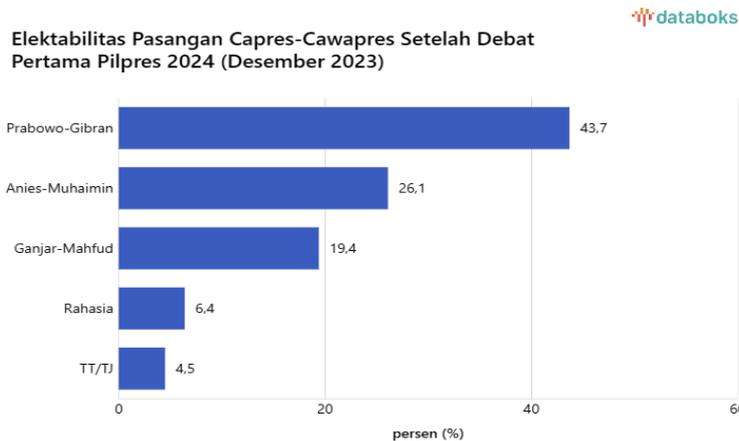
Keterkaitan karakteristik Prabowo dengan Sasuke menciptakan narasi politik yang mencerminkan ketegasan dan determinasi, sementara identifikasi Gibran dengan Boruto menonjolkan tema kekontinuitasan dan generasional dalam politik. Melalui konten tersebut, pasangan ini berhasil membangun relasi emosional dengan pemilih muda yang merasa cocok dengan karakter-karakter anime tersebut.

Dalam konteks politik Indonesia, elemen budaya populer, khususnya anime Naruto, menjadi aspek yang menonjol dalam strategi kampanye. Pada Pemilihan Umum 2019, terjadi fenomena menarik ketika Presiden Joko Widodo (Jokowi), yang sebelumnya menjadi lawan politik Prabowo Subianto, terkait dengan karakter utama dalam anime Naruto, yaitu Naruto sendiri. Penggunaan karakteristik Naruto dalam kampanye Jokowi menjadi suatu keunikan yang menarik perhatian, terutama di kalangan pemilih muda di Indonesia.

Pendekatan ini mengarah pada penciptaan sebuah narasi politik yang unik, di mana konten kampanye yang bertemakan Anime Naruto menjadi katalisator dalam menarik ketertarikan pemilih muda. Dalam konteks ini, analisis mengenai pendekatan dan gaya kepemimpinan yang diwakili oleh karakter Naruto menjadi relevan untuk dipertimbangkan. Pemilih muda di Indonesia diposisikan sebagai audiens yang terbuka terhadap pesan politik yang disampaikan melalui medium budaya populer yang mereka kenal dan apresiasi.

Dengan demikian, kampanye ini tidak hanya menciptakan ketertarikan semata, tetapi juga memperkenalkan dimensi baru dalam dinamika politik Indonesia. Pemilihan umum tidak lagi hanya terkait dengan pertarungan kebijakan atau visi politik, melainkan juga melibatkan pertarungan simbolik yang diungkapkan melalui lensa budaya populer. Pemahaman mendalam terkait dampak strategi komunikasi seperti ini dapat memberikan wawasan penting dalam merinci

keterkaitan antara politik dan budaya populer serta memahami pengaruhnya terutama di kalangan pemilih muda.



Sumber: Centre for Strategic and International Studies (CSIS)

Informasi Lain:

Gambar 1.1 Data Elektabilitas Capres – Cawapres 2024

Pasangan calon capres dan cawapres nomor urut 02, Prabowo - Gibran, telah berhasil memanfaatkan kecanggihan media sebagai pilar utama dalam strategi kampanye politik mereka. Dengan dukungan dari tim media yang terampil dan inovatif, Timses (Tim Sukses) TKN Prabowo - Gibran telah berhasil menciptakan dan mengimplementasikan strategi yang cerdas dan efektif untuk menjalankan kampanye mereka. Melalui konten-konten yang beragam, termasuk foto, video, dan pesan-pesan singkat, timses tersebut secara kreatif menarik perhatian masyarakat, menciptakan diskusi yang berkelanjutan, dan membentuk persepsi positif terhadap pasangan calon tersebut.

Dengan merinci penggunaan media oleh TKN Prabowo - Gibran, penelitian ini dapat mengambil inspirasi dari konsep "The Hybrid Media System" oleh

Chadwick (2017), yang menggambarkan interaksi kompleks antara media tradisional dan media baru dalam konteks politik modern. Selain itu, perspektif mengenai peran media sosial dalam politik dapat diperdalam melalui kajian seperti yang dicontohkan oleh Gil de Zúñiga et al. (2020). Penelitian juga dapat merujuk pada literatur oleh Strömbäck dan Kiousis (2012) untuk memahami strategi komunikasi politik yang efektif dalam kampanye pemilihan umum. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami peran media dalam dinamika kampanye politik di era digital.



Gambar 1.2 Iklan Kampanye Prabowo – Gibran

Pasangan calon capres dan cawapres nomor urut 02, Prabowo - Gibran, telah berhasil memanfaatkan kecanggihan media sebagai elemen sentral dalam implementasi strategi kampanye politik mereka. Kecanggihan media menjadi pilar utama dalam rangkaian upaya untuk membangun citra positif dan meningkatkan elektabilitas pasangan calon tersebut. Dalam penelitian ini, kami merincibagaimana Timses (Tim Sukses) TKN Prabowo - Gibran, yang terdiri dari tim

media yang terampil dan inovatif, telah merancang serta mengimplementasikan strategi komunikasi politik yang cerdas dan efektif dalam konteks pemilihan umum.

Dengan mempertimbangkan literatur strategi komunikasi politik, termasuk karya-karya seperti "The Hybrid Media System: Politics and Power" oleh Chadwick (2017) dan "Hybrids, Shapeshifters, and Dissenters: Social Media and Contentious Politics" oleh Gil de Zúñiga et al. (2020), pendekatan ini didasarkan pada pemahaman tentang bagaimana media, terutama media sosial, memainkan peran kunci dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi dinamika pemilihan umum.

Tim media Prabowo - Gibran secara kreatif menyajikan konten-konten yang beragam, termasuk foto, video, dan pesan-pesan singkat, dengan tujuan utama



Gambar 1.3 Jumlah Pemilih Di Pemilu 2024

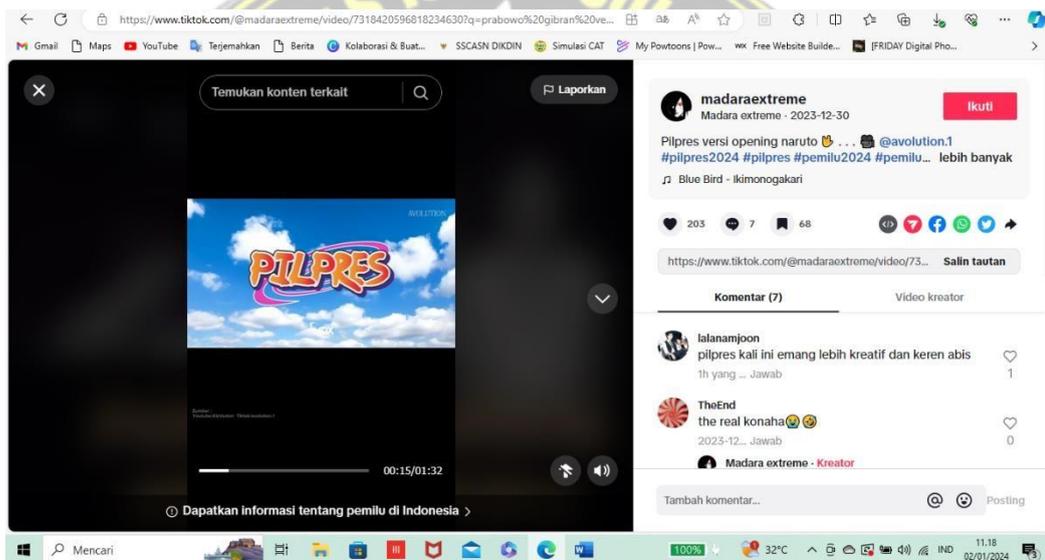
menarik perhatian masyarakat. Penelitian ini akan meneliti secara mendalam strategi yang diusung oleh tim media tersebut, dengan fokus pada bagaimana

mereka merancang pesan-pesan kampanye, memanfaatkan keunikannya, dan merespon dinamika opini publik.

Analisis akan melibatkan pemahaman mendalam tentang konten-konten spesifik yang dihasilkan oleh tim media, respons masyarakat terhadap konten tersebut, dan dampaknya terhadap publik terhadap pasangan calon. Dengan memanfaatkan kerangka konsep dan teori komunikasi politik, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan dalam memahami peran media dalam strategi kampanye politik modern dan efeknya terhadap hasil pemilihan umum.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi bahwa generasi Z dan milenial menghasilkan jumlah pemilih yang sangat dominan. Dengan demikian, kondisi ini menegaskan bahwa kelompok demografis generasi Z dan milenial memegang peranan sentral sebagai target market yang strategis bagi pasangan calon nomor urut 02, Prabowo - Gibran. Kehadiran yang signifikan dari generasi ini dalam jumlah total pemilih menjadi dasar strategi kampanye pasangan calon, memotivasi Tim Sukses TKN Prabowo - Gibran untuk merancang konten kampanye yang tidak hanya memikat, tetapi juga relevan dengan preferensi dan tren terkini yang dianut oleh generasi Z dan milenial.

Melalui penelitian ini, akan dilakukan eksplorasi lebih lanjut terkait metode dan pendekatan spesifik yang digunakan oleh Tim TKN Prabowo - Gibran dalam mengemas konten kampanye. Fokus penelitian akan terarah pada bagaimana pesan-pesan kampanye dapat diadaptasi secara optimal untuk menciptakan daya tarik dan keterlibatan yang tinggi di kalangan generasi Z dan milenial. Dengan merinci strategi komunikasi politik yang diimplementasikan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang efektivitas kampanye politik dalam menghadapi dinamika pemilih dari kelompok demografis yang memainkan peran kunci dalam proses pemilihan umum.



Gambar 1.4 Sebuah Konten Tik Tok Menyamakan Indonesia dan Konoha

Dalam lingkup perpolitikan Indonesia, terdapat fenomena menarik yang dapat diidentifikasi dari partisipasi aktif netizen, terutama kalangan generasi Z dan milenial, yang mengaitkan dinamika politik dengan elemen-elemen dari dunia anime, khususnya Naruto. Analisis data menunjukkan bahwa strategi kampanye TKN Prabowo - Gibran memanfaatkan kecintaan netizen terhadap anime Naruto sebagai alat untuk menciptakan konten kampanye yang berkesan. Dalam konteks

ini, narasi politik diselipkan ke dalam nuansa anime Naruto, menciptakan perbandingan visual antara politik Indonesia dengan dunia Naruto, di mana Indonesia diibaratkan sebagai Konohagakure, lokasi utama dalam anime tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan menganalisis strategi komunikasi politik yang diimplementasikan oleh TKN Prabowo - Gibran melalui penggabungan unsur-unsur anime Naruto dalam kontennya. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara kampanye politik memanfaatkan budaya populer, khususnya anime, untuk mencapai tujuan komunikasi politik.

Penting untuk dicatat bahwa interaksi netizen, khususnya generasi Z dan milenial, terhadap konten semacam ini menciptakan fenomena yang signifikan dalam dinamika politik modern. Studi ini akan mengeksplorasi dampak konten tersebut terhadap persepsi dan partisipasi pemilih, dengan memanfaatkan kerangka konsep dari literatur seperti "The Anime Paradox: Patterns and Practices Through the Lens of Animation" oleh Perper dan Cornog (2013) serta "Popular Culture and Political Change" oleh Street (1997). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pemahaman peran budaya populer, terutama anime, dalam konteks kampanye politik di Indonesia, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi dinamika politik di era digital saat ini.

.1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana media melibatkan dan merepresentasikan pasangan Prabowo - Gibran dalam konteks budaya populer, terutama anime Naruto?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis strategi konten media kampanye yang digunakan oleh Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo - Gibran.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah pandangan baru tentang politik, khususnya dibidang Komunikasi Politik, mengenai bagaimana sebuah media dapat mempengaruhi massa yang sudah diterapkan oleh TKN Prabowo – Gibran didalam konten kampanye.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis dengan menyediakan panduan strategi kampanye, membantu penyusunan pesan kampanye yang relevan, memberikan pemahaman tentang dinamika pemilih muda, meningkatkan partisipasi pemilih muda, dan membuka peluang pengembangan model kampanye yang inovatif dengan menggabungkan unsur-unsur budaya populer seperti anime, yang dapat diimplementasikan dalam praktek politik untuk meningkatkan efektivitas kampanye dan keterlibatan pemilih muda secara konkret.

1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sosial di Indonesia dengan memahami preferensi pemilih muda, terutama generasi Z dan milenial, yang dipengaruhi oleh budaya populer seperti anime Naruto. Kontribusi juga diharapkan

dalam meningkatkan partisipasi pemuda dalam politik melalui media kampanye politik yang memanfaatkan budaya populer, membuka wawasan terhadap potensi budaya populer, dan mendorong inovasi dalam strategi kampanye

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Paradigma kritis adalah paradigma ilmiah yang memasukkan epistemologi kritis Marxisme dalam seluruh metodologi penelitiannya. Paradigma kritis diilhami oleh teori kritis dan dikaitkan dengan warisan Marxisme melalui filsafat pengetahuannya.

Dalam penelitian ini digunakan paradigma kritis yang memungkinkan penulis untuk membuka kandungan makna ideologis dengan menafsirkan konten kampanye dan mengkaji kondisi sosial dari TKN Prabowo - Gibran sebagai sarana kritik sosial. Paradigma adalah suatu sistem keyakinan dasar, yang menjadi dasar pencarian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tentang apa hakikat realitas, apa hubungan antara peneliti dan realitas, dan bagaimana peneliti mengalami realitas.

Sebelum “paradigma” menjadi istilah populer, para peneliti sosiokultural menggunakan beberapa istilah lain dengan arti yang sama, yaitu: kerangka teori, kerangka konseptual, kerangka berpikir, orientasi teori, perspektif atau pendekatan, sekarang istilah paradigma banyak digunakan. peneliti sosial budaya. Namun, istilah-istilah lama tersebut masih digunakan, dengan pengertian yang kurang lebih sama dengan paradigma (paradigma)

1.5.2 State of The Art

| Judul Penelitian | Peneliti | Metode | Hasil |
|---|---------------------------------|---|---|
| <p>The Political Culture Political Socialization And Acculturation (2015)</p> | <p>Martian Iovan, Ph. D</p> | <p>Kualitatif dan studi pustaka</p> | <p>Hasil penelitian mengenai budaya politik berfungsi sebagai alat sosialisasi politik bagi masyarakat. Sosialisasi politik, sebagai bagian integral dari proses sosialisasi masyarakat, membentuk pemahaman yang komprehensif yang dapat dirasakan oleh masyarakat, sehingga partisipasi politik dapat menjadi nyata. Proses ini, yang sering disebut sebagai tahapan multiphase, bertujuan untuk mengembangkan budaya politik individu, memungkinkan mereka untuk mengasimilasi</p> |

| | | | |
|---|----------------|--|--|
| | | | peran mereka dalam berpartisipasi dalam kehidupan politik. |
| Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik (2019) | Atie Rachmiate | Penelitian Kualitatif dengan metode deskripsi analitik | Berdasarkan data empiris, peneliti menemukan berbagai informasi yang akan dirasakan oleh masyarakat, antara lain sebagai berikut: (1) Publik yang memiliki akses lebih banyak informasi memiliki kemampuan lebih baik untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi; (2) Parlemen, pers, dan masyarakat umum harus memiliki opsi untuk mengikuti dan mengawasi kegiatan pemerintah secara transparan. Ketidakjelasan menjadi |

| | | | |
|---|--|--------------------------|---|
| | | | <p>hambatan utama dalam menjalankan tanggung jawab pemerintah; (3) Keputusan yang diambil oleh pejabat pemerintah memiliki dampak kritis pada minat umum, dan agar dapat dipertanggungjawabkan, pemerintah harus menyediakan data yang akurat tentang tindakan yang harus diambil; (4) Aliran data yang lebih baik dapat menghasilkan hasil yang lebih optimal.</p> |
| <p>Komunikasi Politik Partai Gerindra Di Media Massa (Dinamika Antara Politik Citra Dan Fungsi Partai Politik) 2023</p> | <p>Guntur Aulia Syawal (Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta)</p> | <p>metode kualitatif</p> | <p>Hasil penelitian mengindikasikan bahwa dalam melakukan komunikasi politik, partai Gerindra mematuhi standar "who, say what, in which channel, and to</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>whom," namun kurang berhasil dalam mencapai "with what effect." Pengaruh yang dihasilkan terhadap pemilih tidak signifikan, sedangkan pemilih partai Gerindra cenderung lebih dipengaruhi oleh figur Prabowo Subianto. Politik citra Prabowo Subianto terlihat lebih mendominasi, sementara fungsi komunikasi dari partai politik Gerindra belum dapat memberikan dampak elektoral yang mencolok. Pada saat yang sama, fungsi aspirasi Partai tampak kurang aspiratif, terutama dalam merespons aspirasi publik terkait fungsi legislasi di</p> |
|--|--|--|--|



| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | DPR yang terjebak dalam kepentingan pragmatis dan kurang responsif terhadap beberapa aspirasi publik, seperti revisi Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP). |
|--|--|--|--|

Pada penelitian I yang berjudul “The Political Culture Political Socialization And Acculturation” penelitian ini menggunakan metode Kualitatif yang menjelaskan tentang budaya yang ada dilingkungan dapat dijadikan kendaraan politik bagi orang yang memiliki kepentingan politiknya. Persaan dengan penelitan ini adalah budaya populer seperti anime naruto adalah obyek dari penelitian ini. Namun untuk subjek dari penelitian ini terdapat perbedaan, yaitu penelitian ini fokus terhadap konten kampanye seperti anime naruto yang dibuat oleh TKN Prabowo – Gibran untuk menarik atensi publik.

Pada penelitian II yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik” penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penelitian tersebut menekankan pada budaya partai politik dalam transparansi informasi kepada khalayak publik. Partai politik mengelola paltform seperti media sosial agar informasi yang disampaikan oleh masyarakat. Persamaan dengan

penelitian ini adalah metode yang digunakan dan menggunakan sebuah konten sebagai bahan untuk menarik atensi publik.

Pada penelitian III yang berjudul “Komunikasi Politik Partai Gerindra Di Media Massa (Dinamika Antara Politik Citra Dan Fungsi Partai Politik)”. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif yang menjelaskan partai gerindramenggunakan media massa sebagai representasi partai politik adalah perwakilan rakyat. Persamaan dengan penilitian ini adalah menggunakan media sebagai branding. Berbedanya dengan penelitian ini adalah memanfaatkan media sosial untuk mensebarluaskan konten anime naruto sebagai salah satu strategi kampanyeTKN Prabowo – Gibran.

1.5.3 Landasan Teori

1.5.3.1 Animasi Sebagai Media Komunikasi

Dalam konteks kampanye politik, Teori Animasi merujuk pada pemanfaatan elemen-elemen animasi atau prinsip-prinsip animasi untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan politik. Animasi, sebagai alat kreatif, mampu menarik perhatian dan menyampaikan informasi dengan cara yang inovatif. Beberapa aspek teori animasi yang dapat diaplikasikan dalam kampanye politik melibatkan:

a. Visualisasi Kreatif

Animasi memfasilitasi kreativitas visual tinggi, memungkinkan penggunaan prinsip-prinsip seperti gerakan dinamis, transisi halus, dan efek

visual menarik. Hal ini dapat membuat pesan politik lebih menarik dan mudah dicerna oleh pemilih. (Lasseter, J. 1987).

b. Pembentukan Identitas Visual

Kampanye politik dapat membentuk identitas visual yang kuat melalui penggunaan karakter animasi, logo bergerak, atau elemen desain animasi lainnya. Citra yang mudah dikenali dapat meningkatkan daya ingat pemilih. (McCloud, S.1993).

c. Penggunaan Narasi Visual

Animasi memungkinkan penciptaan narasi visual yang kuat, menjadikannya alat efektif untuk menyampaikan cerita atau menjelaskan konsep politik. Pemilihan animasi dapat membangkitkan emosi dan memudahkan pemahaman pemilih terhadap isu-isu kompleks. ("Film Form: Essays in Film Theory." Harcourt Brace Jovanovich.)

d. Engagement Pemilih

Animasi dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pemilih melalui elemen interaktif atau cerita animasi yang menarik. Pemilih yang merasa terlibat secara pribadi cenderung lebih mendukung kampanye politik. (Danesi, M. 2002)

e. Pesan yang Jelas

Prinsip-prinsip animasi, seperti kesederhanaan dan keterbacaan, membantu menyampaikan pesan politik dengan lebih jelas. Animasi dapat mengurangi kebingungan dan meningkatkan pemahaman terhadap isu-isu kompleks. (Williams, R. 2001).

f. Target Pemilih Muda

Animasi efektif dalam menarik perhatian pemilih muda. Kampanye politik dapat menciptakan konten animasi yang lebih relevan dengan memahami preferensi media pemilih muda. ("Understanding Animation." Routledge.)

g. Viralitas dan Berbagi

Animasi memiliki potensi untuk menjadi konten viral. Kampanye politik dapat memanfaatkan sifat mudah dibagikan dan menarik dari animasi untuk meningkatkan jangkauan pesan politik melalui media sosial dan platform daring. ("Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age." Simon & Schuster.)

Penerapan teori animasi dalam kampanye politik harus mempertimbangkan audiens target, pesan yang ingin disampaikan, dan konteks politik yang berkembang. Animasi dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat komunikasi politik dan meningkatkan daya tarik kampanye.

Penerapan teori animasi dalam konteks kampanye politik merupakan suatu langkah yang strategis yang perlu diperhitungkan dengan matang. Penyusunan kampanye animasi harus mempertimbangkan beberapa faktor kunci, seperti audiens target, pesan yang ingin disampaikan, dan konteks politik yang sedang berkembang.

Pertama-tama, pemahaman mendalam terhadap audiens target menjadi hal yang sangat penting. Kampanye animasi harus disesuaikan dengan preferensi dan karakteristik pemilih potensial. Misalnya, untuk menarik perhatian pemilih muda,

elemen-elemen animasi yang lebih modern dan sesuai dengan tren media sosial dapat diintegrasikan.

Selanjutnya, pesan yang ingin disampaikan melalui animasi harus jelas dan dapat dipahami oleh pemilih. Animasi dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang lebih visual dan menarik. Oleh karena itu, perencanaan strategis terkait isi pesan, narasi, dan tujuan komunikasi politik harus menjadi fokus utama.

Konteks politik yang berkembang juga harus menjadi pertimbangan utama. Kampanye animasi harus responsif terhadap peristiwa-peristiwa terkini dan dinamika politik yang dapat memengaruhi persepsi pemilih. Fleksibilitas dan kemampuan untuk menyesuaikan konten animasi dengan perubahan dalam lingkungan politik menjadi kunci kesuksesan kampanye.

Dengan memperhatikan ketiga faktor tersebut, kampanye animasi dapat menjadi alat yang efektif dalam memperkuat komunikasi politik. Penggunaan elemen-elemen animasi seperti visualisasi kreatif, pembentukan identitas visual, dan penggunaan narasi visual dapat memberikan dampak positif terhadap daya tarik kampanye politik. Dengan demikian, implementasi teori animasi dalam kampanye politik haruslah dilakukan secara holistik dan terencana untuk mencapai hasil yang optimal.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Budaya Populer

Interseksi politik dan budaya populer menciptakan dinamika unik dalam konteks pencalonan Prabowo - Gibran pada pemilu 2024. Dalam perumusan strategi kampanye TKN Prabowo - Gibran, terlihat penerapan kampanye dengan menggunakan konten di sosial media yang mengakui bahwa dimensi politik tidak dapat dipisahkan dari faktor-faktor budaya populer yang signifikan. Budaya populer, khususnya melalui penggunaan Anime Naruto sebagai elemen utama, tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menarik perhatian pemilih muda, tetapi juga sebagai medium efektif untuk menyampaikan pesan politik.

Dalam konteks Budaya, penggunaan Anime Naruto membuka pintu bagi kampanye politik untuk menyentuh sisi emosional pemilih muda, yang mana mereka dapat merasa terhubung dengan budaya populer yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Strategi ini mempertimbangkan bahwa budaya populer bukan hanya sekedar hiburan, tetapi juga sarana identifikasi diri dan ekspresi nilai-nilai dalam masyarakat.

Dengan merinci keterkaitan antara politik dan Anime Naruto, skripsi ini akan mengeksplorasi bagaimana penggunaan budaya populer dalam konteks politik bukan hanya menciptakan daya tarik visual, tetapi juga membangun narasi politik yang kuat dan relevan. Penelitian ini akan menggali dampak dari interaksi ini terhadap persepsi pemilih muda terhadap pencalonan Prabowo - Gibran dan sejauh mana budaya populer berkontribusi pada pembentukan opini politik di kalangan generasi tersebut. Dengan demikian, analisis interseksi politik dan budaya populer

ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam terhadap dinamika kampanye politik yang unik dan kontekstual.

1.6.2 Konten Anime Naruto

Anime Naruto merupakan serial animasi Jepang yang sangat populer dan memiliki pengaruh besar di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Berikut adalah beberapa elemen konten utama dari Anime Naruto:

a. Cerita dan Alur

Anime Naruto mengikuti perjalanan seorang ninja muda bernama Naruto Uzumaki yang bercita-cita menjadi Hokage, pemimpin desa ninja terkuat. Alur ceritanya mencakup pertempuran ninja, eksplorasi persahabatan, pengorbanan, dan pencarian jati diri.

b. Karakter Utama

Naruto Uzumaki, karakter utama, dikenal dengan semangatnya yang gigih dan tekadnya untuk melampaui batasan. Karakter lainnya seperti Sasuke Uchiha dan Sakura Haruno juga memiliki peran penting dalam cerita.

c. Jutsu dan Pertempuran Ninja

Dunia Naruto penuh dengan kekuatan khusus yang disebut jutsu. Ninjutsu, genjutsu, dan taijutsu adalah bentuk-bentuk kekuatan yang digunakan dalam pertempuran ninja. Pertarungan seringkali penuh dengan strategi dan taktik yang unik.

d. Konsep Kekuatan

Naruto memperkenalkan konsep Bijuu, yaitu makhluk mitos yang memiliki kekuatan besar. Naruto juga memiliki Kyuubi, Bijuu sembilan ekor, yang menjadi bagian integral dari kekuatannya.

e. Nilai-nilai dan Pembelajaran

Anime ini menyelipkan banyak nilai-nilai moral dan pembelajaran, termasuk pentingnya persahabatan, keberanian, pengorbanan, dan bagaimana mengatasi rasa sakit dan kekecewaan.

f. Budaya dan Tradisi Ninja

Dunia Naruto menciptakan budaya dan tradisi ninja yang khas, termasuk ujian ninja, desa-desa ninja, dan hubungan antar desa.

g. Musik dan Desain Visual

Musik pengiring yang kuat dan desain visual yang menarik merupakan elemen kunci dari Anime Naruto. Lagu-lagu tema, terutama lagu pembuka dan penutup, memiliki daya tarik tersendiri.

Penggunaan konten Anime Naruto dalam konteks kampanye politik menunjukkan bahwa budaya populer dapat menjadi alat komunikasi yang kuat untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pemilih, terutama generasi muda. Dengan memahami daya tarik dan nilai-nilai yang terkandung dalam Anime Naruto, kampanye politik dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan dapat diterima oleh target audiens mereka.

1.6.3 Media Sosial

Media sosial merujuk pada platform-platform daring yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berpartisipasi, dan terlibat dalam pembuatan konten secara online. Beberapa contoh media sosial yang populer termasuk Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan TikTok. Berikut adalah beberapa karakteristik utama media sosial:

a. Interaksi Pengguna

Media sosial memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi, memberikan tanggapan, dan berbagi konten dengan mudah. Fitur komentar, like, dan share menjadi cara utama untuk berpartisipasi.

b. Berbagi Konten Multimedia

Pengguna dapat membagikan berbagai jenis konten, termasuk teks, gambar, video, dan audio. Ini menciptakan pengalaman berbagi yang lebih kaya dan beragam.

c. Jaringan dan Koneksi

Media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia. Pengguna dapat membentuk jaringan pribadi, memperluas lingkaran sosial, dan berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki minat atau pandangan yang sama.

d. Konten Berbasis Pengguna

Sebagian besar konten di media sosial dibuat oleh pengguna itu sendiri. Hal ini menciptakan atmosfer yang lebih autentik dan memberikan suara kepada individu.

e. Pembaruan Real-time

Informasi yang dibagikan di media sosial seringkali bersifat real-time. Pengguna dapat memperoleh pembaruan langsung tentang peristiwa terkini, tren, atau kejadian penting.

f. Target Audien yang Spesifik

Platform media sosial memungkinkan kampanye politik atau pemasaran untuk menargetkan audiens tertentu berdasarkan preferensi, demografi, atau perilaku online.

g. Kemampuan Viral

Konten yang menarik dapat dengan cepat menjadi viral di media sosial, menjangkau ribuan atau bahkan jutaan pengguna dalam waktu singkat.

h. Analisis dan Pengukuran

Platform media sosial menyediakan alat analisis untuk melacak kinerja konten dan kampanye. Pengguna dapat mengukur jumlah tayangan, interaksi, dan konversi.

i. Pengaruh Opini Publik

Media sosial memiliki peran penting dalam membentuk opini publik. Konten yang mendapatkan dukungan atau kontroversi dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu atau tokoh politik.

j. Penting dalam Kampanye Politik

Kampanye politik sering menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk mencapai pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan platform ini.

Media sosial memiliki dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk politik. Penggunaannya yang luas dan kemampuannya untuk menjangkau audiens secara masif menjadikan media sosial sebagai elemen kunci dalam strategi komunikasi modern.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan dengan metode analisis wacana kritis. Metode Analisis Wacana Kritis seringkali digunakan dalam penelitian sosial, terutama dalam kajian media, politik, dan budaya. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana bahasa dapat menjadi alat untuk mempertahankan atau merombak ketidaksetaraan dan kekuasaan dalam masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis wacana kritis dalam meneliti konten kampanye dari TKN Prabowo – Gibran dengan menggunakan anime Naruto sebagai background kampanye mereka agar mendapat atensi dari publik khususnya para pemilih muda. Model analisis wacana kritis yang digunakan penulis adalah model Theo van Leeuwen, model ini memfokuskan pada penggambaran visual dalam sebuah konten. Model ini sangat cocok untuk meneliti konten kampanye TKN Prabowo – Gibran dengan menggunakan anime Naruto sebagai background dari konten kampanye tersebut.

1.7.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah tempat variable melekat (Arikunto, 2010) subjek penelitian ini adalah konten kampanye anime Naruto yang dibuat oleh TKN Prabowo – Gibran .

Objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitiannya adalah TKN Prabowo – Gibran yang menggunakan konten anime Naruto sebagai kebutuhan kampanye politik.

1.7.3 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini yaitu isi konten kampanye politik oleh TKN Prabowo – Gibran yang menunjukkan seberapa besar atensi publik khususnya pada pemilih muda terhadap konten yang dibuat oleh TKN Prabowo – Gibran.

1.7.4 Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland, sumber data utama penelitian kualitatif adalah kata kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan data seperti dokumen dan lain lain (Moeleong, 2016:157).

Sumber data pada penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapatkan dari sumber asli. Data primer dari penelitian ini adalah konten kampanye anime Naruto dari TKN Prabowo – Gibran.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat oleh peneliti secara tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dari jurnal dan buku yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

1.7.6 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Wacana Kritis model Theo van Leeuwen. Theo van Leeuwen adalah seorang ahli linguistik yang mengembangkan model analisis wacana kritis. Model ini bertujuan untuk meneliti bagaimana peristiwa dan pelaku sosial atau kelompok tertentu ditampilkan dalam sebuah wacana pemberitaan. Dalam model ini, Van Leeuwen memperkenalkan pendekatan eksklusi dan inklusi untuk mendeteksi bagaimana suatu kelompok atau seseorang dimarginalkan posisinya dalam suatu wacana. Dalam penelitian ini penulis menganalisis sebuah konten kampanye politik yang menarik para pemilih muda untuk ikut dalam mensukseskan kontestasi politik Indonesia di 2024

Dalam pandangan paradigma kritis, evaluasi kualitas bahan penelitian dilakukan sesuai dengan situasi historis, yaitu. sesuai dengan konteks penelitian ketika menyesuaikan dengan konteks sosial dan budaya dan waktu tertentu dan konteks sejarah (Kartika, 2018). Kajian ini dilakukan dengan melihat situasi kejadian dari segi konteks dan data pendukung. Dalam kajian kritis, peneliti harus menganalisis kondisi ekonomi, kondisi sosial dan budaya yang mendahului kondisi yang diselidiki dan yang menjadi latar belakangnya. Kondisi yang terjadi di masa

lalu sangat berkaitan dengan kondisi fenomena yang diteliti, sehingga tidak bisa dibiarkan begitu saja (Haryono, 2020).

Kondisi yang disebutkan dalam penelitian ini merujuk pada wacana teks dan gambar yang dibuat oleh TKN Prabowo – Gibran dalam membuat konten kampanye politik. Mereka membuat konten menarik menggunakan anime Naruto sehingga menarik perhatian para pemilih muda.

Dalam penelitian ini, data adalah gambar atau visual, teks dan scene pada konten kampanye Prabowo – Gibran di sosial media. Dalam konten kampanye tersebut, TKN Prabowo – Gibran mengemas kampanye mereka lebih kreatif dan inovatif sehingga banyak mengundang perhatian publik. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode Analisis Wacana Kritis model Theo van Luween.

Dalam memperoleh sumber data penelitian, peneliti harus mengumpulkan berbagai sumber data yang sesuai dengan objek penelitian. Dalam hal ini, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis dengan pendekatan Theo Van Luween untuk menganalisis struktur teks, kognisi sosial dan analisis sosial konten kampanye politik TKN Prabowo - Gibran

a. Struktur Teks

Dalam struktur teks ini, peneliti menganalisis bagaimana proses percakapan digunakan dalam suatu peristiwa atau situasi sosial. Dalam struktur teks, informasi diklasifikasikan menjadi tiga struktur, yaitu struktur makro, struktur atas, dan struktur mikro.

Dalam dimensi teks, makna dalam gambar, tulisan, dan konteks akan dianalisis secara umum (Struktur Makro) dengan melihat topik yang dibahas, kemudian menganalisis kerangka dan elemen dalam wacana (Superstruktur) dengan mengamati gambar, tulisan, dan konteks dalam komik kritik sosial yang diteliti. Langkah selanjutnya dalam dimensi teks adalah makna wacana secara detail (Struktur Mikro). Elemen yang digunakan dalam struktur mikro yaitu 1) Semantik (menjelaskan mengenai kritik yang ingin disampaikan oleh TKN Prabowo - Gibran); 2) Sintaksis (bentuk paragraf yang diterapkan merupakan induktif dimana ide pokok berada di akhir kalimat); 3) Stilistik (pemilihan kata yang digunakan kreator dikategorikan sebagai denotatif); 5) Retoris (grafis, teks yang dicetak tebal merupakan objek atau informasi yang dianggap kreator penting dan didukung gambaran visual yang sesuai konteks)

b. Kognisi Sosial

Kognisi sosial merupakan tahap kedua dari proses penciptaan teks. Kognisi sosial adalah salah satu struktur terpenting dalam proses pembentukan percakapan. Penulis memahami situasi sosial dalam kognisi sosial ini. Bagaimana orang mengingat, menganalisis, dan menggunakan informasi dari peristiwa sosial, dan bagaimana individu memahami, merasakan, dan menganalisis lingkungan dan peristiwa melalui kemampuan berpikir atau kecerdasannya.

Kognisi sosial adalah proses di mana percakapan terbentuk tidak hanya melalui struktur wacana, tetapi juga melalui penciptaan wacana. Pendekatan ini melihat bagaimana aspek sosial masyarakat dikelola. Dalam pendekatan kajian kognitif juga mempertimbangkan sejauh mana fenomena kognitif terkait dengan struktur wacana, interaksi verbal, peristiwa dan situasi komunikatif (Haryatmoko, 2017).

c. Analisis Sosial

Tujuan analisis sosial adalah untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap: tentang situasi sosial dan budaya, untuk dapat menangkap dan memahami realitas sosial yang kita hadapi, dan kemudian mencari solusi dari masalah tersebut. Ia juga dapat dijadikan sebagai indikator dalam penggolongan gerakan sosial yang dilakukan oleh suatu komunitas, terlepas dari apakah gerakan tersebut dilakukan secara rasional atau hanya berdasarkan dorongan emosi. Analisis ini menganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat melalui proses produksi dan pengulangan suatu peristiwa atau situasi sosial. Tujuannya untuk mendapatkan gambaran perekonomian masyarakat.

1.7.8 Kualitas Data

Dalam pandangan paradigma kritis, evaluasi kualitas bahan penelitian dilakukan sesuai dengan situasi historis, yaitu sesuai dengan konteks penelitian ketika menyesuaikan dengan konteks sosial dan budaya dan waktu tertentu dan konteks sejarah (Kartika, 2018). Kajian ini dilakukan dengan melihat situasi kejadian dari segi konteks dan data pendukung. Dalam kajian kritis, peneliti harus menganalisis kondisi ekonomi, kondisi sosial dan budaya yang mendahului kondisi yang diselidiki dan yang menjadi latar belakangnya. Kondisi yang terjadi di masa lalu sangat berkaitan dengan kondisi fenomena yang diteliti, sehingga tidak bisa dibiarkan begitu saja (Haryono, 2020).

Kondisi yang disebutkan dalam penelitian ini merujuk pada wacana teks dan gambar yang dibuat oleh TKN Prabowo – Gibran dalam membuat konten kampanye politik. Mereka membuat konten menarik menggunakan anime Naruto sehingga menarik perhatian para pemilih muda.

BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN

2.1 Deskripsi TKN Prabowo Gibran



Gambar 2.1 Rosan Perkasa Roeslano (Ketua TKN Prabowo – Gibran)

Dalam rangka mempersiapkan strategi pemenangan pada Pemilihan Umum 2024, pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka membentuk Tim Kampanye Nasional (TKN). Pembentukan tim ini merupakan langkah krusial dalam proses kontestasi politik di Indonesia, mengingat peran vital TKN dalam merumuskan dan mengeksekusi strategi kampanye secara nasional. TKN Prabowo-Gibran diketuai oleh Rosan Perkasa Roeslani, seorang tokoh yang memiliki latar belakang sebagai pengusaha dan mantan Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN) periode 2015-2021.

Deklarasi resmi pembentukan TKN Prabowo-Gibran dilaksanakan pada tanggal 6 November 2023. Pemilihan lokasi di Hotel Grand Kemang, Kuningan, Jakarta Selatan, tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlangsungnya acara, tetapi juga dapat diinterpretasikan sebagai simbol strategis mengingat lokasinya yang berada di jantung ibu kota negara. Momentum ini menandai dimulainya fase baru

dalam perjalanan politik pasangan Prabowo-Gibran menuju Pemilihan Umum 2024, sekaligus menjadi titik awal bagi TKN dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Pembentukan TKN dengan struktur yang solid dan dipimpin oleh figur berpengalaman seperti Rosan Perkasa Roeslani mencerminkan upaya pasangan Prabowo-Gibran untuk membangun tim kampanye yang kredibel dan efektif. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya struktur organisasi dan kepemimpinan dalam tim kampanye politik. Keberadaan TKN ini diharapkan dapat menjadi motor penggerak kampanye yang mampu mengoptimalkan potensi dukungan dan memitigasi tantangan yang mungkin dihadapi selama masa kampanye hingga hari pemilihan.

Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran menunjukkan komposisi yang unik dengan melibatkan berbagai lintas generasi dalam strukturnya. Kehadiran signifikan kaum milenial dan Generasi Z dalam tim ini mencerminkan pergeseran paradigma dalam strategi kampanye politik di Indonesia. Fenomena ini sejalan dengan tren global yang menunjukkan peningkatan partisipasi generasi muda dalam proses politik. Keterlibatan aktif generasi muda dalam TKN Prabowo-Gibran tidak hanya memperkaya dinamika internal tim, tetapi juga berpotensi memperluas jangkauan kampanye kepada segmen pemilih yang lebih muda.

Kehadiran para pemuda dalam TKN Prabowo-Gibran membawa nuansa yang berbeda dibandingkan dengan kampanye-kampanye pilpres tahun-tahun sebelumnya. Perubahan demografi tim kampanye dapat membawa pergeseran signifikan dalam pendekatan dan gaya berkampanye. Dalam konteks TKN

Prabowo-Gibran, keterlibatan generasi muda ini berpotensi menghasilkan strategi kampanye yang lebih inovatif, responsif terhadap isu-isu kontemporer, dan lebih efektif dalam memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pemilih. Hal ini menjadi penting mengingat peran sentral media sosial dan platform digital dalam membentuk opini publik dan preferensi politik di era kontemporer.

Salah satu manifestasi nyata dari pengaruh generasi muda dalam TKN Prabowo-Gibran adalah penggunaan teknologi modern, terutama kecerdasan buatan (AI), dalam strategi kampanye mereka. Pemanfaatan AI dalam kampanye politik merupakan fenomena yang relatif baru di Indonesia, namun telah menunjukkan potensi signifikan di berbagai negara. Pendekatan ini memungkinkan TKN Prabowo-Gibran untuk melakukan analisis data yang lebih mendalam, personalisasi pesan kampanye, dan optimalisasi saluran komunikasi digital. Keunikan strategi ini tidak hanya membedakan kampanye Prabowo-Gibran dari pasangan calon lainnya, tetapi juga berpotensi mengubah lanskap kampanye politik di Indonesia secara fundamental. Namun, penggunaan teknologi AI dalam kampanye politik juga menimbulkan pertanyaan etis dan regulasi yang perlu diteliti lebih lanjut.

2.2 Konten Anime Naruto Prabowo Gibran



Gambar 2.2 Lambang Klan Uzumaki di jaket kampanye Gibran

Strategi kampanye digital Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran menunjukkan pendekatan inovatif dalam memanfaatkan elemen budaya populer untuk menarik perhatian pemilih, khususnya generasi muda. Salah satu contoh yang menonjol adalah penggunaan simbol dari serial anime Naruto pada jaket yang dikenakan oleh Gibran Rakabuming Raka, yang menampilkan lambang klan Uzumaki. Fenomena ini sejalan dengan konsep "pop culture politics" yang dibahas oleh Street et al. (2018), di mana elemen-elemen budaya populer diintegrasikan ke dalam komunikasi politik untuk meningkatkan resonansi pesan kampanye dengan audiens target. Penggunaan simbol anime ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk membangun koneksi emosional dengan pemilih muda yang familiar dengan narasi dan simbolisme Naruto.

Respons netizen terhadap strategi ini, terutama dari penggemar anime Naruto,

mencerminkan potensi efektivitas pendekatan tersebut dalam memicu engagement dan diskusi politik di ruang digital. Kecenderungan netizen untuk membuat perbandingan antara tokoh-tokoh politik dengan karakter Naruto - misalnya, menyamakan Jokowi dengan Naruto, Prabowo dengan Sasuke, dan Gibran dengan Boruto - menunjukkan bagaimana narasi politik dapat diresapi dan diinterpretasikan ulang melalui lensa budaya populer. Fenomena ini sejalan dengan konsep "political fandom" yang diuraikan oleh Dean (2017), di mana keterlibatan politik semakin terintegrasi dengan praktik-praktik penggemar budaya populer.

Implikasi dari strategi kampanye ini terhadap diskursus politik dan partisipasi pemilih muda perlu diteliti lebih lanjut. Di satu sisi, pendekatan ini berpotensi meningkatkan keterlibatan politik generasi muda dengan menjembatani gap antara politik formal dan budaya populer yang mereka konsumsi sehari-hari. Namun, Fielding (2021) memperingatkan bahwa penggunaan referensi budaya populer dalam kampanye politik juga dapat menimbulkan risiko oversimplifikasi isu-isu kompleks atau pengalihan perhatian dari substansi kebijakan. Oleh karena itu, efektivitas dan dampak jangka panjang dari strategi semacam ini terhadap kualitas diskursus demokratis dan pemahaman politik pemilih muda merupakan area yang memerlukan penelitian lebih lanjut dalam konteks politik Indonesia kontemporer.

Fenomena penggunaan konten anime Naruto dalam kampanye politik pasangan calon Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka menawarkan

perspektif baru dalam strategi komunikasi politik di Indonesia. Pemanfaatan elemen budaya populer ini, khususnya anime yang memiliki basis penggemar yang luas di kalangan generasi muda, menunjukkan upaya strategis untuk menarik perhatian dan dukungan dari segmen pemilih muda. Hal ini sejalan dengan konsep "pop politics" yang dikemukakan oleh Street (2004), di mana terjadi perpaduan antara budaya populer dan komunikasi politik untuk meningkatkan resonansi pesan kampanye dengan audiens target.

Keefektifan strategi ini terlihat dari tingginya atensi yang diberikan oleh anak muda terhadap konten kampanye yang menggunakan referensi Naruto. Menurut Jenkins et al. (2016), penggunaan narasi dan karakter yang familiar dari budaya populer dapat memfasilitasi keterlibatan politik yang lebih mendalam di kalangan generasi muda. Dalam konteks ini, personifikasi tokoh-tokoh politik sebagai karakter Naruto tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai pintu masuk bagi diskusi politik yang lebih substantif di kalangan pemilih muda.

Signifikansi strategi ini semakin menonjol mengingat komposisi demografis pemilih pada Pemilu 2024. Data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) menunjukkan bahwa pemilih pemula, yang didominasi oleh anak muda, merupakan segmen yang substansial dalam struktur elektoral. Menurut Aspinall dan Berenschot (2019), suara anak muda, terutama pemilih pemula, menjadi faktor krusial yang dapat mempengaruhi hasil pemilihan umum di Indonesia. Oleh karena

itu, strategi kampanye yang mampu menarik perhatian dan partisipasi kelompok demografis ini menjadi sangat penting bagi tim kampanye.

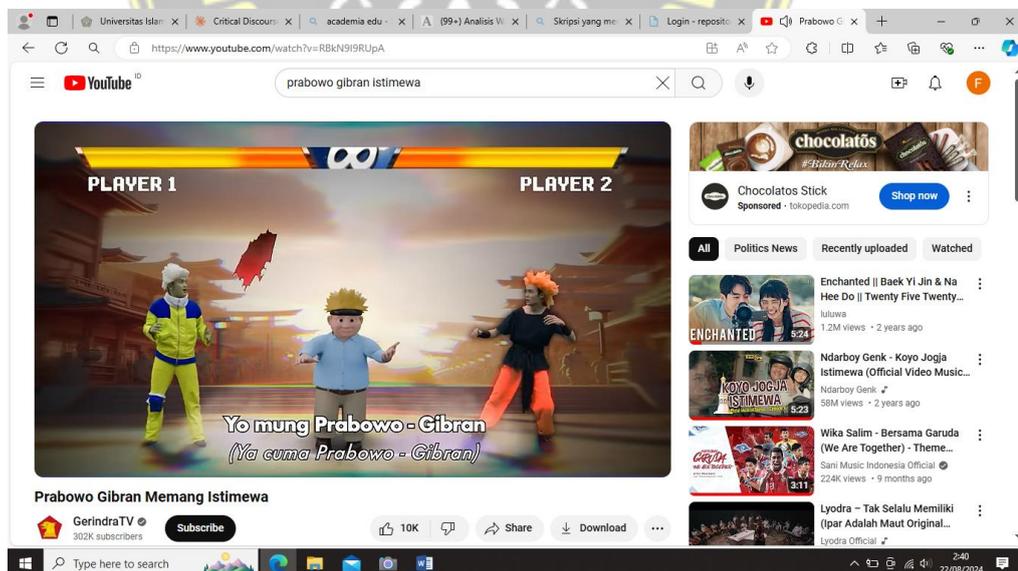
Namun, penggunaan konten anime dalam kampanye politik juga menimbulkan pertanyaan kritis mengenai substansi pesan politik yang disampaikan. Highfield (2016) memperingatkan bahwa meskipun strategi semacam ini efektif dalam menarik perhatian, terdapat risiko oversimplifikasi isu-isu politik yang kompleks. Lebih lanjut, penting untuk mengkaji apakah peningkatan keterlibatan pemilih muda melalui konten berbasis anime ini berkorelasi dengan peningkatan literasi politik dan partisipasi yang bermakna dalam proses demokrasi.

Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menganalisis dampak jangka panjang dari strategi kampanye berbasis budaya populer ini terhadap perilaku pemilih muda dan kualitas diskursus politik di Indonesia. Studi komparatif dengan negara-negara lain yang telah menerapkan strategi serupa, seperti yang dilakukan oleh Niko (2022) di Jepang, dapat memberikan wawasan berharga mengenai efektivitas dan implikasi dari pendekatan ini dalam konteks yang lebih luas. Analisis mendalam terhadap fenomena ini tidak hanya akan berkontribusi pada pemahaman tentang dinamika kampanye politik kontemporer, tetapi juga dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi politik bermakna di kalangan generasi muda.

BAB III TEMUAN PENELITIAN

3.1 Pemanfaatan Konten Anime Naruto dalam Kampanye Politik Prabowo – Gibran

Pemanfaatan konten anime Naruto dalam kampanye politik Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka merupakan fenomena menarik yang mencerminkan strategi kampanye kreatif untuk menjangkau pemilih muda. Di era digital saat ini, penggunaan elemen budaya populer seperti anime tidak hanya memperkaya narasi politik, tetapi juga menciptakan keterhubungan emosional dengan generasi milenial dan Gen Z, yang akrab dengan dunia anime. Dengan mencocokkan Prabowo sebagai Sasuke Uchiha dan Gibran sebagai Boruto Uzumaki, tim kampanye secara simbolis menampilkan kombinasi kekuatan, pengalaman, serta inovasi generasi muda. Pendekatan ini menggabungkan nilai-nilai yang ada dalam serial Naruto seperti keberanian, tanggung jawab, dan pengorbanan dengan citra politik para calon, yang berupaya menampilkan kepemimpinan tangguh serta komitmen terhadap masa depan bangsa.



Gambar 3.1 Konten Kampanye Paslon 02 di platform YouTube

3.1.1 Struktur Teks

| | |
|---------------|--|
| Makrostruktur | <p>Unggahan konten kampanye yang dilakukan oleh Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran menunjukkan upaya mereka untuk mengaitkan isu-isu politik dengan elemen-elemen budaya populer, khususnya serial anime Naruto.</p> <p>Strategi ini mencerminkan upaya tim kampanye untuk menarik minat pemilih muda terhadap kontestasi politik pada Pemilu 2024. Dengan mengintegrasikan referensi-referensi dari dunia Naruto, diharapkan tim kampanye dapat membangun koneksi dan keterlibatan yang lebih kuat dengan pemilih muda, yang menjadi target utama. Strategi ini tidak jauh dari ide para anak muda yang sangat memahami pendekatan yang efektif untuk menarik perhatian para pemilih pemula. Dengan memanfaatkan sebuah konten yang menarik bagi anak muda,</p> |
|---------------|--|

| | |
|----------------------|--|
| | <p>yaitu anime Naruto, tim kampanye Prabowo-Gibran berupaya membangun koneksi emosional dan memperkuat citra kepemimpinan mereka di kalangan pemilih muda. Strategi ini didasari pada pemahaman akan preferensi dan tren budaya populer di kalangan pemilih potensial.</p> |
| <p>Superstruktur</p> | <p>Selama kampanye, tim Prabowo-Gibran merilis beberapa konten di media sosial yang menampilkan animasi bergaya anime dengan visual yang menarik, menggambarkan kedua kandidat sebagai pahlawan yang berjuang untuk memajukan Indonesia. Dalam video promosi tersebut, Prabowo digambarkan sebagai sosok pemimpin tegas dan bijaksana, dengan karakteristik yang mengingatkan pada tokoh-tokoh "shonen" anime yang kuat, seperti mentor atau tokoh sentral yang dihormati. Sementara itu, Gibran digambarkan sebagai wakil muda yang</p> |

| | |
|----------------------|---|
| | <p>dinamis, inovatif, dan siap melanjutkan kepemimpinan dengan pendekatan yang segar, mencerminkan gaya karakter anime muda yang optimis dan penuh semangat.</p> |
| <p>Mikrostruktur</p> | <p>Dalam kampanye pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, tim kampanye mereka memanfaatkan elemen-elemen dari dunia anime Naruto, termasuk penggunaan terminologi ninja seperti chakra, jutsu, dan hokage. Ini dilakukan sebagai strategi untuk menarik perhatian pemilih muda, terutama penggemar anime, dengan menghubungkan nilai-nilai dalam anime Naruto dengan visi dan misi pasangan calon.</p> <p>Sasuke Uchiha dikenal sebagai karakter yang berbakat, cerdas, dan sering kali mengambil jalan yang berbeda dari mayoritas. Ia adalah sosok yang berpendirian teguh dan tidak ragu</p> |

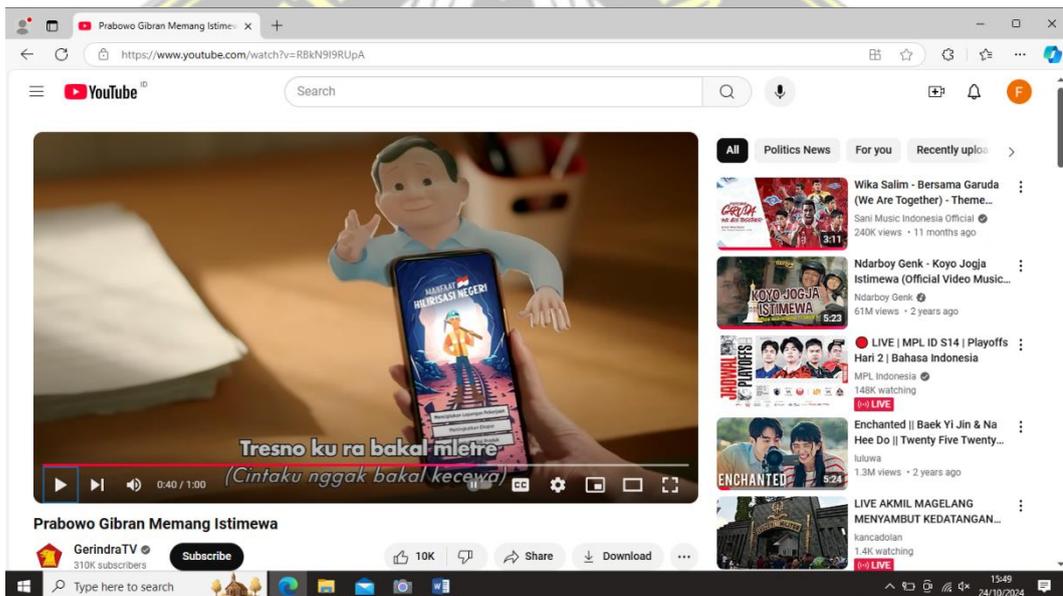
untuk berhadapan langsung dengan tantangan besar demi mencapai tujuannya. Sasuke juga dikenal sebagai ninja yang mandiri dan sering kali bekerja di balik layar, tetapi perannya sangat penting dalam menjaga keamanan dan keseimbangan dunia ninja. Prabowo dapat dilihat sebagai sosok **strategis, tangguh, dan berprinsip** seperti Sasuke. Ia memiliki latar belakang militer yang kuat, berani mengambil sikap yang tegas, dan tidak segan untuk menyuarakan pandangannya, bahkan ketika itu mungkin tidak sejalan dengan arus utama politik. Prabowo, seperti Sasuke, terkadang terlihat sebagai figur yang **berada di luar sistem**, namun memiliki pengaruh besar dalam menjaga keseimbangan dan ketahanan negara. Prabowo juga sering berperan sebagai "penjaga" (menteri pertahanan) yang kritis terhadap status quo, serupa

dengan peran Sasuke yang menjaga perdamaian dunia ninja meskipun tidak berada di pusat kekuasaan.

Boruto Uzumaki, putra dari Naruto (Hokage Ketujuh), adalah karakter yang penuh potensi tetapi ingin membuktikan dirinya tanpa bergantung pada reputasi ayahnya. Meskipun lahir dari keluarga terkemuka, Boruto berusaha untuk menemukan jalannya sendiri dan menciptakan identitas yang mandiri dari bayang-bayang orang tuanya. Dia sering kali dianggap sebagai simbol dari generasi baru yang siap membawa perubahan dan inovasi.

Gibran bisa dianggap sebagai **Boruto**, yang ingin membuktikan kemampuannya sendiri terlepas dari pengaruh keluarganya, yaitu sebagai putra Presiden Joko Widodo. Seperti Boruto, Gibran adalah **pemimpin muda yang inovatif** dan memiliki tekad kuat untuk menunjukkan bahwa

| | |
|--|--|
| | <p>dirinya mampu membawa perubahan tanpa selalu diasosiasikan dengan posisi atau warisan politik keluarganya. Gibran membawa semangat generasi muda, mencoba menemukan keseimbangan antara menghormati nilai-nilai tradisional dan menciptakan inovasi modern yang relevan dengan tantangan zaman.</p> |
|--|--|



Gambar 3.2 Scene Konten Kampanye Paslon 02 Prabowo – Gibran

| | |
|----------------------|--|
| <p>Makrostruktur</p> | <p>Program hilirisasi menjadi salah satu strategi penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat, seperti menciptakan lapangan pekerjaan baru, meningkatkan</p> |
|----------------------|--|

| | |
|--|---|
| | <p>nilai tambah produk lokal, serta mendorong pertumbuhan ekspor. Video berjudul *"Prabowo Gibran Memang Istimewa"* secara eksplisit menonjolkan dukungan terhadap program hilirisasi yang diinisiasi oleh tokoh politik Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Tema utama video ini adalah penguatan narasi positif mengenai program hilirisasi melalui pendekatan budaya dan emosional yang dekat dengan masyarakat. Salah satu contohnya adalah penggunaan kalimat berbahasa Jawa, "Tresnoku ra bakal mlethre" (Cintaku nggak bakal kecewa), yang tidak hanya menciptakan kesan akrab tetapi juga menggambarkan optimisme serta kepercayaan masyarakat terhadap keberhasilan program ini. Penyampaian narasi dalam video ini dilakukan dengan analogi hubungan emosional, sehingga program hilirisasi tidak hanya dipandang sebagai kebijakan ekonomi semata, tetapi juga sebagai langkah yang memiliki dampak langsung terhadap kesejahteraan rakyat. Dengan demikian, video ini berfungsi sebagai media komunikasi yang efektif dalam membangun kesadaran dan dukungan publik terhadap kebijakan hilirisasi yang dianggap mampu mendorong kemajuan</p> |
|--|---|

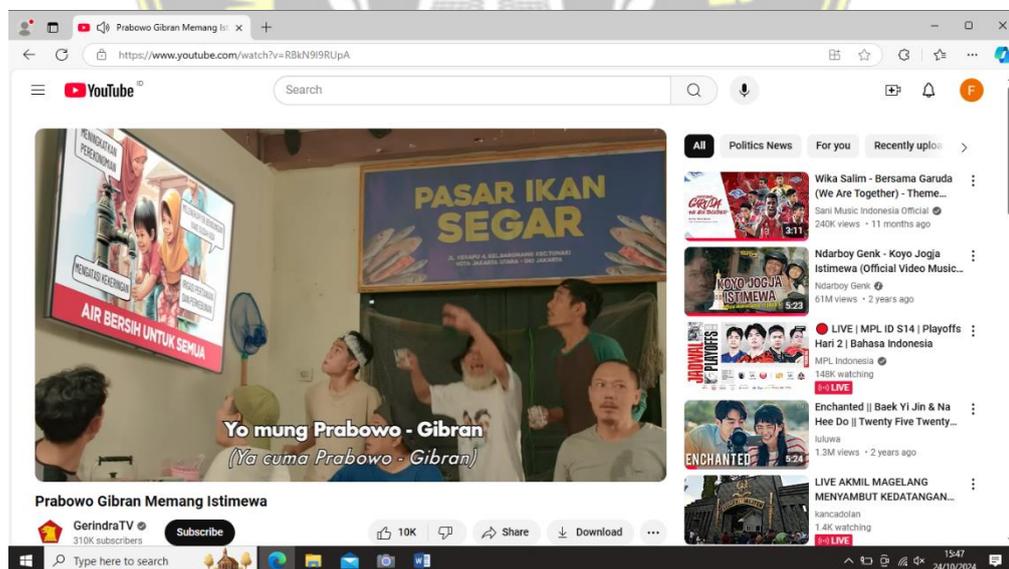
| | |
|----------------------|---|
| | <p>ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Analisis ini menunjukkan bahwa keberhasilan narasi dalam video politik tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikemas agar mampu menjangkau nilai-nilai budaya dan emosi masyarakat.</p> |
| <p>Superstruktur</p> | <p>Pada bagian pembuka, video dimulai dengan frasa yang memiliki kekuatan emosional, yaitu "Tresnoku ra bakal mlethre" (Cintaku nggak bakal kecewa), yang menggunakan bahasa Jawa. Frasa ini berfungsi untuk menarik perhatian audiens dan membangun hubungan emosional melalui bahasa yang akrab dan mudah diterima oleh masyarakat, menciptakan kedekatan yang lebih personal. Bagian isi kemudian memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai program hilirisasi, yang diposisikan sebagai langkah penting untuk mendorong pembangunan ekonomi. Dalam bagian ini, ditekankan bahwa hilirisasi akan menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan ekspor, dan memberikan nilai tambah pada produk lokal, yang semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Penjelasan ini memberikan informasi konkret dan</p> |

| | |
|---------------|--|
| | <p>relevan mengenai manfaat ekonomi dari program tersebut. Bagian penutup, meskipun tidak secara eksplisit, memberikan dukungan terhadap tokoh-tokoh yang mengusung program tersebut, yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Dukungan ini tercermin dalam narasi yang membangun optimisme dan kepercayaan terhadap keberhasilan program hilirisasi yang mereka jalankan. Penutupan ini tidak hanya menegaskan pentingnya kebijakan tersebut, tetapi juga memperkuat citra positif tokoh-tokoh yang terlibat, seolah memberi keyakinan bahwa mereka adalah pemimpin yang mampu membawa perubahan. Secara keseluruhan, struktur teks ini berfungsi untuk tidak hanya menginformasikan, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan audiens, serta mengarahkan dukungan terhadap program yang diusung oleh tokoh politik tertentu. Pendekatan ini memungkinkan pesan politik untuk disampaikan dengan cara yang lebih menyentuh, mudah diterima, dan menggugah rasa percaya publik terhadap kebijakan yang diusung.</p> |
| Mikrostruktur | Video "Prabowo Gibran Memang Istimewa" menunjukkan keunggulan dalam penggunaan |

mikrostruktur untuk menyampaikan pesan politik secara efektif. Pilihan kata yang digunakan dalam video ini cenderung sederhana dan menggunakan bahasa sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat luas. Contohnya adalah frasa "Tresnoku ra bakal mlethre" (Cintaku nggak bakal kecewa), yang tidak hanya akrab di telinga masyarakat tetapi juga menambahkan kesan emosional yang kuat. Gaya bahasa yang diterapkan bersifat santai dan populis, dengan pendekatan yang mengedepankan kedekatan budaya lokal melalui penggunaan bahasa Jawa. Hal ini menciptakan hubungan emosional antara pesan yang disampaikan dengan audiens, terutama mereka yang berasal dari komunitas dengan latar belakang budaya yang sama.

Selain itu, video ini memanfaatkan visualisasi karakter animasi dengan pose santai sambil memegang ponsel, yang memberikan kesan modern dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Elemen visual ini mendukung gagasan komunikasi yang berbasis teknologi dan memperkuat narasi program pembangunan. Elemen pendukung lain yang signifikan adalah teks "Manfaat

Hilirisasi Negeri" yang muncul di layar ponsel. Teks ini secara langsung menegaskan tema utama video, yaitu pentingnya hilirisasi sebagai bagian dari pembangunan ekonomi. Melalui kombinasi pilihan kata, gaya bahasa, visualisasi, dan elemen pendukung ini, video berhasil menyampaikan pesan politik yang tidak hanya informatif tetapi juga emosional dan mudah diterima oleh masyarakat luas. Pendekatan mikrostruktur ini menunjukkan bagaimana elemen bahasa dan visual dapat berfungsi secara sinergis untuk membangun narasi yang persuasif.



Gambar 3.3 Konten Kampanye Prabowo - Gibran

| | |
|---------------|---|
| Makrostruktur | Dalam video kampanye yang ditampilkan berfokus pada tema utama yang menekankan pentingnya penyediaan air bersih |
|---------------|---|

bagi masyarakat sebagai salah satu program pembangunan yang strategis. Tema ini tidak hanya menyoar pada kebutuhan dasar masyarakat untuk mendapatkan akses terhadap air bersih, tetapi juga menyoro dampak lebih luas yang dapat ditimbulkan dari program ini. Penyediaan air bersih diidentifikasi sebagai salah satu kunci dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dalam konteks ini, air bersih dilihat sebagai elemen penting yang memiliki pengaruh langsung terhadap kualitas hidup masyarakat, khususnya di wilayah yang sebelumnya kesulitan mendapatkan akses air bersih.

Program ini diposisikan sebagai bagian dari strategi pembangunan berkelanjutan yang dirancang untuk mengentaskan kemiskinan. Ketika akses air bersih terjamin, masyarakat dapat mengurangi pengeluaran untuk kebutuhan air, sehingga pendapatan yang ada dapat dialokasikan untuk kebutuhan lain, seperti pendidikan dan kesehatan. Hal ini, pada gilirannya, berkontribusi terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat miskin. Dengan demikian, penyediaan air bersih tidak hanya dipandang sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan primer manusia, tetapi juga sebagai langkah strategis untuk mengurangi kesenjangan sosial dan

menciptakan pemerataan ekonomi di berbagai wilayah.

Selain itu, tema ini juga menggarisbawahi pentingnya air bersih dalam mendorong peningkatan perekonomian. Akses air bersih yang memadai memungkinkan masyarakat, terutama di daerah pedesaan dan perkotaan kecil, untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah (UMKM) yang memerlukan air sebagai salah satu elemen produksinya. Sebagai contoh, pasar ikan yang ditampilkan dalam visualisasi video ini menunjukkan bagaimana air bersih dapat mendukung kegiatan ekonomi lokal, seperti pencucian hasil tangkapan ikan, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas produk yang dijual. Dengan demikian, dampak dari penyediaan air bersih tidak hanya dirasakan pada level individu, tetapi juga pada level komunitas dan ekonomi makro.

Lebih jauh, penyediaan air bersih juga dihubungkan dengan keberlanjutan sosial. Tema ini menegaskan bahwa air bersih bukan hanya sebuah kebutuhan, tetapi juga hak dasar yang harus diperoleh setiap individu. Penyediaan air bersih yang merata dapat mencegah konflik sosial yang seringkali muncul akibat perebutan sumber daya alam yang terbatas. Selain itu,

| | |
|---------------|---|
| | <p>langkah ini juga mendukung terciptanya lingkungan yang sehat dan nyaman, di mana masyarakat dapat hidup berdampingan secara harmonis. Hal ini memperkuat pandangan bahwa penyediaan air bersih merupakan elemen kunci dalam menciptakan pembangunan yang berkeadilan dan berkelanjutan.</p> <p>Secara keseluruhan, makrostruktur dalam video ini berhasil menekankan bahwa penyediaan air bersih adalah langkah strategis yang berdampak luas bagi masyarakat. Tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan dasar, air bersih dilihat sebagai fondasi yang mendukung berbagai aspek kehidupan, seperti kesejahteraan sosial, pertumbuhan ekonomi, dan keberlanjutan sosial. Tema ini mengajak masyarakat untuk memahami pentingnya program ini dan mendorong dukungan terhadap tokoh-tokoh yang mempromosikan kebijakan pembangunan berbasis kebutuhan masyarakat tersebut.</p> <p>Dengan narasi yang jelas dan fokus, video ini memperlihatkan bagaimana penyediaan air bersih dapat menjadi solusi bagi berbagai permasalahan mendasar yang dihadapi masyarakat modern.</p> |
| Superstruktur | <p>Dari video kampanye ini menunjukkan bahwa teks visual dan narasi yang disajikan dirancang dengan struktur yang</p> |

terorganisasi secara sistematis. Struktur ini mencakup tiga bagian utama: pembuka, isi, dan penutup, yang saling melengkapi untuk menyampaikan pesan utama secara efektif. Bagian pembuka dimulai dengan penggambaran suasana pasar ikan, sebuah simbol kehidupan rakyat kecil yang dekat dengan audiens. Pasar ikan dipilih sebagai latar karena mencerminkan aktivitas keseharian masyarakat kelas bawah, sekaligus menunjukkan kebutuhan mendesak akan air bersih dalam mendukung keberlangsungan ekonomi lokal. Dengan visualisasi ini, hubungan emosional dibangun antara narasi video dan audiens, sehingga mereka merasa terhubung dengan realitas yang ditampilkan.

Pada bagian isi, pesan utama video difokuskan pada penjelasan manfaat air bersih dalam mendukung kehidupan masyarakat. Manfaat ini ditekankan melalui teks-teks yang muncul di layar, seperti "Air Bersih untuk Semua" dan "Meningkatkan Perekonomian." Teks ini disampaikan secara lugas dan informatif, sehingga mudah dipahami oleh khalayak luas. Penekanan pada manfaat ini mencakup beberapa aspek penting, seperti peningkatan ekonomi lokal, pengentasan kemiskinan, dan pemerataan akses terhadap kebutuhan dasar. Video ini secara khusus menyoroti dampak

positif penyediaan air bersih terhadap berbagai lapisan masyarakat, dari para pedagang di pasar hingga rumah tangga biasa. Dengan demikian, bagian isi berfungsi sebagai inti narasi yang memberikan argumen kuat untuk mendukung program pembangunan air bersih sebagai prioritas.

Bagian penutup dirancang untuk memperkuat narasi optimisme dan kepercayaan terhadap tokoh politik yang diusung, yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Hal ini dilakukan melalui tagline yang muncul di akhir video, “Yo mung Prabowo-Gibran” (Ya cuma Prabowo-Gibran). Tagline ini memberikan kesan bahwa kedua tokoh tersebut merupakan sosok yang mampu mengimplementasikan program pembangunan air bersih dengan efektif. Selain itu, penutup ini dirancang untuk mengarahkan dukungan politik dari masyarakat kepada mereka, sekaligus menekankan bahwa program yang diusung memiliki dampak nyata dan relevan bagi kehidupan sehari-hari masyarakat. Penutup ini juga mempertegas pesan bahwa langkah yang diambil oleh Prabowo dan Gibran berorientasi pada kepentingan rakyat kecil, sehingga memperkuat citra kepemimpinan yang populis dan dekat dengan masyarakat.

| | |
|--|--|
| | <p>Lebih lanjut, superstruktur narasi ini mengintegrasikan elemen visual dan teks untuk menciptakan pesan yang komprehensif. Setiap bagian, mulai dari pembuka hingga penutup, disusun dengan alur yang terstruktur untuk menyampaikan pesan utama secara efektif. Pembuka yang emosional, isi yang informatif, dan penutup yang menginspirasi menciptakan sebuah narasi yang tidak hanya komunikatif, tetapi juga persuasif. Video ini memanfaatkan pendekatan visual untuk menarik perhatian audiens, sementara teks di layar memperkuat pesan inti yang ingin disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa superstruktur video kampanye ini dirancang secara strategis untuk mencapai dua tujuan utama, yaitu menyampaikan manfaat program pembangunan air bersih dan membangun kepercayaan terhadap kepemimpinan Prabowo dan Gibran.</p> <p>Secara keseluruhan, superstruktur dalam video ini mencerminkan pendekatan narasi yang terencana dan terfokus. Dengan menggunakan latar kehidupan sehari-hari, video ini berhasil menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Penekanan pada manfaat air bersih di bagian isi memberikan informasi yang kuat untuk meyakinkan masyarakat akan pentingnya program tersebut. Penutup yang</p> |
|--|--|

| | |
|---------------|---|
| | <p>menampilkan tagline politik mempertegas pesan dukungan terhadap tokoh yang diusung. Keseluruhan struktur ini memperlihatkan bagaimana narasi visual dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan pesan politik, sekaligus membangun hubungan emosional antara audiens dan narasi yang disampaikan.</p> |
| Mikrostruktur | <p>Mikrostruktur pada video kampanye ini mengungkap elemen-elemen detail yang mendukung narasi utama, baik dari segi teks maupun visual. Elemen pilihan kata yang digunakan dalam teks, seperti "Air Bersih untuk Semua," menunjukkan bahwa pesan-pesan dalam video dirancang dengan kesederhanaan dan inklusivitas. Kalimat ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menekankan pentingnya program air bersih dengan bahasa yang dapat diterima dan dimengerti oleh semua kalangan, khususnya masyarakat luas. Penggunaan kata-kata sederhana ini memperlihatkan bahwa video dirancang untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa adanya hambatan pemahaman akibat penggunaan istilah yang kompleks.</p> <p>Selain itu, gaya bahasa dalam video cenderung populis dan komunikatif, mengedepankan kedekatan emosional dengan audiens. Hal ini terlihat dari penggunaan bahasa Jawa, seperti</p> |

dalam frasa "Yo mung Prabowo-Gibran," yang memberikan kesan bahwa program yang diusung sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal. Bahasa Jawa dalam teks ini juga mencerminkan pendekatan budaya yang menghormati tradisi dan kearifan lokal, sehingga menciptakan hubungan yang lebih personal antara audiens dengan pesan yang disampaikan. Dengan pendekatan bahasa seperti ini, video tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan audiens melalui penggunaan elemen bahasa yang akrab.

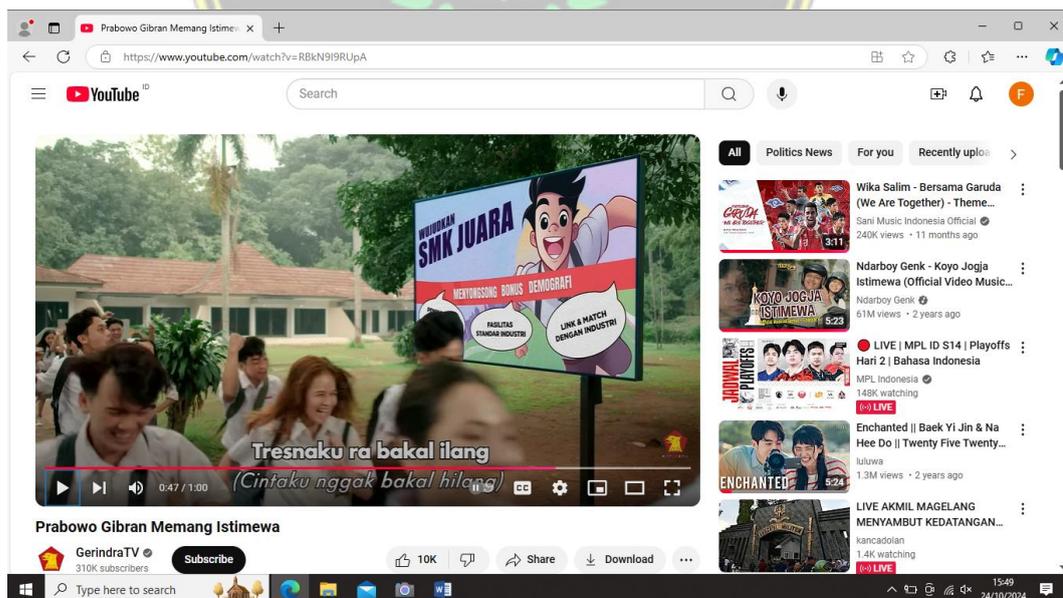
Visualisasi dalam video juga memainkan peran penting dalam mendukung narasi utama. Gambar layar digital yang menampilkan pesan-pesan program pembangunan air bersih dipadukan dengan suasana pasar rakyat, memberikan kesan bahwa program ini dirancang untuk kesejahteraan masyarakat kecil. Suasana pasar yang menjadi latar visual menciptakan gambaran nyata tentang kehidupan sehari-hari rakyat, di mana air bersih menjadi kebutuhan mendasar yang memengaruhi aktivitas ekonomi dan sosial mereka. Elemen visual ini memperkuat narasi bahwa program pembangunan air bersih bukan hanya wacana politik, melainkan solusi nyata untuk kebutuhan mendesak masyarakat. Kombinasi antara

teks sederhana dan visual pasar mencerminkan pendekatan komunikasi yang strategis, yakni menghubungkan kebijakan politik dengan konteks kehidupan masyarakat sehari-hari.

Lebih jauh, elemen mikrostruktur ini tidak hanya memperkuat pesan pembangunan, tetapi juga mendukung branding figur politik yang diusung dalam video. Kalimat penutup seperti "Yo mung Prabowo-Gibran" menegaskan kepemimpinan kedua tokoh sebagai penggerak program ini. Pesan ini disampaikan dengan cara yang halus namun efektif, sehingga mengarahkan audiens pada kesimpulan bahwa program yang ditawarkan bukan hanya realistis, tetapi juga dapat diimplementasikan oleh sosok pemimpin yang kompeten. Narasi visual dan teks dalam video ini dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan keselarasan antara program pembangunan dan tokoh politik yang diusung, sehingga memberikan dampak persuasi yang optimal.

Secara keseluruhan, mikrostruktur video ini menunjukkan adanya integrasi yang strategis antara teks, visual, dan narasi. Pilihan kata yang inklusif, penggunaan bahasa lokal yang komunikatif, dan visualisasi yang merepresentasikan kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa video ini dirancang untuk mengedepankan relevansi, kedekatan

emosional, dan daya tarik budaya. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat pesan utama tentang pentingnya program pembangunan air bersih, tetapi juga menciptakan hubungan antara audiens dengan figur politik yang diusung. Dengan demikian, analisis mikrostruktur ini memperlihatkan bagaimana elemen-elemen detail dalam video dapat digunakan secara efektif untuk mendukung narasi politik yang komunikatif, emosional, dan strategis. Hal ini semakin menguatkan posisi video kampanye sebagai alat komunikasi politik yang mampu menyampaikan pesan pembangunan sekaligus membangun citra kepemimpinan yang kuat dan dekat dengan masyarakat.



Gambar 3.4 Konten Kampanye Prabowo - Gibran

| | |
|---------------|---|
| Makrostruktur | <p>Makrostruktur dari gambar dalam video ini menekankan tema utama yang sangat penting, yaitu peningkatan mutu pendidikan melalui penguatan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai salah satu program strategis. Tema ini menyoroti urgensi menciptakan generasi muda yang kompetitif dan mampu bersaing di dunia kerja, terutama dengan adanya potensi bonus demografi di masa mendatang.</p> <p>Bonus demografi memberikan peluang besar bagi Indonesia untuk memanfaatkan jumlah penduduk usia produktif yang melimpah, sehingga persiapan melalui pendidikan yang berkualitas menjadi kebutuhan mendesak. Dalam konteks ini, program penguatan SMK memiliki posisi sentral dalam mempersiapkan generasi muda dengan keterampilan yang sesuai dengan tuntutan industri.</p> <p>Program ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis siswa SMK sehingga mereka mampu memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang terus berkembang. Salah satu fokus utama adalah menjembatani kesenjangan antara dunia pendidikan dan dunia kerja melalui konsep *link and match*.</p> <p>Program ini memastikan bahwa kurikulum SMK disesuaikan dengan kebutuhan industri, sehingga lulusan SMK tidak hanya memiliki pengetahuan teori, tetapi juga keterampilan</p> |
|---------------|---|

praktis yang langsung aplikatif di lapangan kerja. Dengan demikian, penguatan SMK menjadi langkah konkret dalam mengurangi angka pengangguran di kalangan pemuda, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Selain itu, program ini juga menekankan pentingnya fasilitas pendidikan yang sesuai standar. Fasilitas yang memadai di sekolah-sekolah kejuruan menjadi salah satu aspek vital dalam meningkatkan kualitas pembelajaran. Fasilitas seperti laboratorium, peralatan praktik, dan teknologi modern memungkinkan siswa untuk berlatih dan mengembangkan keterampilan secara optimal. Hal ini juga menciptakan kesetaraan akses pendidikan berkualitas di berbagai wilayah, sehingga tidak hanya kota-kota besar, tetapi juga daerah terpencil dapat merasakan manfaat dari program ini.

Tema utama ini tidak hanya menggambarkan pentingnya pendidikan vokasional sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional, tetapi juga mempertegas relevansi program penguatan SMK sebagai langkah strategis dalam membangun sumber daya manusia yang unggul. Generasi muda yang terampil dan siap kerja merupakan aset berharga dalam menghadapi tantangan globalisasi dan transformasi ekonomi. Dengan pendidikan vokasional yang berkualitas, Indonesia

| | |
|---------------|---|
| | <p>dapat memperkuat daya saing bangsa di tingkat internasional.</p> <p>Lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan teknis, program ini memiliki implikasi yang lebih luas terhadap pembangunan nasional. Pendidikan kejuruan yang diperkuat melalui SMK tidak hanya menciptakan tenaga kerja yang produktif, tetapi juga turut mendukung pertumbuhan sektor industri dan ekonomi. Dalam jangka panjang, langkah ini berkontribusi pada pengentasan kemiskinan, pengurangan kesenjangan sosial, dan pemerataan pembangunan di seluruh Indonesia. Dengan demikian, tema utama yang diangkat dalam video ini menegaskan pentingnya investasi dalam pendidikan sebagai fondasi untuk mencapai visi pembangunan nasional yang inklusif dan berkelanjutan.</p> |
| Superstruktur | <p>Gambar ini disusun dengan narasi visual yang terorganisasi untuk menyampaikan pesan secara efektif. Bagian pembuka menampilkan suasana ceria dan penuh semangat para siswa SMK yang menjadi representasi generasi muda Indonesia.</p> <p>Gambaran ini secara visual mencerminkan antusiasme dan optimisme akan masa depan yang lebih baik melalui pendidikan berkualitas. Elemen ini tidak hanya memperlihatkan aktivitas siswa, tetapi juga menghadirkan simbol harapan, yang bertujuan menciptakan hubungan emosional dengan audiens. Pembuka ini memainkan peran</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>penting dalam menarik perhatian serta menanamkan kesan positif terhadap program yang diusung.</p> <p>Pada bagian inti, pesan utama program disampaikan melalui papan iklan besar bertuliskan “Wujudkan SMK Juara” yang diiringi dengan poin-poin program strategis, seperti “Fasilitas Standar Industri”, “Link & Match dengan Industri”, dan “Menyongsong Bonus Demografi.” Setiap poin yang ditampilkan dirancang untuk menyoroti fokus utama dari program, yaitu meningkatkan keterampilan siswa SMK agar lebih relevan dengan kebutuhan dunia kerja.</p> <p>“Fasilitas Standar Industri” menggarisbawahi pentingnya infrastruktur pendidikan yang mendukung proses belajar yang berkualitas. Sementara itu, “Link & Match dengan Industri” menyoroti upaya untuk menciptakan sinergi antara dunia pendidikan dan sektor industri, memastikan lulusan SMK memiliki kemampuan yang sesuai dengan permintaan pasar. Narasi visual ini menekankan pesan dengan cara yang terfokus dan informatif, sehingga audiens dapat dengan mudah memahami dan menerima tujuan program secara positif.</p> <p>Struktur visual juga dirancang untuk memaksimalkan efektivitas komunikasi. Dengan menggunakan elemen-</p> |
|--|--|

elemen sederhana namun mencolok, seperti warna cerah dan teks yang mudah dibaca, pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih terorganisasi dan langsung kepada sasaran. Papan iklan besar yang menjadi pusat perhatian memberikan dampak visual yang kuat, sehingga audiens dapat dengan segera memahami inti dari narasi tersebut. Penyampaian pesan yang jelas ini menunjukkan strategi komunikasi yang dirancang untuk menjangkau berbagai kalangan, mulai dari siswa hingga masyarakat umum.

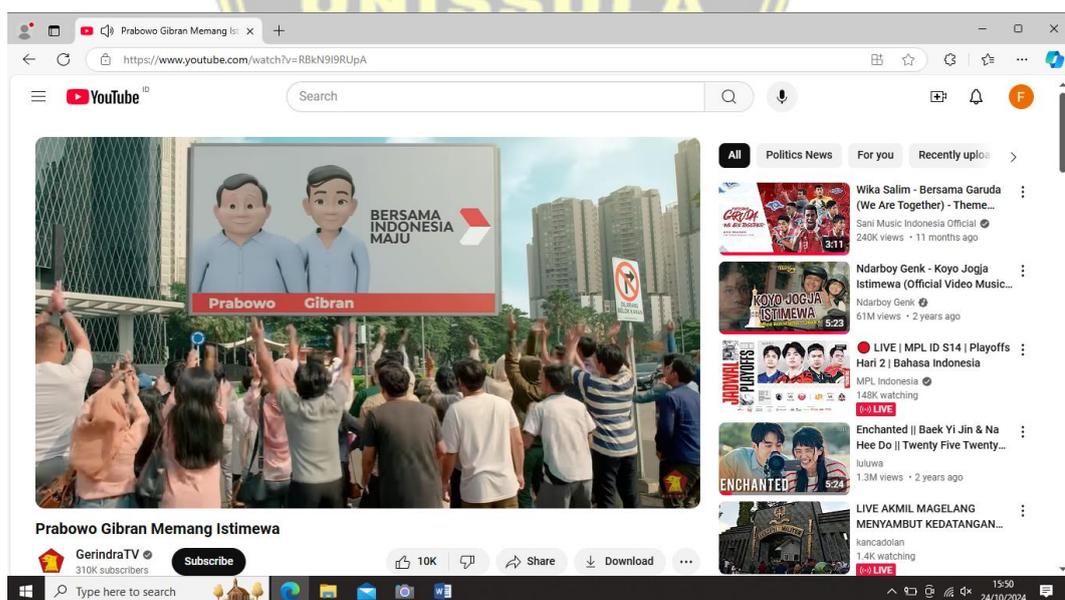
Pada bagian penutup, suasana gembira para siswa yang terlihat saling berinteraksi dan tersenyum menjadi simbol keberhasilan program pendidikan ini. Visual ini dilengkapi dengan teks **“Tresnaku ra bakal ilang”** (Cintaku nggak bakal hilang), yang memberikan sentuhan emosional dan menambah kedekatan dengan audiens, terutama mereka yang berasal dari budaya lokal. Kalimat ini menciptakan koneksi emosional yang kuat, memberikan kesan bahwa program ini tidak hanya berbasis teknis, tetapi juga membawa nilai-nilai emosional dan budaya. Dengan cara ini, narasi visual berhasil mengintegrasikan pesan pendidikan yang strategis dengan pendekatan yang humanis dan relatable.

| | |
|---------------|--|
| | <p>Secara keseluruhan, superstruktur dalam gambar ini dirancang untuk mengarahkan dukungan publik terhadap program peningkatan mutu pendidikan vokasional. Penyusunan narasi yang dimulai dari pembuka yang penuh harapan, isi yang informatif, hingga penutup yang emosional mencerminkan strategi komunikasi yang matang. Pendekatan ini memastikan bahwa pesan utama tidak hanya tersampaikan dengan baik, tetapi juga mampu membangun hubungan emosional dan kepercayaan audiens terhadap program yang diusung. Dengan struktur yang demikian, gambar ini tidak hanya menyampaikan pesan tentang pendidikan, tetapi juga memperkuat narasi kepemimpinan sebagai penggerak perubahan yang strategis dan berdampak luas.</p> |
| Mikrostruktur | <p>Pada tingkat mikrostruktur, analisis elemen detail menunjukkan bahwa teks dan visual saling mendukung dalam menyampaikan pesan. Pilihan kata seperti “SMK Juara” dan “Menyongsong Bonus Demografi” menggunakan diksi positif yang menggambarkan visi masa depan yang progresif. Frasa-frasa ini ditulis dengan gaya lugas dan inklusif, sehingga pesan dapat dengan mudah diterima oleh berbagai kalangan. Penggunaan bahasa Jawa dalam “Tresnaku ra bakal</p> |

ilang” mencerminkan kedekatan budaya dengan masyarakat lokal, menciptakan hubungan emosional yang lebih personal.

Visualisasi papan iklan dengan ilustrasi tokoh animasi menambah daya tarik bagi generasi muda sebagai target utama program ini. Elemen visual berupa siswa yang tersenyum dan bersemangat menggambarkan keberhasilan program dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif.

Warna-warna cerah pada papan iklan juga memperkuat kesan optimisme dan inovasi. Seluruh elemen visual dan teks tersebut dirancang untuk menciptakan hubungan yang kuat antara program pendidikan dan audiens, sekaligus memperkuat narasi program sebagai solusi strategis bagi pembangunan sumber daya manusia.



Gambar 3.5 Konten Kampanye Prabowo - Gibran

| | |
|---------------|---|
| Makrostruktur | <p>Gambar ini mengangkat tema besar berupa kampanye politik yang berfokus pada visi pembangunan nasional dengan slogan "Bersama Indonesia Maju." Tema ini bertujuan untuk menyampaikan narasi kepemimpinan yang visioner dan inklusif, di mana Prabowo dan Gibran digambarkan sebagai figur pemimpin yang berkolaborasi untuk membawa perubahan positif. Visi ini dirancang untuk merespons tantangan-tantangan modern, termasuk kebutuhan akan kepemimpinan yang mampu mengintegrasikan pembangunan sosial, ekonomi, dan infrastruktur. Dalam konteks ini, tema besar yang disampaikan melalui visual tersebut tidak hanya menggambarkan optimisme, tetapi juga menekankan urgensi keberlanjutan program pembangunan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat secara keseluruhan.</p> <p>Penekanan pada narasi "Bersama Indonesia Maju" mencerminkan cita-cita bersama dalam mencapai kemajuan melalui sinergi antara pemimpin dan masyarakat. Pesan ini tidak hanya bersifat politis, tetapi juga mengandung dimensi sosial yang menggugah semangat kolektif untuk berkontribusi dalam pembangunan. Oleh karena itu, makrostruktur ini berhasil mengomunikasikan pesan utama</p> |
|---------------|---|

| | |
|---------------|--|
| | <p>yang relevan dengan kebutuhan audiens dalam konteks sosial dan politik kontemporer.</p> |
| Superstruktur | <p>gambar ini dirancang dengan struktur visual yang terorganisasi secara sistematis, terdiri dari elemen pembuka, inti, dan penutup. Bagian pembuka menampilkan antusiasme masyarakat yang mengangkat tangan dengan latar belakang lingkungan perkotaan modern. Elemen ini memberikan impresi pertama yang kuat tentang dukungan kolektif terhadap kepemimpinan yang diusung. Visualisasi masyarakat dengan ekspresi optimisme memberikan gambaran tentang harapan akan perubahan yang lebih baik.</p> <p>Bagian inti dari gambar ini berpusat pada papan iklan besar yang menjadi fokus utama perhatian audiens. Papan tersebut memuat ilustrasi tokoh Prabowo dan Gibran dengan desain kartun sederhana, yang memberikan kesan ramah dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Slogan "Bersama Indonesia Maju" yang ditampilkan secara tegas menonjolkan pesan utama kampanye, sedangkan poin visual lainnya, seperti latar gedung-gedung tinggi, memberikan simbol modernitas dan pembangunan. Pesan inti yang terfokus ini memungkinkan audiens untuk langsung memahami tujuan dan visi program yang ditawarkan.</p> |

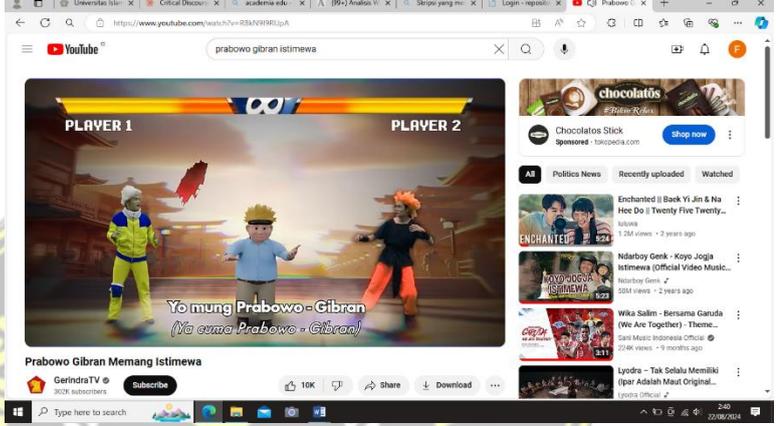
| | |
|---------------|---|
| | <p>Bagian penutup gambar ditandai dengan interaksi masyarakat yang tetap menunjukkan antusiasme, menggambarkan hubungan emosional yang berhasil dibangun oleh narasi kampanye. Interaksi ini menguatkan pesan visual bahwa program yang ditawarkan bukan hanya janji kosong, tetapi memiliki relevansi langsung dengan kebutuhan masyarakat. Dengan pendekatan yang terorganisasi, superstruktur ini mampu menyampaikan pesan politik secara jelas, padat, dan efektif.</p> |
| Mikrostruktur | <p>elemen-elemen teks dan visual dalam gambar ini dirancang untuk menciptakan dampak emosional yang mendalam. Teks "Bersama Indonesia Maju" menggunakan pilihan kata yang sederhana namun sarat makna, mencerminkan visi kolektif yang inklusif dan mengundang partisipasi masyarakat luas. Bahasa yang digunakan bersifat komunikatif, mengedepankan optimisme dan tekad untuk membawa perubahan yang lebih baik. Selain itu, ilustrasi visual tokoh-tokoh pemimpin dalam bentuk desain kartun sederhana membuat pesan ini terasa ramah dan dekat dengan audiens, terutama generasi muda.</p> <p>Pemilihan warna merah dan putih pada latar papan iklan menjadi simbol nasionalisme yang kuat, yang memperkuat</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>relevansi pesan dalam konteks kampanye politik. Warna tersebut secara visual mampu menciptakan asosiasi langsung dengan identitas bangsa, sehingga pesan kampanye lebih mudah diterima. Suasana lingkungan perkotaan dengan latar gedung tinggi juga menjadi elemen mikrostruktur yang penting, karena menggambarkan kemajuan, modernitas, dan relevansi program dengan kebutuhan zaman.</p> <p>Selain itu, antusiasme masyarakat yang terlibat dalam gambar mencerminkan keberhasilan komunikasi visual dalam menciptakan koneksi emosional antara audiens dan pesan yang disampaikan. Raut wajah penuh semangat dan gerakan tangan yang diangkat menunjukkan dukungan aktif, yang menjadi indikator keberhasilan strategi visual dalam membangun hubungan emosional yang positif.</p> |
|--|--|

3.1.1 Visual Temuan

Pemanfaatan konten budaya populer, seperti anime, dalam strategi komunikasi politik dapat dipahami melalui konsep intertekstualitas (Fairclough, 1992) dan interdiskursivitas (Wodak, 2001). Konsep intertekstualitas menjelaskan bagaimana teks-teks kampanye politik mengacu dan mengadaptasi elemen-elemen dari teks-teks budaya populer lainnya, dalam hal ini anime Naruto. Sementara itu, konsep interdiskursivitas membantu menganalisis bagaimana wacana politik dan wacana budaya populer saling berinteraksi dan membentuk hibriditas dalam konteks kampanye. Melalui perspektif ini, peneliti akan mengkaji secara kritis

bagaimana pemanfaatan konten anime Naruto dalam kampanye Prabowo-Gibran memiliki implikasi terhadap lanskap politik dan budaya di Indonesia.

| | |
|-------------------|--|
| Tanggal Unggah | 13 Desember 2023 |
| Isu yang diangkat | Kemiripan karakter anime Naruto dengan pasangan calon Prabowo yang akhirnya menjadi sebuah konten kampanye politik |
| Konten Unggahan |  |
| Caption | <p>Prabowo Gibran Memang Istimewa</p> <p>#prabowogibran #prabowosubianto #indonesiaraya</p> <p>#prabowosubianto #prabowogibran #prabowopresiden2024</p> <p>#indonesiaraya</p> |

Unggahan konten kampanye ini menunjukkan upaya tim Prabowo-Gibran untuk mengaitkan isu-isu politik dengan elemen-elemen budaya populer, khususnya serial anime Naruto. Fenomena ini mencerminkan strategi untuk menarik minat pemilih muda terhadap kontestasi politik. Sebenarnya, asosiasi antara Indonesia dengan dunia Naruto, khususnya Desa Konoha, sudah cukup lama terjalin di benak masyarakat. Namun, pada Pemilu 2024 ini, asosiasi tersebut semakin kuat, terutama dengan munculnya Gibran sebagai calon wakil presiden

yang diibaratkan sebagai Boruto, anak dari Naruto (Jokowi). Sementara itu, Prabowo, yang pernah menjadi pesaing Jokowi, digambarkan sebagai Sasuke, rival dari Naruto.

Pencocokan karakter di anime Naruto dengan pasangan calon presiden nomor urut 02 sering dilakukan oleh tim kampanye nasional (TKN), dengan contoh yang menarik adalah perbandingan antara Prabowo Subianto dan karakter Sasuke Uchiha. Dahulu, Sasuke merupakan rival utama Naruto dalam serialnya, namun seiring berjalannya waktu, mereka berdua akhirnya bersatu untuk memimpin dan menjaga desa Konoha. Paralel yang ditarik oleh TKN ini menggambarkan dinamika hubungan antara Prabowo dan Joko Widodo (Jokowi), di mana keduanya pernah menjadi rival politik dalam pemilihan presiden sebelumnya, tetapi kini telah bersatu dalam upaya untuk memimpin Indonesia, mencerminkan perkembangan hubungan politik yang mirip dengan karakter dalam anime Naruto.

Dalam analogi lanjutan yang dibuat oleh tim kampanye, Gibran Rakabuming Raka disamakan dengan karakter Boruto Uzumaki dari seri Naruto. Boruto, sebagai putra Naruto, memiliki kesamaan situasi dengan Gibran yang merupakan anak dari Presiden Joko Widodo. Paralel ini semakin diperkuat dengan dinamika hubungan antara karakter-karakter tersebut dalam cerita anime. Di dalam narasi Naruto, Boruto menjadi murid Sasuke dan sering mengikuti jalan ninjanya, mencerminkan hubungan Gibran dengan Prabowo Subianto dalam dunia politik Indonesia. Gibran dianggap menjadikan Prabowo sebagai mentor dan mitra politiknya, mirip dengan bagaimana Boruto belajar dan mengikuti jejak Sasuke,

meskipun ayahnya, Naruto, adalah pemimpin desa. Perbandingan ini bertujuan untuk menggambarkan aliansi politik antara generasi baru (Gibran) dengan figur senior yang berpengalaman (Prabowo) dalam konteks perpolitikan nasional.

3.1.2 Kognisi Sosial

Persepsi dan Strategi Kampanye melalui Kognisi Sosial Dilihat dari perspektif kognisi sosial, peneliti menemukan bahwa konten kampanye Prabowo-Gibran berupaya membangun persepsi di kalangan pemilih muda bahwa pasangan calon nomor urut 02 ini merupakan pemimpin ideal, layaknya karakter Naruto dan Sasuke dalam anime Naruto. Strategi ini menanamkan gagasan bahwa Prabowo-Gibran akan membawa semangat kemajuan Konoha ke Indonesia, mengasosiasikan era perdamaian dan kemajuan teknologi yang digambarkan dalam anime dengan visi kepemimpinan mereka di dunia nyata.

Pengemasan konten kampanye dengan cara ini terbukti efektif dalam menarik minat dan pemahaman anak muda terhadap isu-isu politik. Faktor popularitas anime Naruto di Indonesia menjadi katalis yang mendorong keterlibatan pemilih muda dalam Pemilu 2024. Mereka memaknai proses pemilihan umum layaknya memilih seorang Hokage (pemimpin), sehingga banyak dari mereka yang mendukung Prabowo-Gibran yang dinilai sangat pantas memimpin Indonesia.



Gambar 3.3 Baliho Naruto di alat peraga kampanye (APK) 02

Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan popularitas dan elektabilitas Prabowo-Gibran. Langkah Tim Kampanye Nasional (TKN) untuk membuat alat peraga kampanye (APK) dengan memasukkan karakter Naruto semakin menambah ketertarikan anak muda terhadap pasangan calon ini. Fenomena ini menunjukkan bagaimana pemanfaatan elemen budaya populer dalam strategi kampanye politik dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi pemilih, khususnya di kalangan generasi muda.

3.1.3 Analisis Sosial

Temuan ketiga berkaitan dengan konsep van Leeuwen tentang fungsionalisasi dan identifikasi (2008:42-45). Dalam kampanye ini, Prabowo dan Gibran tidak hanya dipersonalisasi, tetapi juga difungsionalisasi dan diidentifikasi melalui lensa karakter Naruto.

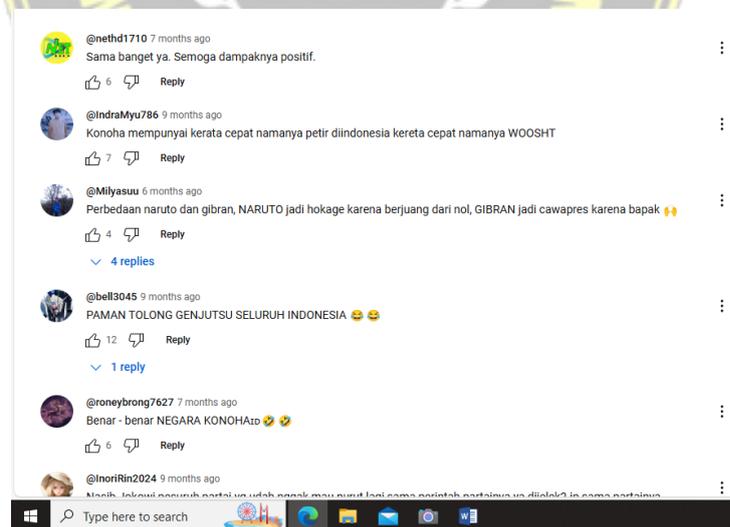
Prabowo difungsionalisasi sebagai "pelindung" atau "pemimpin kuat" melalui asosiasi dengan Sasuke. Fungsi ini direpresentasikan dalam materi kampanye yang menggambarkan Prabowo sebagai figur yang akan "melindungi" Indonesia, mirip dengan peran Sasuke dalam melindungi Konoha di akhir seri *Naruto*. Identifikasi Prabowo pun dikonstruksi tidak hanya berdasarkan peran politiknya saat ini, tetapi juga melalui karakteristik Sasuke seperti kekuatan, kebijaksanaan, dan loyalitas terhadap negara setelah melalui masa "penyesatan".

Gibran Rakabuming Raka difungsionalisasi sebagai simbol "pemimpin masa depan" dan "pembawa perubahan," dengan narasi yang secara strategis diselaraskan dengan karakter Boruto dalam anime. Analogi ini digunakan untuk menekankan identitas Gibran sebagai perwujudan generasi baru dalam kepemimpinan Indonesia, sejalan dengan karakter Boruto Uzumaki yang dalam serial anime menggambarkan anak muda yang mewarisi semangat inovasi serta membawa perubahan bagi dunia ninja yang lebih modern. Narasi ini memperkuat citra Gibran sebagai sosok dinamis dan visioner yang diyakini mampu membawa Indonesia ke arah yang lebih maju, mirip dengan bagaimana Boruto berusaha memperkenalkan ide-ide baru yang merombak tradisi lama dalam dunia ninja.

Kampanye yang mengaitkan Gibran dengan Boruto juga menekankan potensi Gibran sebagai pemimpin yang memiliki visi ke depan dan siap membawa "era baru" dalam politik dan pemerintahan Indonesia. Analogi Boruto yang memperkenalkan perubahan signifikan dalam dunia ninja secara efektif digunakan untuk memperkuat persepsi publik bahwa Gibran adalah pemimpin yang mampu

beradaptasi dengan tantangan zaman dan memimpin Indonesia menuju masa depan yang lebih cerah. Narasi ini berfungsi untuk menarik dukungan generasi muda yang sering kali diidentikkan dengan inovasi dan keinginan akan perubahan. Dengan demikian, strategi kampanye ini tidak hanya membangun citra positif Gibran, tetapi juga menghubungkan kepemimpinannya dengan semangat progresif dan visi masa depan yang optimistis.

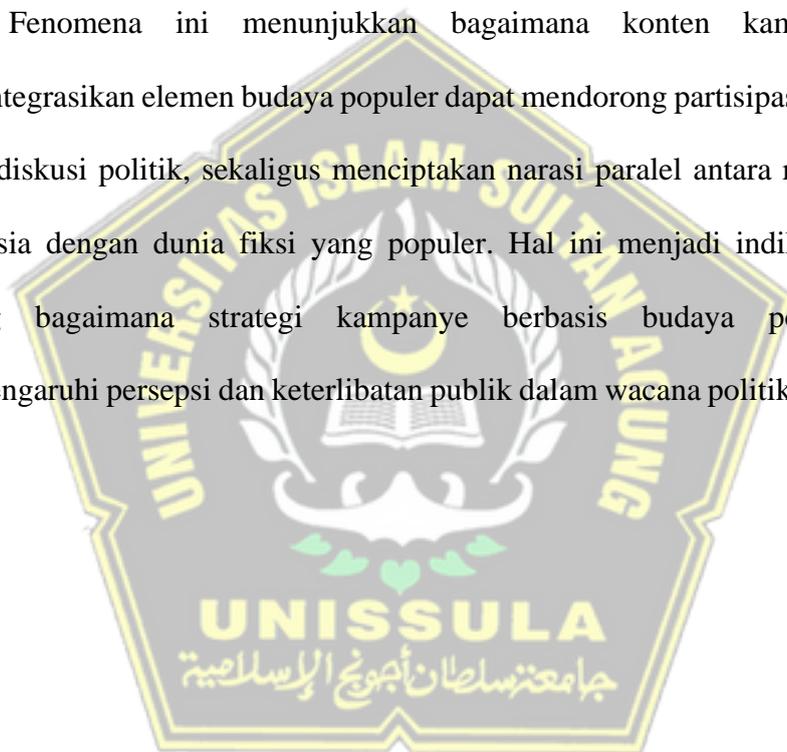
Proses fungsionalisasi dan identifikasi ini berpotensi mengalihkan fokus dari kualifikasi dan kebijakan aktual kandidat ke citra yang dibangun melalui analogi fiksi. Hal ini dapat menciptakan ekspektasi publik yang didasarkan pada karakteristik fiksi daripada kapabilitas nyata dalam konteks politik dan pemerintahan.



Gambar 3.4 Komentar netizen terhadap konten antara gibran dan naruto

Konten kampanye yang berjudul "Antara Gibran dan Naruto" berhasil menarik atensi publik, terutama di kalangan netizen. Fenomena ini terlihat dari

beragamnya komentar dan tanggapan yang muncul di berbagai platform media sosial. Menariknya, beberapa netizen tidak hanya sekadar menanggapi konten tersebut, tetapi juga mulai membuat perbandingan antara program pemerintah Indonesia dengan elemen-elemen dalam dunia Konoha dari serial anime Naruto. Salah satu contoh yang menonjol adalah perbandingan antara program kereta cepat di Indonesia, yang bernama Whoosh, dengan kereta cepat di Konoha yang disebut Petir. Fenomena ini menunjukkan bagaimana konten kampanye yang mengintegrasikan elemen budaya populer dapat mendorong partisipasi aktif netizen dalam diskusi politik, sekaligus menciptakan narasi paralel antara realitas politik Indonesia dengan dunia fiksi yang populer. Hal ini menjadi indikator menarik tentang bagaimana strategi kampanye berbasis budaya populer dapat mempengaruhi persepsi dan keterlibatan publik dalam wacana politik kontemporer.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

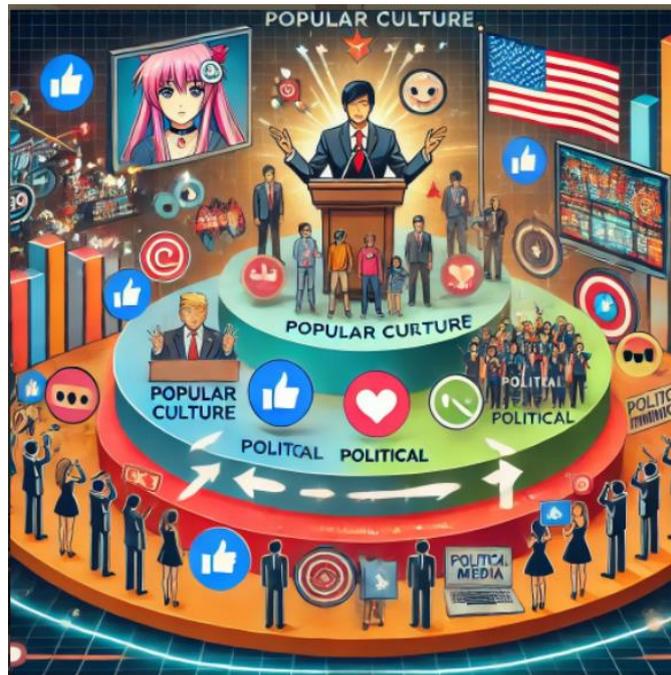
4.1 Analisis Data

Pada bab sebelumnya, peneliti telah menjelaskan beberapa scene dari konten kampanye Prabowo – Gibran yang sangat menarik perhatian masyarakat khususnya dikalangan milenial dan Gen Z dengan digunakannya karakter dari anime *Naruto*. Dalam menganalisis penelitian menggunakan analisis wacana kritis yaitu Struktur teks, kognisi sosial dan analisis sosial.

4.1.1 Struktur Teks

Makrostruktur

Penelitian ini membahas strategi pemanfaatan budaya populer, khususnya elemen dari anime *Naruto*, dalam kampanye politik pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Penggunaan elemen budaya populer ini ditujukan untuk menarik perhatian pemilih muda melalui penciptaan narasi yang relevan dan emosional. Hal ini mencerminkan pendekatan inovatif dalam mengintegrasikan konten anime sebagai media komunikasi politik yang efektif untuk menjangkau audiens generasi muda. Menurut Street (2004) dalam konsep "pop politics," perpaduan antara budaya populer dan komunikasi politik memungkinkan terciptanya resonansi emosional yang lebih kuat dengan audiens target. Budaya populer bertindak sebagai media yang mampu menjembatani jarak antara politik formal yang kerap dianggap kaku dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama generasi muda yang akrab dengan media digital dan simbol-simbol budaya populer.



Gambar 4.1 Ilustrasi kampanye menggunakan pop culture

Strategi inklusi dan personalisasi digunakan untuk membangun hubungan emosional dengan audiens melalui narasi yang relevan. Dalam konteks kampanye politik



Gambar 4.2 Ilustrasi budaya populer dalam komunikasi politik

pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, personalisasi kandidat sebagai karakter anime menciptakan penggabungan simbolis yang kuat. Prabowo, yang dipersonifikasikan sebagai Sasuke Uchiha, mencerminkan karakter tegas, strategis, dan berpendirian kuat, sedangkan Gibran diidentifikasi sebagai Boruto Uzumaki, simbol generasi baru yang inovatif dan optimis. Strategi ini sejalan dengan teori *political personalization* yang dijelaskan oleh McAllister (2007), di mana kandidat politik berusaha menghubungkan kepribadian mereka dengan nilai-nilai atau karakteristik yang relevan dengan audiens. Personalisasi seperti ini membantu membangun citra positif yang lebih mudah diterima oleh generasi muda



Gambar 4.3 Prabowo dan Gibran disamakan dengan Sasuke dan Boruto

Penerapan eksklusivitas dalam kampanye ini terlihat dari cara tim sukses mengabaikan aspek kehidupan pribadi kandidat yang kurang relevan, sehingga fokus diarahkan pada narasi yang memperkuat daya tarik budaya populer. Hal ini berhubungan dengan konsep *agenda-setting theory* oleh McCombs dan Shaw (1972), di mana media dan kampanye politik berperan dalam membentuk prioritas audiens terhadap isu tertentu. Dengan mengarahkan

perhatian pemilih pada simbolisme budaya populer dan mengesampingkan aspek lain yang kurang menarik, narasi kampanye menjadi lebih terfokus dan efektif.

Elemen-elemen dari anime *Naruto* difungsikan secara strategis sebagai alat komunikasi untuk menjangkau pemilih muda. Penggunaan karakter, istilah, dan simbolisme dari *Naruto* membantu menciptakan daya tarik emosional yang mendalam, terutama di kalangan generasi muda yang sudah akrab dengan budaya anime. Menurut Norris (2000) dalam *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, strategi yang memanfaatkan simbolisme budaya populer memungkinkan audiens untuk lebih terlibat karena pesan-pesan politik disampaikan dalam bentuk yang akrab dan menarik. Elemen naratif seperti "Hokage" yang melambangkan kepemimpinan, serta istilah "chakra" yang mengisyaratkan energi dan potensi, digunakan untuk menghubungkan karakteristik anime dengan visi dan misi kandidat.



Gambar 4.4 Reaksi netizen melihat kesamaan karakter anime Naruto

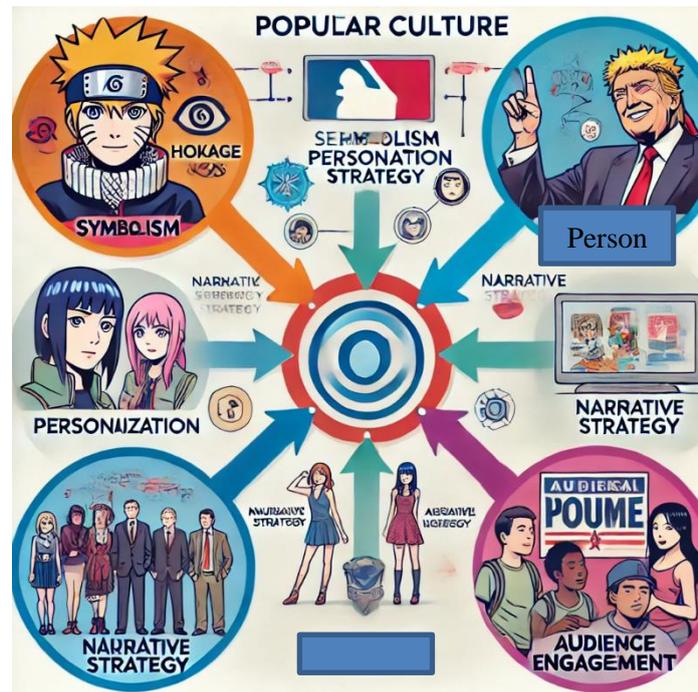
Konteks sosial yang menyoroti preferensi generasi muda terhadap konten digital dan budaya populer menjadi elemen kunci dalam strategi kampanye ini. Generasi muda,

terutama yang termasuk dalam Generasi Z, cenderung lebih terhubung dengan narasi berbasis budaya populer yang disampaikan melalui platform digital. Jenkins et al. (2016) dalam *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* menjelaskan bahwa budaya digital memungkinkan pesan politik untuk menyebar lebih cepat melalui media sosial, menciptakan keterlibatan yang lebih luas di kalangan audiens target. Dengan demikian, preferensi pemilih muda terhadap konten digital tidak hanya menciptakan peluang untuk membangun hubungan emosional yang kuat tetapi juga memperluas cakupan komunikasi politik ke audiens yang lebih besar.

Peneliti menunjukkan bahwa elemen budaya populer, seperti anime *Naruto*, memiliki potensi besar untuk menjadi media dan konten komunikasi politik yang relevan dan efektif, terutama dalam menarik perhatian dan keterlibatan pemilih dari kalangan generasi muda.

Superstruktur

Penelitian ini menyoroti bagaimana elemen anime *Naruto* digunakan sebagai strategi kampanye politik pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka untuk menjembatani kesenjangan antara politik formal dan preferensi budaya generasi muda. Salah satu temuan kunci adalah penggunaan simbol budaya populer seperti lambang klan Uzumaki pada jaket kampanye Gibran, yang dirancang untuk menciptakan koneksi emosional dengan audiens. Strategi ini sejalan dengan teori *pop culture politics* yang dijelaskan oleh Street (2004), di mana elemen budaya populer diintegrasikan dalam komunikasi politik untuk meningkatkan resonansi pesan dengan audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan media visual dan digital.



Gambar 4.5 Konsep strategi kampanye menggunakan budaya populer

Dalam mendesain media kampanye, penelitian ini mengidentifikasi beberapa elemen kunci yang mendukung keberhasilan kampanye berbasis budaya populer. Pertama, personalisasi kandidat melalui karakter anime seperti Sasuke Uchiha dan Boruto Uzumaki merupakan bentuk penerapan teori *political branding*. Menurut Scammell (2015), *political branding* mencakup proses menciptakan identitas unik bagi kandidat dengan mengasosiasikan mereka dengan simbol atau nilai-nilai tertentu. Dalam hal ini, Sasuke, yang melambangkan ketegasan dan strategi, serta Boruto, yang melambangkan inovasi dan keberlanjutan generasi muda, menjadi alat untuk memperkuat citra kandidat di mata pemilih muda. Kedua, narasi yang dibangun melalui elemen *Naruto*, seperti istilah "Hokage" yang disimbolkan sebagai kepemimpinan yang kuat dan bertanggung jawab, menunjukkan aplikasi *narrative theory* dalam komunikasi politik. Fisher (1984) menjelaskan bahwa manusia adalah *homo narrans* atau makhluk yang hidup melalui cerita, sehingga narasi yang kuat dapat menjadi alat efektif

dalam mempengaruhi persepsi publik. Penggunaan istilah seperti “Hokage” membantu menciptakan narasi kepemimpinan yang relevan dan mudah dipahami oleh audiens muda, yang sering mengasosiasikan karakteristik tersebut dengan karakter favorit mereka. Ketiga, respons audiens, terutama generasi muda yang akrab dengan budaya anime, dianalisis menggunakan kerangka *audience engagement*. Menurut Jenkins (2006), keterlibatan audiens tidak hanya terjadi pada level konsumsi pasif tetapi juga mencakup partisipasi aktif dalam menafsirkan dan menyebarkan pesan. Respons positif terhadap elemen budaya populer seperti simbol anime menunjukkan bahwa strategi ini mampu menciptakan keterlibatan politik yang bermakna, di mana audiens merasa terhubung secara emosional dan mampu mendiskusikan narasi politik dengan cara yang relevan bagi mereka.



Gambar 4.6 Gibran menggunakan jaket kampanye berlogo clan uzumaki

Pemanfaatan budaya populer sebagai strategi komunikasi politik tidak hanya berhasil membangun koneksi emosional dengan pemilih muda tetapi juga meningkatkan daya tarik kandidat melalui narasi yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Pendekatan ini mendukung pandangan Norris (2000), yang menyatakan bahwa strategi komunikasi politik yang

beradaptasi dengan preferensi budaya dan pola konsumsi media audiens lebih cenderung berhasil dalam menjangkau dan memengaruhi persepsi publik.

Mikrostruktur

Peneliti mengkaji elemen-elemen detail yang mendukung narasi utama terkait pemanfaatan budaya populer, khususnya anime *Naruto*, dalam konten kampanye pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Analisis mikrostruktur mencakup aspek semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik yang dirancang untuk memperkuat pesan politik dan keterhubungan emosional dengan audiens, terutama generasi muda.



Gambar 4.7 konsep yang menggambarkan mikrostruktur dalam komunikasi politik

1.Semantik

Dari sudut pandang makna, penggunaan karakter anime seperti Sasuke Uchiha dan Boruto Uzumaki sebagai personifikasi kandidat politik mencerminkan aplikasi teori

semiotics oleh Barthes (1972). Dalam teori ini, tanda dan simbol memiliki makna yang dibentuk oleh budaya dan audiens. Sasuke, yang dikenal karena ketegasan dan kecerdasan, disamakan dengan karakter Prabowo untuk menekankan citra pemimpin strategis. Sementara itu, Boruto melambangkan inovasi generasi muda, yang sejalan dengan citra Gibran sebagai pemimpin baru. Penggunaan istilah "Hokage" sebagai simbol kepemimpinan yang kuat dan bertanggung jawab menggambarkan *metaphorical framing* (Lakoff, 2004), di mana metafora digunakan untuk menyampaikan ide abstrak seperti visi politik melalui simbol yang konkret dan akrab bagi audiens.



Gambar 4.8 Prabowo disamakan dengan sasuke karena memiliki ketegasan

2.Sintaksis

Dari aspek struktur kalimat, kampanye ini memanfaatkan pola induktif untuk membangun narasi. Menurut Fairclough (1995), struktur naratif yang dimulai dengan visualisasi atau ilustrasi diikuti oleh analisis dampaknya membantu audiens memahami konteks secara bertahap. Misalnya, penjelasan tentang penggunaan lambang klan Uzumaki dimulai dengan deskripsi visual yang menarik perhatian,

kemudian dikaitkan dengan makna strategisnya dalam membangun hubungan emosional dengan pemilih. Pendekatan ini memanfaatkan *visual narrative framing* (Entman, 1993) untuk menjelaskan kompleksitas politik melalui elemen budaya populer yang mudah dicerna oleh generasi muda.

3. Stilistik

Gaya bahasa dalam kampanye memadukan istilah budaya populer dengan istilah politik untuk menciptakan narasi yang relevan dan menarik. Pemilihan kata seperti "chakra," "jutsu," dan "Hokage" merupakan contoh bagaimana *cultural congruence* (Norris, 2000) digunakan untuk menyelaraskan pesan politik dengan bahasa yang dikenal oleh audiens. Pendekatan ini menciptakan kesan informal namun tetap



Gambar 4.9 Gibran disamakan dengan boruto anak seorang hokage

kredibel, memungkinkan generasi muda merasa lebih terhubung dengan narasi yang disampaikan tanpa kehilangan pesan politiknya. Stilistik semacam ini juga mengacu pada teori *media aesthetics* (Bordwell & Thompson, 1997), di mana

elemen visual dan linguistik digabungkan untuk menciptakan pengalaman yang menarik secara estetika.

4. Retoris

Elemen retorik dalam kampanye ini diperkuat melalui penggunaan visual dan simbol yang mendukung narasi politik. Sebagai contoh, lambang klan Uzumaki pada jaket Gibran berfungsi sebagai *visual rhetoric* (Foss, 2004), yang dirancang untuk menarik perhatian sekaligus menyampaikan pesan emosional kepada audiens. Frasa seperti "pemimpin masa depan," yang dihubungkan dengan karakter Boruto, menggambarkan inovasi dan kontinuitas generasi baru dalam politik. Hal ini sesuai dengan teori *narrative persuasion* (Green & Brock, 2000), di mana narasi yang dirancang dengan baik dapat memengaruhi audiens dengan menghubungkan mereka secara emosional ke dalam cerita.

Melalui analisis mikrostruktur, penelitian ini menunjukkan bagaimana pemanfaatan budaya populer dalam kampanye politik tidak hanya menciptakan daya tarik visual, tetapi juga membangun pesan politik yang strategis. Kombinasi antara elemen semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik menghasilkan narasi yang komunikatif, emosional, dan relevan, menjadikannya alat yang efektif untuk menjangkau generasi muda. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Jenkins (2006) tentang *convergence culture*, di mana interaksi antara budaya populer dan media digital menciptakan keterlibatan audiens yang lebih besar dan bermakna dalam konteks politik.

4.1.2 Kognisi Sosial

Peneliti menemukan bahwa konten kampanye pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka yang memanfaatkan elemen budaya populer, khususnya anime *Naruto*, memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan persepsi dan keterlibatan pemilih muda. Dalam konteks kognisi sosial, pendekatan ini berhasil membangun narasi politik yang relevan dengan pengalaman, preferensi, dan nilai-nilai budaya yang dianut oleh generasi muda. Kognisi sosial, yang melibatkan proses bagaimana individu memproses informasi dan memahaminya dalam konteks sosial, menjadi kerangka utama dalam mengevaluasi keberhasilan strategi ini.

1. Penyesuaian dengan Preferensi Audiens Muda

Pendekatan kampanye ini mencerminkan pemahaman yang kuat tentang *cultural resonance*, yaitu sejauh mana elemen budaya yang digunakan relevan dengan audiens target. Anime *Naruto*, yang sangat populer di kalangan generasi muda, tidak hanya menjadi hiburan tetapi juga sebuah simbol identitas. Menurut Jenkins (2006) dalam *Convergence Culture*, budaya populer seperti anime dapat menjadi alat penghubung yang efektif antara dunia hiburan dan dunia politik.

a) Karakter Anime sebagai Simbol Politik:

Sasuke Uchiha, yang diasosiasikan dengan Prabowo, melambangkan ketegasan, kecerdasan, dan strategi yang berorientasi pada hasil, nilai-nilai yang sejalan dengan citra pemimpin yang tangguh. Boruto Uzumaki, yang

diasosiasikan dengan Gibran, melambangkan harapan dan inovasi generasi muda, menggambarkan kontinuitas dan progresivitas.

Hal ini sesuai dengan teori *cultural congruence* (Green, 2004), yang menyatakan bahwa pesan politik lebih mudah diterima jika menggunakan simbol yang relevan dengan budaya audiens.

b) Audiens Muda dan Identitas Budaya Digital:

Generasi muda adalah konsumen utama budaya digital, termasuk anime. Dengan menggunakan simbol yang mereka kenal, seperti istilah "Hokage," kampanye ini berhasil menciptakan asosiasi emosional yang relevan dengan audiens. Pendekatan ini memperkuat pandangan Norris (2000) dalam *A Virtuous Circle*, yang menyatakan bahwa adaptasi terhadap pola konsumsi budaya digital meningkatkan efektivitas pesan politik.

2. Respon Emosional dan Identifikasi Diri

Proses kognisi sosial melibatkan bagaimana individu menghubungkan nilai dan pengalaman mereka dengan narasi yang disampaikan. Menurut Bandura (1986) dalam *Social Cognitive Theory*, individu akan lebih terhubung dengan pesan jika mereka dapat mengidentifikasi diri dengan simbol atau cerita yang disampaikan.

a) Simbolisme sebagai Pemicu Respon Emosional:

Penggunaan lambang klan Uzumaki pada jaket Gibran bukan hanya elemen visual tetapi juga alat retorik yang kuat. Simbol ini mewakili solidaritas, kekuatan keluarga, dan keberanian—nilai-nilai yang relevan dengan

audiens muda. Respon emosional yang dihasilkan dari simbol ini memperkuat hubungan audiens dengan kandidat, menciptakan loyalitas politik yang lebih kuat.

b) **Social Identity Theory (Tajfel dan Turner, 1979):**

Generasi muda cenderung mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok atau nilai yang memberikan makna emosional. Dalam konteks ini, audiens muda yang melihat karakter anime sebagai bagian dari identitas mereka akan merasa lebih dekat dengan kandidat yang menggunakan elemen tersebut dalam kampanye.

3. Konteks Sosial dan Narasi Kolektif

Pendekatan ini berhasil memanfaatkan elemen kolektif dalam kognisi sosial, yaitu bagaimana individu memaknai konten bersama melalui interaksi di media sosial.

a) **Media Sosial sebagai Ruang Diskusi:**

Menurut Shirky (2008) dalam *Here Comes Everybody*, media sosial menciptakan ruang bagi generasi muda untuk berbagi, mendiskusikan, dan memaknai ulang pesan politik. Kampanye yang menggunakan istilah seperti "Hokage" dan "chakra" membuka ruang diskusi digital, memungkinkan audiens muda untuk secara aktif mendefinisikan ulang narasi politik melalui perspektif budaya populer.

b) **Narasi Kolektif dan Partisipasi Digital:**

Jenkins et al. (2016) dalam *Spreadable Media* menjelaskan bahwa generasi muda tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga pencipta narasi baru.

Dengan menyebarkan dan mendiskusikan elemen kampanye berbasis anime di media sosial, audiens tidak hanya meningkatkan keterlibatan mereka tetapi juga memperluas jangkauan narasi politik.

4. Risiko Simplifikasi Makna

Meskipun efektif dalam menciptakan daya tarik, pendekatan berbasis budaya populer memiliki risiko, terutama dalam hal oversimplifikasi pesan politik.

a) **Visual over Substantive:**

Menurut Entman (1993) dalam *Framing Theory*, framing visual yang terlalu dominan dapat mengalihkan perhatian dari isu-isu substantif. Dalam konteks ini, elemen visual seperti karakter anime dan simbolisme mungkin memudahkan diskusi tentang kebijakan dan visi politik yang sebenarnya.

b) **Komodifikasi Budaya Populer:**

Highfield (2016) memperingatkan bahwa penggunaan budaya populer dalam politik berisiko mengkomodifikasi elemen budaya menjadi sekadar alat pemasaran. Hal ini dapat menyebabkan audiens muda merasa bahwa elemen budaya mereka dimanfaatkan secara dangkal, yang pada akhirnya dapat merusak kredibilitas kampanye.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye berbasis budaya populer efektif dalam memanfaatkan proses kognisi sosial untuk menarik perhatian dan keterlibatan generasi muda. Pemanfaatan simbolisme *Naruto* menciptakan

identifikasi yang kuat melalui nilai-nilai moral dan emosi yang selaras dengan audiens target. Namun, untuk meningkatkan efektivitas jangka panjang, strategi ini perlu diimbangi dengan narasi yang lebih mendalam tentang kebijakan dan visi politik kandidat. Dengan demikian, pendekatan berbasis kognisi sosial dapat dimaksimalkan untuk menciptakan keterlibatan politik yang lebih bermakna di kalangan pemilih muda. Strategi ini mendukung teori *Convergence Culture* (Jenkins, 2006) dan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986) dengan menunjukkan bahwa budaya populer dapat digunakan secara strategis untuk menciptakan narasi politik yang relevan dengan audiens muda. Pendekatan ini, meski berisiko menyederhanakan pesan politik, memberikan peluang untuk membangun hubungan emosional yang lebih kuat dengan generasi muda, menjadikannya alat komunikasi politik modern yang signifikan.

4.1.3 Analisis Sosial

Peneliti menganalisis dampak sosial dari pemanfaatan elemen budaya populer, khususnya anime *Naruto*, dalam kampanye politik pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Pendekatan ini mengkaitkan narasi budaya populer dengan strategi politik, yang memberikan pengaruh signifikan pada dinamika sosial di kalangan pemilih muda. Analisis sosial dalam penelitian ini berfokus pada dampak kampanye terhadap interaksi masyarakat, diskursus publik, dan persepsi sosial tentang politik yang dimediasi oleh budaya populer.

1. Dampak terhadap Interaksi Sosial

Strategi kampanye ini menciptakan ruang baru untuk interaksi sosial di kalangan pemilih muda, khususnya melalui platform digital. Generasi muda yang

sebelumnya kurang tertarik dengan isu-isu politik menjadi lebih terlibat melalui simbolisme dan narasi berbasis anime.

a) **Budaya Populer sebagai Medium Politik**

Shirky (2008) dalam *Here Comes Everybody* menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan cara baru, menciptakan dinamika sosial yang sebelumnya tidak mungkin. Simbolisme karakter anime seperti Sasuke Uchiha (Prabowo) dan Boruto Uzumaki (Gibran) menjembatani kesenjangan antara dunia politik formal yang kaku dengan budaya populer yang lebih santai.

Contoh: Perbincangan di media sosial tentang kepemimpinan Prabowo sebagai “Hokage” menunjukkan bahwa simbol budaya populer dapat mendorong generasi muda untuk mendiskusikan politik secara informal namun relevan.

b) **Interaksi Baru di Kalangan Audiens Muda**

Jenkins (2006) dalam *Convergence Culture* menyoroti bagaimana budaya populer dapat menghubungkan audiens dengan isu-isu politik melalui medium yang mereka kenal. Dalam kasus ini, elemen *Naruto* menciptakan ruang bagi audiens muda untuk membangun percakapan seputar isu politik, menjadikan budaya populer sebagai pintu masuk ke diskusi politik yang lebih luas.

2. Rasionalitas Publik yang Terbentuk

Strategi ini juga berhasil membentuk diskursus publik yang berfokus pada tema-tema moral, seperti kepemimpinan, keberanian, dan inovasi generasi baru.

a) Narasi dan Simbolisme dalam Diskursus Publik

Menurut Habermas (1989) dalam *The Structural Transformation of the Public Sphere*, diskursus publik adalah proses interaksi di mana isu-isu dibahas secara terbuka untuk membentuk opini publik. Simbolisme seperti “Hokage” membantu mengarahkan diskusi ke tema kepemimpinan yang bertanggung jawab, yang menciptakan citra positif tentang pasangan Prabowo-Gibran di kalangan audiens muda.

Kritik: Namun, elemen budaya populer ini juga memunculkan kritik dari beberapa kelompok yang menilai bahwa fokus pada simbolisme cenderung mengalihkan perhatian dari diskusi kebijakan substantif, sebagaimana diungkapkan oleh Entman (1993) dalam *Framing Theory*.

3 Perubahan Persepsi Sosial terhadap Politik

Pendekatan kampanye ini memberikan kontribusi pada perubahan persepsi sosial tentang politik di kalangan generasi muda. Politik, yang sebelumnya dianggap kaku dan jauh dari kehidupan sehari-hari, menjadi lebih dekat dan relevan melalui integrasi dengan budaya populer yang akrab di kalangan mereka. Simbolisme anime menciptakan kesan bahwa politik dapat disampaikan melalui medium yang santai namun bermakna. Hal ini memperluas akses generasi muda terhadap diskusi politik, sekaligus mendorong partisipasi mereka dalam proses demokrasi.

a) **Dekonstruksi Citra Politik yang Kaku**

Menurut Norris (2000) dalam *A Virtuous Circle*, strategi komunikasi politik yang mengintegrasikan budaya populer mampu menjadikan politik lebih menarik dan relevan. Sebelumnya, politik sering dianggap jauh dari kehidupan sehari-hari generasi muda. Namun, simbolisme seperti lambang klan Uzumaki menciptakan kesan bahwa politik dapat diakses melalui medium yang santai tetapi tetap bermakna.

Dampak Positif: Hal ini memperluas akses generasi muda terhadap isu-isu politik dan mendorong partisipasi mereka dalam diskusi demokratis.

b) **Mendorong Partisipasi Demokratis**

Shirky (2008) menyatakan bahwa media sosial menciptakan ruang yang memungkinkan generasi muda untuk terlibat langsung dalam diskusi politik. Dalam konteks ini, pendekatan berbasis anime membuka peluang bagi pemilih muda untuk mendiskusikan isu-isu politik dengan cara yang lebih personal dan kolaboratif.

4. Tantangan Sosial yang Muncul

Meskipun efektif, pendekatan berbasis budaya populer juga menghadirkan sejumlah tantangan, terutama dalam hal autentisitas budaya dan kedalaman diskusi politik.

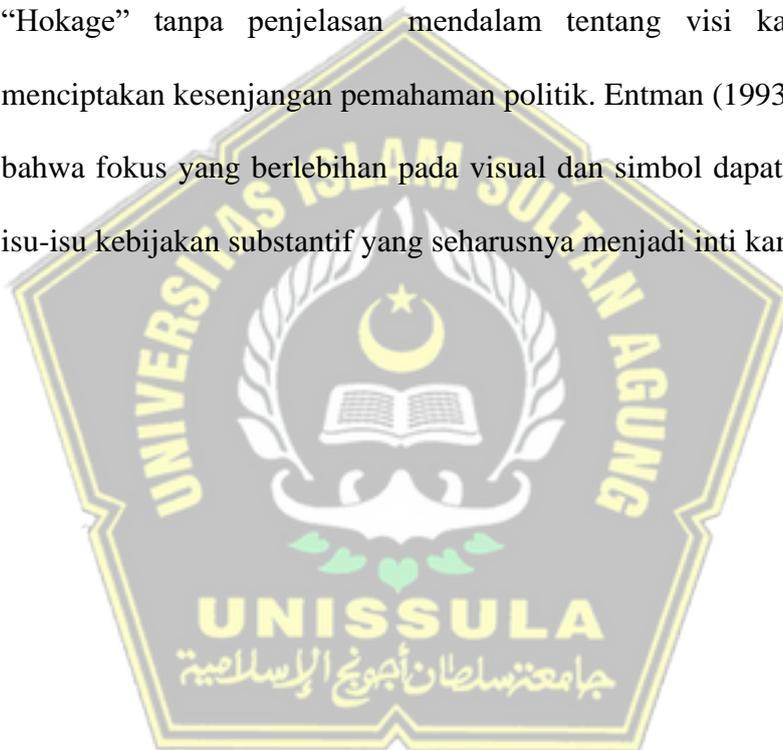
a) **Komodifikasi Budaya Populer**

Highfield (2016) memperingatkan bahwa penggunaan budaya populer

untuk tujuan politik berisiko mengurangi makna asli elemen budaya tersebut. Hal ini dapat memunculkan persepsi negatif jika audiens merasa bahwa budaya populer hanya dimanfaatkan untuk kepentingan politik tanpa memperhatikan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

b) Kesenjangan Pemahaman Politik

Simplifikasi narasi berbasis budaya populer, seperti penggunaan istilah “Hokage” tanpa penjelasan mendalam tentang visi kandidat, dapat menciptakan kesenjangan pemahaman politik. Entman (1993) menekankan bahwa fokus yang berlebihan pada visual dan simbol dapat mengaburkan isu-isu kebijakan substantif yang seharusnya menjadi inti kampanye.



BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji pemanfaatan elemen budaya populer, khususnya anime *Naruto*, dalam kampanye politik pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Strategi ini membangun keterhubungan emosional yang signifikan dengan pemilih muda melalui pendekatan berbasis simbolisme budaya populer. Berdasarkan analisis struktur teks, penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Makrostruktur

Strategi kampanye memanfaatkan elemen budaya populer dengan fokus pada inklusi dan personalisasi kandidat sebagai karakter anime yang merepresentasikan nilai moral tertentu. Prabowo diasosiasikan dengan Sasuke Uchiha untuk menonjolkan kepemimpinan strategis, sementara Gibran dihubungkan dengan Boruto Uzumaki sebagai simbol inovasi generasi muda. Kampanye ini juga memanfaatkan eksklusi, yaitu mengesampingkan narasi yang kurang relevan, dan menyoroti preferensi audiens muda terhadap konten digital.

2. Superstruktur

Penyajian struktur teks yang sistematis memperkuat pesan politik. Dimulai dengan pengenalan konteks elemen *Naruto*, kampanye ini menunjukkan bagaimana simbolisme budaya populer seperti lambang klan Uzumaki dan istilah “Hokage”

menciptakan narasi kepemimpinan yang kuat. Diskursus publik diarahkan pada nilai-nilai moral dan kepemimpinan inovatif, meskipun terdapat kritik bahwa pendekatan ini dapat mengalihkan perhatian dari kebijakan substantif.

3. Mikrostruktur

Pada level mikro, elemen semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik digunakan secara strategis untuk menciptakan pesan yang komunikatif dan relevan.

- a) **Semantik:** Simbol budaya populer seperti Sasuke dan Boruto membawa nilai keberanian, tanggung jawab, dan harapan, sesuai dengan visi kandidat.
- b) **Sintaksis:** Penyampaian pesan menggunakan struktur induktif, dimulai dengan elemen visual dan diikuti oleh interpretasi strategis.
- c) **Stilistik:** Penggunaan istilah budaya populer seperti “chakra” dan “Hokage” menyesuaikan pesan politik dengan preferensi generasi muda.
- d) **Retorik:** Visual seperti lambang klan Uzumaki memicu koneksi emosional dan memperkuat loyalitas politik audiens.

Secara keseluruhan, strategi ini efektif dalam menciptakan daya tarik emosional dan diskursus publik yang relevan dengan generasi muda, meskipun perlu diimbangi dengan substansi kebijakan yang lebih mendalam untuk keberlanjutan jangka panjang.

5.3 Saran

1. Eksplorasi Budaya Populer Lainnya

Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi penggunaan elemen budaya

populer lainnya, seperti film, musik, atau olahraga, untuk memahami sejauh mana fleksibilitas budaya populer dalam membangun keterlibatan politik.

2. **Analisis Dampak Jangka Panjang**

Perlu penelitian lebih mendalam tentang dampak jangka panjang dari pendekatan berbasis budaya populer terhadap literasi politik generasi muda, termasuk apakah strategi ini mendorong pemahaman yang lebih baik tentang kebijakan politik atau hanya menciptakan keterlibatan emosional sementara.

3. **Konteks Lintas Budaya**

Penelitian serupa dapat dilakukan dalam konteks budaya lain untuk mengetahui apakah strategi berbasis budaya populer memiliki relevansi universal atau hanya efektif dalam budaya tertentu.

4. **Keseimbangan antara Budaya Populer dan Kebijakan Substantif**

Penelitian lanjutan perlu mengevaluasi bagaimana narasi berbasis budaya populer dapat diintegrasikan dengan penyampaian kebijakan substantif, sehingga tidak hanya menarik perhatian tetapi juga meningkatkan pemahaman publik terhadap isu-isu politik yang mendasar.

5. **Analisis Perilaku Pemilih Digital**

Penelitian mendalam tentang perilaku digital generasi muda, termasuk bagaimana mereka memproses, mendiskusikan, dan menyebarkan pesan politik berbasis budaya populer, dapat memberikan wawasan tambahan untuk mengoptimalkan strategi kampanye.

Dengan pendekatan yang lebih terintegrasi, penelitian selanjutnya dapat memperkuat pemahaman tentang bagaimana budaya populer dapat menjadi alat strategis yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mendorong partisipasi dan pemahaman politik yang bermakna.



Daftar Pustaka

Buku

- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Garner, S. (2010). *Politics and popular culture*. Manchester University Press.
- Heryanto, A. (2014). *Identitas dan kenikmatan: Politik budaya layar Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Ibrahim, I. S. (2011). *Budaya populer sebagai komunikasi: Dinamika budaya dalam masyarakat postmodern*. Jalasutra.
- Kurniawan, Y. (2019). *Komunikasi politik di era digital*. Rajawali Pers.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Media dan kekuasaan: Kajian tentang media dalam politik kontemporer di Indonesia*. Remotivi.
- Priyanto, A. (2017). *Media sosial dan demokrasi*. Graha Ilmu.
- Street, J. (2004). *Popular culture and political identity*. Polity Press.
- Wiryanan, M. (2018). *Komunikasi politik di media sosial: Strategi kampanye digital*. Andi Publisher.
- Zahra, A. (2019). *Budaya digital dan kontestasi politik*. Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Anindita, A. T. (2020). Strategi komunikasi politik melalui media sosial dalam kampanye pilpres 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Aspinall, E., & Berenschot, W. (2019). Democracy for sale: Elections, clientelism, and the state in Indonesia.
- Dean, J. (2017). Political fandom in the digital age. *Media, Culture & Society*.
- Dewi, R. C. (2018). Representasi budaya populer dalam kampanye politik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*,
- Fielding, J. (2021). The intersection of popular culture and political campaigns. *Journal of Political Marketing*.

Fitriani, R., & Setiawan, B. (2019). Efektivitas penggunaan media sosial dalam kampanye politik di Indonesia.

Iovan, M. (2015). The political culture: Political socialization and acculturation.

Kurniawan, B. (2017). Budaya populer dan konstruksi citra politik dalam kontestasi pemilu.

Nugroho, Y., & Laksmi, S. (2020). Media sosial dan keterlibatan politik generasi muda.

Wicaksono, R. (2020). Analisis konten kampanye politik di media sosial: Studi kasus pemilu Indonesia 2019.

Skripsi

Sarah, Nur. (2019). *Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran*. Surabaya : UIN Sunan Ampel

