

Propaganda Politik dalam Pergeseran Fokus Publik Terhadap Gerakan Sosial: Studi Kasus Ibu Ana “Brave Pink”

Erizal¹, Luthfia Putri Callista Sari², Halimah Istiqomah³, Muhammad Arifin Ilham⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

E-mail: mailerizal@gmail.com¹, luthfia.putri@outlook.com², halimahiqm@gmail.com³,
marilham.811@gmail.com⁴

Article History:

Received: 05 Agustus 2026

Revised: 20 Agustus 2026

Accepted: 26 Agustus 2026

Kata Kunci: *Emotional Contagion, Political Propaganda, Public Attention, Social Media, Social Movements*

Abstract: *Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat membentuk, menyebarkan, dan merespons gerakan sosial melalui berbagai simbol dan narasi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses pergeseran fokus publik dari tuntutan gerakan sosial menuju figur dan simbol pada kasus Ibu Ana "Brave Pink" serta mengidentifikasi teknik propaganda politik yang digunakan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan paradigma kritis. Populasi penelitian adalah pengguna media sosial yang mengikuti perkembangan narasi terkait kasus Ibu Ana "Brave Pink", sedangkan sampel ditentukan secara purposif berdasarkan keterpaparan terhadap konten dan diskusi publik. Instrumen penelitian meliputi pedoman wawancara dan observasi digital, sedangkan analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui proses klasifikasi, interpretasi, dan pengaitan temuan dengan teori propaganda politik Frederic C. Bartlett serta konsep emotional contagion Emilio Ferrara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol "Brave Pink and Hero Green" bekerja dengan teknik propaganda plain folks, yang pada awalnya memperkuat solidaritas publik, tetapi kemudian terjadi pergeseran fokus menuju figur akibat berkembangnya narasi personal dan politisasi identitas yang diperkuat melalui teknik propaganda name calling, card stacking, dan bandwagon. Penelitian ini menyimpulkan bahwa propaganda politik di media sosial mampu menggeser perhatian publik dari substansi gerakan menuju figur dan simbol sehingga memengaruhi dinamika opini serta solidaritas publik dalam gerakan sosial.*

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat menyebarkan informasi sekaligus merespons berbagai isu sosial dan politik di ruang publik. Dalam konteks gerakan sosial, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya tindakan kolektif, identitas, serta simbol yang merepresentasikan aspirasi masyarakat. Melalui interaksi yang berlangsung secara masif, simbol tertentu dapat memperoleh

makna baru dan berkembang menjadi representasi kepentingan bersama. Pada saat yang sama, perhatian publik terhadap suatu gerakan tidak hanya ditentukan oleh substansi tuntutan yang diperjuangkan, tetapi juga oleh berbagai narasi yang berkembang di ruang digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk fokus publik terhadap suatu isu melalui proses komunikasi yang mampu memperkuat, mengarahkan, bahkan mengaburkan perhatian masyarakat.

Fenomena tersebut tampak pada aksi demonstrasi Agustus 2025 yang melahirkan figur Ibu Ana atau yang dikenal sebagai "Ibu Kerudung Pink". Kehadirannya menjadi simbol keberanian dalam menyuarakan aspirasi masyarakat di ruang publik. Dokumentasi yang memperlihatkan Ibu Ana mengenakan kerudung berwarna merah muda saat menghadapi aparat memperoleh perhatian luas dari masyarakat. Di sisi lain, warna hijau yang dikaitkan dengan solidaritas terhadap pengemudi ojek online turut menjadi bagian dari identitas gerakan tersebut. Perpaduan kedua warna tersebut kemudian dikenal sebagai "Brave Pink and Hero Green" dan digunakan masyarakat sebagai simbol dukungan melalui perubahan foto profil maupun berbagai unggahan visual di media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa simbol tidak lagi sekadar atribut visual, tetapi berkembang menjadi representasi solidaritas dan keterlibatan publik dalam suatu gerakan sosial.

Pada tahap awal, perhatian publik berpusat pada tuntutan yang diperjuangkan melalui aksi demonstrasi tersebut. Dukungan masyarakat muncul karena adanya kesamaan kepentingan terhadap isu ketidakadilan yang diangkat, sekaligus didorong oleh empati dan akumulasi kemarahan yang telah lama berkembang. Media sosial memperluas jangkauan solidaritas melalui penyebaran berbagai konten yang mendorong partisipasi publik sehingga opini yang semula bersifat individual berkembang menjadi identitas kolektif. Dalam proses tersebut, simbol "Brave Pink and Hero Green" semakin menguat sebagai representasi aspirasi masyarakat. Namun, setelah simbol tersebut semakin banyak digunakan, mulai bermunculan narasi negatif mengenai Ibu Ana sebagai figur yang diasosiasikan dengan gerakan tersebut. Beredarnya video yang memperlihatkan Ibu Ana melontarkan perkataan kasar kepada aktor pemerintahan ketika demonstrasi memunculkan penilaian bahwa dirinya tidak layak menjadi representasi suara masyarakat.

Situasi semakin berkembang ketika muncul berbagai konten yang mengaitkan Ibu Ana dengan preferensi politik tertentu. Narasi yang beredar tidak lagi berfokus pada tuntutan gerakan sosial, melainkan bergeser pada dugaan motif personal dan afiliasi politik figur yang menjadi simbol gerakan. Akibatnya, perhatian masyarakat terpecah antara substansi perjuangan dan kontroversi mengenai sosok yang dianggap mewakili gerakan tersebut. Pergeseran fokus publik ini menunjukkan bagaimana narasi yang berkembang di media sosial mampu membentuk cara masyarakat memaknai suatu gerakan sosial. Fenomena tersebut dapat dipahami melalui perspektif propaganda politik yang memandang propaganda bukan semata sebagai penyebaran informasi yang manipulatif atau tidak benar, melainkan sebagai proses yang lebih kompleks dalam mengarahkan perhatian, persepsi, dan respons publik terhadap suatu isu (Bartlett, 1942). Dalam konteks ini, penonjolan sisi personal, pelabelan negatif, serta pengaitan figur dengan preferensi politik tertentu berpotensi menjadi strategi propaganda yang menggeser perhatian publik dari isu kolektif menuju kontroversi individual.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pergeseran fokus publik dari tuntutan gerakan sosial menuju figur dan simbol dalam kasus Ibu Ana "Brave Pink", sekaligus mengidentifikasi teknik-teknik propaganda yang digunakan dalam proses tersebut. Penelitian ini penting dilakukan karena mampu memberikan pemahaman mengenai cara propaganda politik bekerja di media sosial dalam mengarahkan perhatian masyarakat terhadap isu tertentu, terutama ketika fokus publik bergeser dari substansi gerakan menuju representasi figur. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis mengenai strategi propaganda politik yang

.....

menggeser fokus publik dari tuntutan gerakan sosial ke figur dan simbol pada kasus Ibu Ana "Brave Pink" dengan menggunakan perspektif propaganda politik Frederic C. Bartlett (Bartlett, 1942) untuk memahami proses pembentukan persepsi publik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada pemikiran filosofis untuk mengkaji suatu fenomena dalam kondisi yang sebenarnya. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama penelitian, sedangkan proses pengumpulan dan analisis data lebih menekankan pada pemahaman makna dibandingkan pengukuran secara kuantitatif (Sugiyono, 2013). Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan menguji benar atau salahnya suatu informasi, melainkan memahami secara mendalam proses pergeseran fokus publik dari tuntutan gerakan sosial menuju figur dan simbol dalam kasus Ibu Ana "Brave Pink". Penelitian ini menggunakan paradigma kritis yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi berbagai kepentingan sehingga memungkinkan peneliti menelaah bagaimana propaganda politik membentuk persepsi sekaligus menggeser perhatian publik terhadap suatu isu (Newman dalam Kamaruddin, 2015).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti yang didukung dengan pedoman wawancara dan lembar observasi digital terhadap narasi yang berkembang di media sosial. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang mengetahui perkembangan kasus Ibu Ana "Brave Pink", yaitu seorang aktivis muda dengan inisial "G", Maudya Pramitha sebagai aktivis perempuan asal Kalimantan Timur, serta Hesthi Murthi yang berprofesi sebagai Associate Program Officer, Communication Information UNESCO Indonesia. Selain itu, observasi digital dilakukan terhadap unggahan, komentar, video, dan berbagai bentuk interaksi publik yang berkaitan dengan simbol "Brave Pink". Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dokumen akademik, dan referensi lain yang relevan dengan propaganda politik, media sosial, fokus publik, serta penyebaran emosi dalam komunikasi digital. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui proses pengorganisasian, klasifikasi, dan interpretasi data hasil wawancara serta observasi. Selanjutnya, temuan penelitian dianalisis menggunakan perspektif propaganda politik Frederic C. Bartlett dan konsep *emotional contagion* dari Emilio Ferrara untuk memahami bagaimana propaganda bekerja dalam menggeser fokus publik melalui narasi yang berkembang di media sosial.

Populasi penelitian ini adalah pengguna media sosial yang mengikuti atau mengetahui perkembangan narasi mengenai kasus Ibu Ana "Brave Pink". Sampel penelitian ditentukan secara purposif dengan memilih informan yang memiliki keterpaparan terhadap berbagai konten yang beredar, baik berupa video, unggahan, komentar, maupun diskusi publik yang berkaitan dengan gerakan sosial tersebut. Pemilihan informan didasarkan pada kemampuan mereka memberikan informasi yang relevan mengenai dinamika narasi, pembentukan simbol, serta proses pergeseran fokus publik yang menjadi objek penelitian.

Prosedur penelitian dilaksanakan secara bertahap mulai dari perumusan masalah, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, wawancara mendalam dengan informan, dan observasi terhadap interaksi pengguna media sosial yang berkaitan dengan kasus Ibu Ana "Brave Pink". Data yang diperoleh kemudian dikurasi dan diklasifikasikan sesuai fokus penelitian. Pada tahap temuan penelitian, data disajikan terlebih dahulu sebagai data empiris tanpa interpretasi peneliti. Selanjutnya, data dianalisis dengan menghubungkan temuan lapangan terhadap teori propaganda politik perspektif Frederic C. Bartlett dan konsep *emotional contagion* dari Emilio Ferrara untuk

menjelaskan proses pembentukan serta pergeseran fokus publik dalam ruang digital. Seluruh rangkaian penelitian dilaksanakan pada periode 16 April 2026 hingga 27 Juni 2026.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada bagaimana fokus publik terhadap gerakan sosial dapat mengalami pergeseran akibat berkembangnya narasi tertentu di media sosial. Dalam konteks kasus Ibu Anna “Brave Pink”, temuan penelitian sementara menunjukkan bahwa perhatian publik tidak hanya diarahkan pada tuntutan gerakan sosial, tetapi juga mengalami perubahan menuju figur yang menjadi simbol gerakan tersebut. Untuk memahami fenomena tersebut secara lebih komprehensif, penelitian ini mengintegrasikan hasil observasi terhadap narasi yang berkembang di media sosial, temuan dari wawancara mendalam dengan narasumber, serta kajian literatur yang relevan. Ketiga sumber data tersebut dianalisis secara saling melengkapi untuk menjelaskan bagaimana simbol, emosi, dan narasi berinteraksi dalam membentuk serta menggeser fokus perhatian publik terhadap suatu gerakan sosial.

Berdasarkan observasi awal terhadap narasi yang berkembang di media sosial, simbol warna pink dan hijau pada awalnya dipahami sebagai representasi solidaritas masyarakat terhadap gerakan sosial yang berkembang pada demonstrasi Agustus 2025. Warna pink dikaitkan dengan keberanian figur Ibu Anna yang hadir di tengah demonstrasi, sedangkan warna hijau diasosiasikan dengan solidaritas terhadap kasus Affan Kurniawan. Kedua simbol tersebut kemudian berkembang menjadi identitas visual yang digunakan masyarakat dalam bentuk foto profil, unggahan visual, dan ekspresi dukungan digital. Dalam perspektif propaganda politik, pembentukan simbol semacam ini menunjukkan bagaimana suatu gerakan sosial dapat mengemas pesan kompleks ke dalam bentuk visual yang sederhana, mudah dikenali, dan mudah diterima oleh publik (Bartlett, 1942).

Bartlett juga menjelaskan bahwa propaganda tidak selalu berangkat dari informasi yang keliru, melainkan dapat bersumber dari fakta yang kemudian dikemas sedemikian rupa untuk memengaruhi opini maupun perilaku masyarakat. Fokus utama propaganda terletak pada penyederhanaan suatu isu, melakukan generalisasi, serta melebih-lebihkan aspek tertentu sehingga mampu membangun atmosfer emosional yang membuat masyarakat tidak lagi terdorong untuk mencari penjelasan yang bersifat logis. Dalam konteks ini, penggunaan simbol Brave Pink dan Hero Green menunjukkan bagaimana pesan gerakan sosial disederhanakan ke dalam representasi visual yang mudah dikenali sekaligus mampu membangun keterikatan emosional publik terhadap gerakan tersebut. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Maudya Pramitha yang menjelaskan bahwa warna pink dan hijau memiliki makna simbolik yang kuat dalam gerakan tersebut. Warna pink merepresentasikan figur Ibu Anna sebagai simbol perempuan yang melawan, sedangkan warna hijau merepresentasikan kelompok masyarakat yang tertindas. Sebagaimana diungkapkan narasumber,

“Pink itu sebagai penggambarannya Ibu Anna yang dia itu dijadikan sosok, oh inilah perempuan yang melawan. Dan yang hijau itu dari logonya, warnanya ojol. Karena menganggap oh inilah yang orang tertindas”

Pandangan tersebut juga diperkuat oleh Inisial "G" yang melihat bahwa penggunaan simbol warna tidak muncul secara kebetulan, melainkan merupakan bagian dari strategi komunikasi yang disusun oleh kelompok masyarakat sipil untuk memperluas jangkauan kampanye gerakan. Sebagaimana diungkapkannya,

“...kan sebenarnya bentuk solidarity dan bentuk perlawanan juga gitu. Dan ketika melihat itu ya aku merasa publik bukan bergeser, justru publik tuh ya karena again Indonesia tuh, itu

adalah sebuah strategi ya teman-teman, strategi kita melancarkan campaigning gitu lho. Itu adalah strateginya...mengajak publik untuk membuka matanya..."

Penyataan tersebut menunjukkan bahwa simbol Brave Pink dan Hero Green pada fase awal tidak semata-mata berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga sebagai strategi kampanye yang dirancang untuk memperkuat solidaritas sekaligus meningkatkan perhatian masyarakat terhadap isu yang sedang diperjuangkan.



Gambar 1. Simbol Brave Pink dan Hero Green sebagai Representasi Keberanian, Solidaritas, dan Perlawanan

Namun, perhatian publik terhadap simbol tersebut tidak berlangsung secara stabil. Seiring berkembangnya narasi lain yang menyoroti figur Ibu Anna secara personal, fokus diskusi publik mulai mengalami perubahan. Narasi yang awalnya berkaitan dengan solidaritas dan tuntutan sosial perlahan bergeser menjadi pembahasan mengenai karakter, perilaku, dan identitas figur yang diasosiasikan dengan gerakan. Pergeseran ini sejalan dengan konsep *manipulation of attention*, yaitu proses ketika perhatian publik diarahkan dari isu utama menuju aspek lain yang lebih menarik secara emosional maupun simbolik (Bartlett, 1942).

Pergeseran tersebut tidak selalu terjadi secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh dinamika produksi dan reproduksi informasi di media sosial. Ketika narasi tertentu memperoleh perhatian yang lebih besar melalui berbagai unggahan, komentar, maupun interaksi pengguna, fokus diskusi publik secara perlahan dapat bergeser dari isu substantif menuju aspek-aspek yang lebih personal. Dalam kondisi inilah proses *manipulation of attention* menjadi relevan menjelaskan bagaimana perhatian masyarakat dapat dialihkan tanpa harus menghilangkan isu awal secara langsung.

Narasi yang Berkembang di Media Sosial

Pada fase awal, Ibu Anna diposisikan sebagai simbol keberanian masyarakat sipil. Kemunculannya di ruang demonstrasi dipersepsikan sebagai representasi keberanian warga biasa yang hadir dalam situasi sosial-politik yang penuh ketegangan. Narasi yang berkembang pada tahap ini cenderung bersifat positif dan memperkuat solidaritas publik terhadap gerakan. Hal ini sejalan dengan penjelasan Hesthi Murthi selaku Associate Program Officer, Communication Information UNESCO Indonesia yang melihat bahwa figur seperti Ibu Anna dapat menjadi representasi keberanian warga sipil di ruang publik. Sebagaimana diungkapkannya,

"Simbol itu memang penting untuk memantik perhatian dan menyatukan emosi publik terhadap suatu isu"

Persepsi ini juga diperkuat oleh pandangan Maudya yang melihat figur Ibu Anna sebagai representasi perempuan yang keluar dari peran domestik dan hadir secara aktif di ruang publik. Maudya menyatakan,

“Kita itu selalu menempatkan Ibu itu sebagai seorang yang akan di rumah jaga kita... Tapi kali ini kita ngelihat sosok Ibu itu berjuang, turun ke jalan, menemani kita”.

Simbol warna pink kemudian memperoleh makna kolektif yang tidak lagi merujuk pada individu tertentu, tetapi pada semangat keberanian dan perlawanan. Bersamaan dengan itu, warna hijau yang berkaitan dengan solidaritas terhadap korban sipil juga memperkuat identitas visual gerakan. Menurut Bartlett, simbol tidak bekerja secara mandiri. Agar memiliki daya pengaruh yang kuat, simbol memerlukan penguatan melalui emosi, sentimen, dan sugesti. Proses ini disebut sebagai *symbolic consolidation* (Bartlett, 1942). Dalam konteks ini, warna pink dan hijau memperoleh kekuatan makna karena didukung oleh emosi kolektif masyarakat, rasa solidaritas, dan narasi yang terus direproduksi di media sosial. Penguatan simbol tersebut juga terlihat dari adopsi warna pink dan hijau oleh berbagai komunitas di media sosial. Inisial "G" juga menjelaskan bahwa pemilihan warna tersebut dipengaruhi oleh fenomena budaya populer (*pop culture*) yang pada saat itu sedang berkembang di media sosial. Menurutnya,

“...masyarakat sipil mikirnya adalah warna itu bisa dijadikan sesuatu bentuk perlawanan juga karena memang lagi tren sebuah pop culture di mana kayak color of the year. If you remember, guys, kayak sage, warna sage kan 2024 tuh sangat ini ya viral ya...”

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi gerakan turut memanfaatkan budaya populer sebagai medium penyampaian pesan. Dengan menggunakan simbol warna yang dekat dengan pengalaman sehari-hari masyarakat, gerakan menjadi lebih mudah dikenali, dibagikan, dan direproduksi di berbagai platform media sosial. Penggunaan simbol visual ini tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi dukungan, tetapi juga sebagai bentuk solidaritas kolektif terhadap gerakan. Sebagaimana dijelaskan oleh Maudya,

“Kalau misalnya ubah ke dalam komunitas, sebenarnya itu bentuk solidaritas kita bersama pada satu selera rakyat... ada makna komunitas itu bersama dengan rakyat saat itu”.

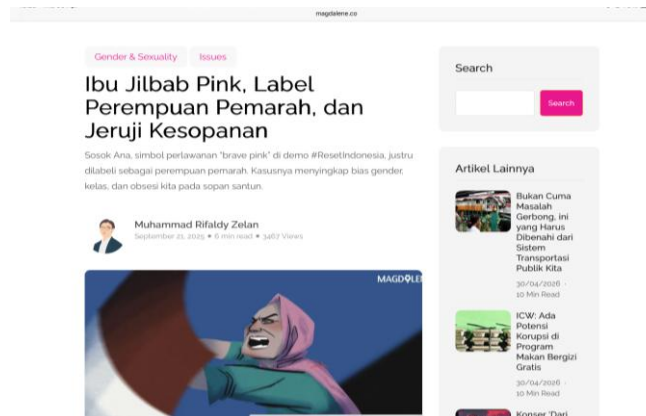
Memasuki fase berikutnya, penyebaran propaganda mengalami transformasi yang menyesuaikan karakteristik media digital. Jika pada media konvensional propaganda lebih banyak disebarkan melalui institusi atau media massa, pada era digital proses tersebut berlangsung melalui aktor-aktor baru seperti buzzer maupun influencer yang memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik secara cepat dan masif. Kehadiran aktor-aktor tersebut memungkinkan suatu narasi diproduksi, direproduksi, dan diperluas jangkauannya sehingga perhatian masyarakat lebih mudah diarahkan pada isu-isu tertentu dibandingkan substansi persoalan yang sedang diperjuangkan.

Dalam perkembangan selanjutnya, muncul narasi yang lebih menonjolkan sisi personal dari figur Ibu Anna. Konten yang beredar di media sosial mulai menampilkan potongan video, komentar, maupun diskusi yang berfokus pada perilaku, ucapan, dan identitas personal.



Gambar 2. Tangkapan Layar Unggahan Berita Negatif Tentang Ibu Ana di Media Sosial

Narasi ini tidak lagi berpusat pada tuntutan gerakan, melainkan mengarah pada penilaian terhadap kelayakan figur sebagai representasi suara publik. Akibatnya, ruang diskusi mulai dipenuhi oleh opini yang mempertanyakan apakah simbol gerakan pantas direpresentasikan oleh sosok tertentu.



Gambar 3. Artikel yang Memuat Narasi Positif Tentang Ibu Ana

Temuan sementara juga menunjukkan adanya narasi yang mengaitkan figur Ibu Anna dengan preferensi politik tertentu. Narasi ini berkembang melalui potongan video dan interpretasi publik yang menghubungkan figur tersebut dengan afiliasi politik tertentu.

Dalam konteks penelitian ini, fokus tidak diarahkan pada verifikasi benar atau salahnya informasi tersebut, tetapi pada bagaimana narasi tersebut memengaruhi pembentukan fokus publik. Narasi politisasi figur terlihat memperluas perdebatan publik dari isu gerakan sosial menuju diskursus identitas politik.

Fenomena tersebut juga dapat dipahami melalui perspektif psikologi politik. Leeper dan Slothuus menjelaskan bahwa individu membawa struktur psikologis yang sama ke dalam ranah politik sebagaimana yang mereka gunakan dalam kehidupan sosial sehari-hari. Dengan demikian, cara masyarakat memandang isu politik pada dasarnya tidak terlepas dari cara mereka memproses informasi, membentuk penilaian, dan merespons berbagai peristiwa dalam kehidupan sehari-hari (Leeper & Slothuus, 2014, hlm. 138). Pengaburan substansi tersebut juga dipengaruhi oleh cara individu memproses informasi politik. Dalam banyak situasi, masyarakat tidak selalu mengevaluasi informasi secara rasional, melainkan dipengaruhi oleh kecenderungan psikologis yang telah dimiliki sebelumnya.

Dalam memproses informasi politik, individu tidak selalu bersikap netral. Terdapat dua motif utama yang memengaruhi cara seseorang menerima dan mengevaluasi informasi, yaitu *accuracy motives* dan *directional motives*. *Accuracy motives* merujuk pada dorongan untuk mencari informasi yang benar dan akurat, sedangkan *directional motives* merujuk pada kecenderungan individu untuk menerima informasi yang sesuai dengan identitas, keyakinan, atau preferensi yang telah dimiliki sebelumnya. Dalam konteks politik, *directional motives* sering kali lebih dominan karena keterikatan individu pada pandangan politik tertentu dapat memengaruhi cara mereka menafsirkan informasi (Leeper & Slothuus, 2014, hlm. 138–139).

Dalam kasus Ibu Anna, dominasi *directional motives* terlihat ketika sebagian publik mulai menafsirkan figur tersebut berdasarkan preferensi atau afiliasi politik tertentu. Akibatnya, perhatian publik tidak lagi semata-mata berfokus pada substansi gerakan sosial, melainkan juga pada identitas politik yang dilekatkan pada figur tersebut. Kondisi ini turut mempercepat

pergeseran fokus dari isu kolektif menuju penilaian terhadap individu, sekaligus memperkuat fragmentasi opini di ruang publik digital.

Temuan tersebut juga diperkuat oleh pandangan Inisial “G” yang melihat bahwa kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menokohkan seseorang menjadi salah satu faktor yang mempercepat personalisasi suatu gerakan sosial. Sebagaimana diungkapkannya,

“...Jadi memang waktu itu publik melihat kayak, 'Oh, kayaknya dua orang ini tuh bisa jadi patron gitu lho.' Dan memang kebiasaan orang Indonesia kan memang suka patronisme ya. Orang Indonesia tuh senang banget menokohkan seseorang. Ya that's why kenapa ada 17+8, karena 17+8 tuh adalah kegemaran orang Indonesia mengagung-agungkan tokoh gitu...”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pergeseran perhatian publik tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh dinamika media sosial, tetapi juga berkaitan dengan karakter budaya politik masyarakat Indonesia yang masih memiliki kecenderungan patronistik. Akibatnya, figur yang semula berfungsi sebagai simbol kolektif berpotensi berubah menjadi pusat perhatian utama yang menggeser fokus masyarakat dari substansi gerakan menuju individu yang merepresentasikannya.

Pergeseran Fokus Publik

Berdasarkan hasil observasi awal, terdapat indikasi bahwa fokus publik mengalami perubahan seiring berkembangnya narasi baru di media sosial. Pada tahap awal, perhatian masyarakat cenderung terpusat pada substansi gerakan dan solidaritas terhadap aksi sosial. Namun, setelah muncul narasi personal dan politisasi figur, diskusi publik mulai beralih pada representasi individu.

Pergeseran fokus ini terlihat dari perubahan tema percakapan yang muncul di media sosial. Jika pada awalnya publik membahas isu tuntutan sosial dan solidaritas, maka pada tahap berikutnya diskusi lebih banyak menyoroti karakter figur, validitas representasi, dan dugaan afiliasi politik. Kondisi ini menunjukkan terjadinya *manipulation of attention*, ketika fokus publik yang semula terarah pada isu kolektif bergeser menuju figur individual sebagai pusat perhatian (Bartlett, 1942). Dalam wawancara, Maudya pun menilai bahwa perpindahan fokus tersebut cukup kuat. Ketika diminta menilai skala perpindahan fokus, narasumber memberikan nilai tujuh dari sepuluh, dengan penekanan bahwa:

“perpindahan fokusnya kuat banget”.

Fenomena ini menunjukkan bahwa perhatian publik tidak selalu bertahan pada isu utama, melainkan dapat berpindah menuju aspek yang lebih simbolik dan personal. Dalam konteks ini, figur yang sebelumnya menjadi simbol gerakan justru menjadi pusat perhatian yang mengubah arah diskusi publik. Hal ini diperkuat oleh karakteristik media sosial yang cenderung memprioritaskan konten dengan daya tarik emosional tinggi dan kemampuan untuk menarik perhatian publik secara cepat. Sebagaimana dijelaskan oleh Hesthi, algoritma media sosial sering kali lebih mengutamakan konten yang memicu keterlibatan emosional dibandingkan substansi isu,

“Mereka mengamplifikasi as it is, tidak menggunakan prinsip atau nilai-nilai seperti media konvensional. Mereka melihat bahwa ini sedang berhasil menarik perhatian publik”.

Maudya juga menegaskan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk figur simbolik tersebut. Menurutnya, tanpa dukungan media sosial, figur seperti Ibu Anna mungkin tidak akan memperoleh perhatian sebesar itu. Sebagaimana dinyatakan,

“Kalau misalnya tanpa medsos pun... sebenarnya nggak bakal ada segitunya... saat ini kan kita bukan hanya memasifkan gerakan di jalanan, tapi secara media digital juga ada”.

Lebih lanjut, perkembangan narasi tersebut juga menunjukkan adanya *social fragmentation*. Bartlett menjelaskan bahwa propaganda dapat memecah perhatian masyarakat ke dalam berbagai kelompok fokus yang berbeda (Bartlett, 1942). Dalam kasus ini, sebagian publik tetap berfokus pada isu utama gerakan sosial, sebagian lainnya memberikan dukungan personal kepada Ibu Anna, sementara kelompok lain justru lebih menyoroti afiliasi politik dan kritik terhadap figur tersebut. Akibatnya, ruang diskusi publik menjadi terfragmentasi dan tidak lagi terpusat pada tuntutan awal gerakan. Fenomena ini juga terlihat pada tingkat lokal, ketika figur Ibu Anna menjadi bahan diskusi di berbagai daerah. Maudya menyatakan bahwa figur tersebut bahkan menjadi topik perbincangan masyarakat di Kalimantan Selatan, hingga muncul pertanyaan,

“Kenapa kita gak punya sosok yang seperti Ibu Ana di Kalsel?”

Fragmentasi ini juga berdampak pada melemahnya momentum advokasi terhadap isu awal. Ketika perhatian publik bergeser pada figur dan simbol, tekanan sosial terhadap substansi gerakan cenderung menurun. Hesthi menegaskan hal tersebut dengan menyatakan, “*Pressure-nya berhenti, advokasinya berhenti. Padahal waktu itu kan lumayan kencang*”. Dengan kata lain, isu utama yang sebelumnya menjadi pusat solidaritas publik berisiko kehilangan intensitas dukungan seiring beralihnya fokus masyarakat ke isu lain yang lebih viral.

Maudya turut mengingatkan bahwa pengagungan berlebihan terhadap figur dapat menyebabkan gerakan kehilangan arah. Menurutnya,

“Tuntutan dasar kita hilang karena kita mengagungkan pada satu orang... saat kita kehilangan arah atau progres kita, rasanya jadi kita gak fokus sama hal yang mau kita cari”.

Berdasarkan wawancara awal dengan narasumber pendukung, yaitu Hesthi selaku Associate Program Officer, Communication Information UNESCO Indonesia, ditemukan bahwa figur Ibu Anna diketahui telah beberapa kali hadir dalam berbagai aksi demonstrasi sebelumnya. Kehadiran figur tersebut di berbagai ruang aksi menunjukkan bahwa sosok ini bukan merupakan figur yang muncul secara tiba-tiba pada satu peristiwa tertentu.

Temuan ini menunjukkan bahwa simbolisasi terhadap figur dapat berkembang melalui akumulasi representasi yang dibangun secara berulang dalam ruang publik. Dalam konteks media sosial, keberulangan kemunculan figur dapat memperkuat asosiasi simbolik yang melekat pada individu tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep *symbolic consolidation*, di mana pengulangan simbol dalam berbagai konteks memperkuat makna dan daya pengaruh simbol tersebut di benak publik (Bartlett, 1942).

Penelitian ini tidak berupaya memastikan apakah kemunculan figur tersebut merupakan bagian dari strategi tertentu atau terjadi secara alami. Fokus penelitian tetap diarahkan pada bagaimana publik merespons narasi yang berkembang dan bagaimana perhatian masyarakat dapat mengalami perubahan akibat konstruksi informasi di media sosial. Meski demikian, baik Hesthi maupun Maudya menekankan bahwa figur simbolik seperti Ibu Anna pada awalnya mampu memperkuat semangat kolektif gerakan. Kehadiran figur tersebut berfungsi sebagai representasi visual yang memudahkan publik untuk membangun identifikasi dan solidaritas bersama. Sebagaimana diungkapkan Maudya,

“Suara kolektif itu akan lebih didengar dibandingkan sendiri. Apalagi kalau kita mempunyai satu sosok yang menjadi contoh buat di hadapan kita”.

Dengan demikian, figur simbolik dalam gerakan sosial memiliki dua sisi. Di satu sisi, figur tersebut mampu memperkuat solidaritas, memobilisasi dukungan, dan menjadi representasi kolektif gerakan. Namun, di sisi lain, ketika perhatian publik terlalu terpusat pada individu, fokus terhadap substansi tuntutan dapat melemah. Inilah dinamika yang menunjukkan bagaimana media

sosial tidak hanya berperan sebagai ruang penyebaran informasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan, penguatan, sekaligus pergeseran fokus publik dalam gerakan sosial.

Analisis Tipe dan Teknik Propaganda Politik

Narasi tentang Ibu Ana yang berkembang di media sosial bagaikan bola liar. Figurnya terus digiring pada narasi dugaan preferensi politik tertentu hingga didiskreditkan sebagai ODGJ. Sosoknya terus menjadi perbincangan publik di tengah riuhnya menyuarakan substansi tuntutan 17+8. Melalui kacamata penulis, fenomena tersebut dianggap sebagai bentuk dari propaganda vertikal dari atas ke bawah. Sulit untuk mengusut siapa dalang dari pembicaraan ini. Namun, penulis menemukan adanya perang narasi antar pengguna media sosial. Suara rakyat yang terfragmentasi berujung pada pergeseran fokus publik dari substansi tuntutan. Keadaan diperparah dengan eksistensi buzzer yang gencar menggaungkan diskursus terkait Ibu Ana dengan pola serupa sehingga, rakyat seakan dibuat untuk terus melawan para buzzer dan akhirnya lupa pada suara yang diperjuangkan.

Hal ini turut divalidasi dengan pernyataan Inisial “G” saat wawancara bersama kami,

“...gue selalu bilang ini tuh perang narasi sih, guys. Perang narasi tuh dalam artian lo akan melawan buzzer gitu karena propaganda yang dibuat oleh pemerintah...”

Inisial “G” juga berpendapat bahwa, pemerintah menggunakan kekuatan buzzer dan influencer—makro maupun mikro, sebagai senjata untuk membuat narasi tandingan yang mengaburkan fakta dan mengadu domba rakyat sehingga tercipta konflik horizontal.

Ironisnya, muncul dugaan kuat adanya penggunaan dana APBN untuk membiayai buzzer agar suara dan fokus publik terpecah. Dugaan ini semakin kuat setelah viralnya dokumen SiRUP LKPP yang mencantumkan dana senilai 800 juta untuk jasa “pengelolaan opini publik” oleh Badan Gizi Nasional. Sehingga penulis mengasumsikan, fenomena propaganda yang tercipta adalah propaganda vertikal yang sistematis dan tertarah, hanya saja dibuat seolah-olah horizontal dan organik.

The screenshot shows a web interface titled 'RUP PENYEDIA' and 'BADAN GIZI NASIONAL'. It features a table with columns: No, Nama Paket, Page (Rp.), Metode Pemilihan, Sumber Dana, Kode RUP, and Waktu Pemilihan. The first row lists a package for 'Jasa Pengelolaan Opini Publik' with a value of 800,000,000, selected via 'E-Purchasing' from 'APBN' under code '60920965' in March 2026. Below the table are input fields for 'Nama Paket', 'Page', 'Metode Pemilihan', 'Sumber Dana', 'Kode RUP', and 'Waktu Pemilihan'. At the bottom, there is a 'Catatan' section with two bullet points regarding data updates and currency.

No	Nama Paket	Page (Rp.)	Metode Pemilihan	Sumber Dana	Kode RUP	Waktu Pemilihan
1	Jasa Pengelolaan Opini Publik	800.000.000	E-Purchasing	APBN	60920965	March 2026

Catatan:

- Data rekap terakhir diperbaharui pada tanggal 06 Mei 2026 01:46
- Data page ditampilkan dalam satuan juta rupiah

Gambar 4. Tangkapan Layar Dokumen SiRUP LKPP

Hal ini sejalan dengan Jacques Ellul yang mengatakan bahwa, propaganda adalah komunikasi dari kelompok yang terorganisasi untuk menciptakan partisipasi aktif atau pasif melalui manipulasi psikologis dan organisasi sosial (Ellul, 1965). Propaganda juga tidak mengenal aturan dan etika yang bertujuan untuk membelenggu masyarakat dengan menghalalkan segala cara demi tujuan tertentu (Goebbels dalam Cangara, 2009).

Publik yang ikut terseret secara organik dalam diskursus ini adalah wujud dari korban propaganda vertikal. Mereka terus dihadapkan pada kondisi yang mengaburkan rasionalitas, sehingga terdorong untuk percaya tanpa ingin mencari tahu apa yang mereka yakini. Akibatnya, ketika publik telah memegang suatu kepercayaan dengan teguh, segala upaya untuk mengoreksi informasi tersebut akan selalu berujung pada penolakan dan perlawanan (Kuklinski, 2000). Hal ini

juga sering diperparah dengan tuduhan konspirasi yang disebarkan untuk menciptakan *self-insulated beliefs* atau kepercayaan tertutup di masyarakat. Orang-orang seperti ini biasanya cenderung melindungi pemikirannya dari koreksi, sehingga informasi yang bersifat fakta dan logis akan ditolak atau malah dipelintir agar sesuai dengan kepercayaannya (Napolitano, 2025).

Hal ini juga menarik jika dilihat dari pernyataan Bartlett tentang propaganda dan pendidikan. Propaganda umumnya bertujuan untuk memengaruhi perilaku dan opini tertentu tanpa keinginan untuk mencari tahu. Biasanya hal tersebut dipicu oleh informasi yang bersifat emosional sehingga mengaburkan logika. Berbeda dengan pendidikan, pendidikan justru memberi ruang pada kognisi, bersifat reflektif, dan membuat seseorang memikirkan kembali setelah mendapatkan stimulasi informasi (Bartlett, 1942).

Beralih dari tipe propaganda, penulis juga mengidentifikasi beberapa teknik propaganda yang digunakan dalam kasus Ibu Ana. Teknik pertama yang ditemukan adalah *"name calling"*. Teknik ini bekerja dengan cara memberikan label buruk kepada seseorang agar ia ditolak tanpa perlu menguji fakta atau substansinya (Jowett & O'Donnell, 2015). Dalam kasus Ibu Ana, teknik *name calling* sangat terlihat ketika buzzer melabelinya sebagai ODGJ dan menyerang kepribadiannya karena menggunakan kata-kata kasar. Karakternya dianggap tidak pantas menjadi simbol dari sebuah perlawanan. Tujuannya, untuk menciptakan persepsi negatif pada publik terhadap sosok dan karakter Ibu Ana agar publik menolak gerakan yang direpresentasikannya.

Teknik propaganda selanjutnya yang ditemukan adalah *"card stacking"*. Teknik ini dilakukan dengan menyeleksi informasi baik yang akurat maupun hoaks untuk membangun kondisi atau kasus sambil mengaburkan fakta tertentu (Jowett & O'Donnell, 2015). Propagandis secara sepihak memviralkan potongan dokumentasi saat Ibu Ana memaki-maki Presiden Prabowo Subianto. Dengan dokumentasi yang belum valid kebenarannya tersebut, Ibu Ana dianggap terafiliasi dengan tokoh politik tertentu yang mana adalah seorang oposisi Prabowo Subianto ketika pemilu 2024. Kemarahan Ibu Ana semata-mata dianggap sebagai bentuk ketidakterimaan atas kekalahan tokoh politik yang ia dukung, daripada sebuah aspirasi murni yang merepresentasikan kekecewaan dan kemarahannya atas pemerintahan yang korup.

Berdasarkan hasil observasi penulis di atas, ternyata Inisial "G" juga berpendapat hal sama,

"... 'aku sebagai perempuan justru aku tidak mendukung Bu Ana gitu loh. Kenapa dia harus menyampaikan dengan marah-marah?' Kayak oh my god, girl, you know what, kayak this is the anger moment, right? I mean like, kita semua marah, kenapa kita enggak boleh marah gitu,...ini perempuan, dia itu makan mungkin susah besoknya. Wajar dong dia ngamuk gitu loh ketika yang di atas gajinya yang bisa aman-aman aja...wah, Bu Ana tuh enggak bisa dijadikan simbol perlawanan, Bu Ana enggak bisa dijadikan simbol perjuangan. Justru gue malah harusnya Bu Ana adalah simbol rebellious person."

Teknik propaganda yang terakhir ditemukan oleh penulis adalah *"bandwagon"*. Teknik ini menggunakan strategi persuasi di mana propagandis memanfaatkan kondisi psikologis "ikut-ikutan", dengan cara meyakinkan audiens bahwa mayoritas orang sedang membicarakan hal tertentu. Tujuan dari propaganda ini sendiri untuk memanipulasi emosi agar khalayak merasa takut tertinggal dan akhirnya mengikuti atau mempercayai hal yang sama (Jowett & O'Donnell, 2015).

Berdasarkan hasil observasi penulis, teknik *bandwagon* merupakan salah satu jalan mengapa orang-orang membicarakan suatu topik tertentu terutama, orang-orang yang terseret secara organik pada sebuah diskursus. Ketika narasi serangan personal terhadap Ibu Ana dibuat sangat ramai dan membanjiri ruang digital dengan adanya pendengung dan algoritma media sosial, netizen yang awalnya fokus pada tuntutan 17+8 akan terdistraksi dan terpancing emosinya untuk menghakimi moralitas dan memperdebatkan kepantasannya menjadi simbol sebuah perlawanan. Akhirnya, substansi dari perlawanan tersebut kabur digantikan dengan perang narasi atau konflik

personal para audiens pengguna media sosial. Hasilnya, gaji DPR tetap tinggi, para aktivis ditangkap, dan gerakan tuntutan 17+8 menjadi tidak berarti lantaran lebih sibuk berdebat soal figur seseorang. Gagasan ini juga turut divalidasi oleh Inisial “G” ketika wawancara bersama kami,

“Ujungnya hasilnya apa? Yang gue bilang tadi kan, kayak gajinya DPR tetap sama aja gitu loh. Nah, di sini sebenarnya letak titiknya adalah lo lupa kalau pemerintahan lo ini pinter banget ngacak-ngacak pemikiran lo dengan sedemikian rupa...ya tapi akhirnya lupa kan kalau gaji DPR tetap masih tinggi, tunjangannya cuman diputarbalikkan doang, and everyone forget about that gitu.”

Fenomena ini juga memiliki pola yang sama dengan isu LGBT yang sedang ramai diperbincangkan di tengah carut-marutnya kondisi Pemerintahan Indonesia. Akhir-akhir ini, diskriminasi kepada komunitas LGBT sedang ramai dicecar audiens pengguna media sosial. Isu ini muncul kembali ke permukaan lantaran diduga untuk mengaburkan fokus masyarakat terhadap nilai Rupiah yang kian melemah dan harga BBM yang tiba-tiba naik secara drastis. Ia melihat fenomena ini bukan sebagai konflik horizontal yang organik, melainkan hasil dari propaganda vertikal yang tersistematis oleh sebuah organisasi tertentu untuk memengaruhi perilaku dan opini masyarakat melalui perang narasi horizontal. Hal ini disampaikan oleh Inisial “G” ketika wawancara bersama kami yang mengatakan bahwa,

“Kalau kalian sadar, kok kok banyak banget ya orang yang sekarang tuh hateful dengan LGBT gitu kan. Nah, itu tuh alat politik yang lagi dipakai oleh pemerintah sekarang gitu loh. Pas banget kayak MUI kemarin ngeluarin gitu. Dan sebenarnya tuh kalau mau ngomongin hal kayak gitu udah dari lama, coy, gitu loh...karena orang-orang konfliknya udah dibuat horizontal, dan itu sangat sistematis, dan orang-orang tuh akhirnya berkonflik dengan rakyatnya sendiri gitu loh. Lupa kalau kanan kirinya tuh manusia juga gitu. Dan sekarang semua orang fokus tuh untuk nge-hateful dengan satu kelompok tertentu, belum lagi dengan hal-hal yang lain gitu. Dan itu yang terjadi sekarang dan itu tuh sistematis, teman-teman. Jadi bukan organik.”

Brave Pink and Hero Green Bagian dari Propaganda

Berdasarkan observasi terkait propaganda politik yang menggeser fokus publik, penulis menemukan fakta menarik bahwa, simbol “Brave Pink and Hero Green” juga merupakan bagian dari propaganda. Bedanya, simbol ini lahir secara organik dari masyarakat sipil yang dibagikan antar pengguna media sosial, dan berkembang menjadi identitas bersama tanpa adanya paksaan dari satu figur.

Propaganda dengan atribut merah muda dan hijau ini masuk ke dalam kategori propaganda horizontal dan integrasi. Berbeda dengan propaganda vertikal yang bersifat *top-down*, Brave Pink and Hero Green 17+8 menyebar secara horizontal dari interaksi para pengguna media sosial. Selain itu, propaganda ini juga termasuk ke dalam propaganda integrasi, yang mana berfungsi secara spesifik untuk memperkuat solidaritas dan mendukung aspirasi masyarakat (Ellul, 1965). Dalam kasus ini, tujuan utamanya adalah terkabulnya Tuntutan 17+8 oleh pemerintah. Atribut ini tidak digunakan untuk polarisasi publik, melainkan untuk menyatukan suara masyarakat demi melawan rezim yang bengis.

Dalam kasus ini, atribut Brave Pink and Hero Green menarik perhatian publik dengan elemen emosional dan psikologis. Warna merah muda yang direpresentasikan oleh Ibu Ana sebagai rakyat kecil serta hijau oleh Affan Kurniawan sebagai rakyat yang tertindas, berhasil mengakumulasi empati dan kemarahan publik. Publik merasa terwakili oleh dua figur tersebut yang kemudian digunakan sebagai simbol perlawanan dan dukungan kepada tuntutan 17+8 dengan mengintegrasikan warna merah muda dan hijau ke berbagai macam unggahan visual di media

sosial.

Semenjak lahirnya simbol tersebut, tuntutan rakyat menjadi semakin terdefinisi karena ditampung menjadi satu suara yang jelas—atas nama 17+8. Simbol ini kemudian digunakan sebagai strategi *campaign* oleh berbagai media alternatif untuk mengajak publik membuka mata tentang kondisi Indonesia saat ini. Fenomena ini ternyata sejalan dengan pendapat Edward Barnays. Barnays melihat bahwa, propaganda bukan sebuah usaha yang harus selalu dicela dalam meracuni pikiran masyarakat dengan kebohongan. Melainkan lebih dari itu, propaganda merupakan sebuah usaha yang terkelola untuk menyebarluaskan kepercayaan atau opini tertentu yang penting bagi sebuah peradaban (Barnays dalam Cangara, 2009). Hal ini turut dikonfirmasi oleh Inisial “G” ketika wawancara bersama kami,

“...kan sebenarnya bentuk solidarity dan bentuk perlawanan juga gitu. Dan ketika melihat itu ya aku merasa publik bukan bergeser, justru publik tuh ya karena again Indonesia tuh, itu adalah sebuah strategi ya teman-teman, strategi kita melancarkan campaigning gitu lho. Itu adalah strateginya...mengajak publik untuk membuka matanya...”

Berdasarkan teknik propaganda, penulis menemukan bahwa propaganda Brave Pink and Hero Green termasuk ke dalam teknik propaganda *plain folks*. Teknik ini bekerja dengan cara membangun kedekatan dengan audiens melalui kesan “orang biasa” atau “rakyat biasa”. Tujuannya agar pesan terasa membumi dan lebih kolaboratif di mata khalayak. Teknik ini seakan-akan mengatakan bahwa pihak tersebut berpihak pada publik karena mereka bagian dari publik itu sendiri. Sosok Ibu Ana dan Affan Kurniawan berhasil meresonansi perasaan tersebut kepada publik. Kedekatan emosional ini kemudian berhasil membentuk partisipasi publik yang lebih luas untuk ikut bersolidaritas mendukung tuntutan 17+8, yang kebetulan juga didukung oleh tren *pop culture*. Sehingga bisa dikatakan, fenomena tersebut merupakan contoh dari perlawanan propaganda dengan menggunakan propaganda.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Inisial “G”, propaganda vertikal atau *white-washing* yang digunakan untuk menggeser fokus suatu substansi merupakan sebuah tantangan dalam dinamika gerakan sosial. Publik harus menguatkan narasi dan dapat memilih, siapa pihak yang ingin mereka percaya. Ia juga menyebutkan, fenomena semacam ini juga kerap ditemukan di beberapa negara dengan sistem demokrasi, salah satunya adalah Filipina. Ia menegaskan bahwa, dalam negara demokrasi, demonstrasi harusnya menjadi hal yang lumrah, sebab kekuasaan tertinggi berada di tangan rakyat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk sekaligus menggeser fokus publik terhadap gerakan sosial melalui konstruksi narasi dan simbol. Pada fase awal, simbol "Brave Pink and Hero Green" berfungsi sebagai representasi solidaritas, keberanian, dan identitas kolektif yang memperkuat dukungan masyarakat terhadap tuntutan gerakan sosial. Namun, seiring berkembangnya narasi yang menonjolkan sisi personal Ibu Ana serta dugaan afiliasi politik tertentu, perhatian publik bergeser dari substansi tuntutan menuju kontroversi figur yang menjadi simbol gerakan. Pergeseran tersebut menunjukkan adanya strategi propaganda politik yang memanfaatkan pengalihan perhatian melalui simbol, personalisasi isu, dan pembentukan opini publik. Berdasarkan analisis, teknik propaganda yang paling menonjol meliputi *name calling*, *card stacking*, *bandwagon*, serta *plain folks* yang digunakan dalam konteks berbeda untuk memengaruhi persepsi dan keterlibatan publik di media sosial.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena berfokus pada satu studi kasus sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan pada seluruh gerakan sosial di media digital. Selain itu, data

penelitian diperoleh dari observasi media sosial dan wawancara dengan jumlah informan yang terbatas sehingga dinamika propaganda pada platform digital lain belum sepenuhnya terakomodasi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek kajian pada berbagai gerakan sosial, melibatkan lebih banyak informan, serta membandingkan karakteristik propaganda pada berbagai platform media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi masyarakat, aktivis, media, dan pemangku kebijakan agar lebih kritis dalam menyikapi narasi yang berkembang di ruang digital sehingga perhatian publik tetap terarah pada substansi persoalan tanpa mudah terdistraksi oleh personalisasi figur maupun simbol yang dimanfaatkan dalam strategi propaganda politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bartlett, F. C. (1942). *Political propaganda*. Cambridge University Press.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Dinda, A. (2025). *17+8 tuntutan rakyat saat pink hijau menyulam perlawanan*. DW Indonesia. <https://www.dw.com/id/178-tuntutan-rakyat-saat-pink-hijau-menyulam-perlawanan/a-73866716>
- Ellul, J. (1965). *Propaganda: The formation of men's attitudes* (K. Kellen & J. Lerner, Trans.). Vintage Books.
- Ferrara, E. (2015). Measuring emotional contagion in social media. *PLOS ONE*, 10(11), Article e0142390. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0142390>
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2015). *Propaganda & persuasion* (6th ed.). SAGE Publications.
- Kamaruddin. (2013). *Paradigma kritis ilmu sosial dan komunikasi*. Modul MPK.
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., Schwieder, D., & Rich, R. F. (2000). Misinformation and the currency of democratic citizenship. *The Journal of Politics*, 62(3), 790–816.
- Leeper, T. J., & Slothuus, R. (2014). Political psychology. Dalam C. Reinemann (Ed.), *Political communication* (pp. 137–157). De Gruyter Mouton.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
-