

ABSTRAK

Fajar Baihaqi Faiz, 1218040019, Moefikasi Sebagai Strategi Politik Dalam Kontestasi Pemilihan Umum Presiden Tahun 2024

Perkembangan komunikasi politik digital melahirkan strategi kampanye berbasis budaya populer, salah satunya moefikasi, yaitu adaptasi estetika *moe* dari budaya pop Jepang ke dalam representasi visual aktor politik. Secara normatif, strategi elektoral idealnya berorientasi pada substansi, yaitu program, visi-misi, dan rekam jejak kandidat sebagai basis pertimbangan politik yang rasional. Namun yang terjadi, fenomena moefikasi yang populer disebut "*Gemoy Effect*" pada Pemilu Presiden 2024 justru menjadikan unsur hiburan visual sebagai *top of mind* pemilih, mengesampingkan substansi kebijakan. Kesenjangan antara ideal normatif dan realitas ini berisiko mendangkalkan wacana politik dan kualitas demokrasi elektoral, sehingga penting dikaji bagaimana strategi tersebut dikonstruksikan dan apa implikasinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses konstruksi dan penerapan strategi moefikasi dalam kampanye pasangan calon nomor urut 02 pada Pemilu Presiden 2024. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji berbagai faktor sosial, media, dan politik yang menjadikan strategi tersebut relevan dan strategis dalam konteks kampanye. Selanjutnya, penelitian ini menganalisis implikasi dari penerapan strategi tersebut terhadap pembentukan persepsi politik, keterlibatan emosional, serta sikap pemilih muda dalam Pemilu Presiden 2024.

Penelitian ini menggunakan kerangka Analisis Wacana Kritis (Fairclough & Wodak, 1997) yang diintegrasikan dengan pendekatan Multimodalitas (van Leeuwen & Kress, 2011). Sebagai pisau analisis digunakan Teori Perilaku Memilih, Strategi Politik Kampanye, Komunikasi Politik Digital, Mediatisasi Politik, Representasi Simbolik, Psikologi Politik dan *Affective Intelligence*, serta konsep *Moe Anthropomorphism* dan Konsumsi *Database* (Azuma, 2009; Galbraith, 2014) beserta prinsip *Kindchenschema/Baby Schema*.

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif-analitis melalui Analisis Wacana Kritis Multimodal, dengan data primer berupa konten resmi akun media sosial @gerindra dan @prabowo periode Oktober–Desember 2023, didukung data sekunder, serta triangulasi sumber untuk menjaga kredibilitas temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa moefikasi dikonstruksi secara *hybrid*, bermula dari tren organik "*gemoy*" yang kemudian diformalisasikan oleh tim kampanye. Strategi ini relevan secara strategis karena selaras dengan logika *attention economy* dan algoritma platform digital. Namun demikian, penerapannya berimplikasi pada pergeseran orientasi pemilih dari program menuju persona yang menghibur. Temuan ini mengonfirmasi bahwa moefikasi efektif secara elektoral, tetapi turut berkontribusi pada trivialisasi politik dan pendangkalan kualitas demokrasi.

Kata Kunci: Moefikasi, Strategi Politik, Analisis Wacana Kritis Multimodal, Pemilu Presiden 2024, Kualitas Demokrasi.