

ANALISIS PESAN TOKOH POLITIK LOKAL DI MEDIA SOSIAL TENTANG NILAI-NILAI JAWA DI KABUPATEN MALANG

Bambang Dwi Prasetyo^{1*}, Moch. Shobastian Mahendra Muchtar²
^{1,2}Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
Universitas Brawijaya
*Korespondensi: bambangdprasetyo@gmail.com

Submitted: 23 Oktober 2025, Revised: 9 Desember 2025, Accepted: 7 Januari 2026, Published: 1 Maret 2026

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis bagaimana tokoh politik lokal di Kabupaten Malang mengonstruksi nilai-nilai budaya Jawa melalui pesan politik di media sosial menggunakan teori Retorika Politik Aristoteles (*ethos, pathos, logos*). Masalah ini penting diteliti karena dinamika politik digital di Indonesia menunjukkan meningkatnya penggunaan simbol budaya sebagai strategi persuasi, khususnya pada masyarakat dengan identitas kultural yang kuat seperti Jawa. Dalam konteks tersebut, media sosial menjadi arena baru bagi politisi untuk membangun legitimasi melalui representasi budaya, namun praktik ini berpotensi mereduksi makna budaya menjadi sekadar komoditas politik. Pendekatan yang digunakan ialah kualitatif dengan metode analisis isi terhadap unggahan Instagram Aryo Seno Bagaskoro dan Rendra Masdrajad Safaat. Data diperoleh melalui observasi daring dan dokumentasi konten visual serta tekstual yang dianalisis melalui tahapan reduksi, kategorisasi, dan interpretasi makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai *andhap asor, rukun, gotong royong, dan tepa slira* direpresentasikan melalui strategi *ethos* (kredibilitas moral dan kesantunan), *pathos* (empati dan kedekatan emosional), serta *logos* (narasi rasional dan historis). Namun, terdapat pergeseran dari etos substansial menuju etos performatif, di mana simbol budaya digunakan untuk membentuk citra politik. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial berperan sebagai ruang retorika politik kultural yang menegosiasikan tradisi dan modernitas dalam politik digital.

Kata kunci: komunikasi politik, retorikan politik, figur politik, nilai jawa

ABSTRACT

This study explores how local political figures in Malang Regency construct Javanese cultural values through political messages on social media, analyzed using Aristotle's Political Rhetoric framework of ethos, pathos, and logos. The issue is significant given the dynamics of Indonesian digital politics, where cultural symbols increasingly serve as persuasive strategies, especially in communities with strong cultural identities such as the Javanese. Social media has become a key arena for politicians to build legitimacy through cultural representation, though this practice risks reducing cultural meaning into political commodity. Using a qualitative approach, the research applies content analysis to Instagram posts of Aryo Seno Bagaskoro and Rendra Masdrajad Safaat. Data were obtained through online observation and documentation of visual and textual content, then analyzed through reduction, categorization, and interpretation. Findings show that values of andhap asor, rukun, gotong royong, and tepa slira are represented through rhetorical strategies: ethos (moral credibility and politeness), pathos (empathy and emotional closeness), and logos (rational and historical narratives). Yet a shift occurs from substantial ethos to performative ethos, where cultural symbols are instrumentalized to construct political imagery. This study concludes that social media functions as a space of cultural political rhetoric, negotiating tradition and modernity within digital politics.

Keywords: political communication, political rhetoric, political figure, javanese value.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menghadirkan perubahan mendasar dalam pola komunikasi politik di Indonesia. Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi politik, tetapi juga menjadi ruang simbolik di mana citra, nilai, dan identitas politik dikonstruksikan. Pada era politik digital, tokoh politik memanfaatkan media sosial untuk menjalin kedekatan dengan publik melalui pesan-pesan yang dikemas secara visual, naratif, maupun simbolik. Strategi ini memperlihatkan pergeseran paradigma komunikasi politik dari sekadar komunikasi satu arah menjadi

komunikasi interaktif yang menekankan nilai personal, emosional, dan kultural (Perloff, 2018). Dalam konteks ini, media sosial menjadi wadah penting bagi tokoh politik lokal di Kabupaten Malang Jawa Timur untuk menampilkan jati diri dan nilai-nilai budaya yang merepresentasikan masyarakat setempat.

Kabupaten Malang dikenal sebagai daerah dengan akar budaya Jawa yang kuat, di mana nilai-nilai seperti *tepo seliro* (tenggang rasa), *gotong royong* (kerja sama), dan *andhap asor* (rendah hati) masih menjadi pedoman dalam kehidupan sosial masyarakat (Arnaboldi & Diaz Lema, 2022). Nilai-nilai tersebut seringkali diadaptasi oleh tokoh politik dalam komunikasi publiknya sebagai upaya membangun citra kepemimpinan yang berkarakter dan berakar pada budaya lokal. Dalam ranah komunikasi politik, tindakan ini dapat dipahami sebagai bentuk *political branding* berbasis budaya, di mana nilai-nilai tradisional digunakan untuk memperkuat kredibilitas dan legitimasi sosial seorang tokoh. Namun demikian, bagaimana nilai-nilai tersebut dikonstruksi dalam pesan politik, serta bagaimana unsur retorika digunakan dalam penyampaian, masih jarang dikaji secara mendalam terutama di tingkat politik lokal. Selain itu, praktik tersebut juga mengandung kompleksitas tersendiri. Penggunaan nilai-nilai budaya dalam komunikasi politik berpotensi bergeser dari makna substansial menjadi alat simbolik yang dimanfaatkan untuk kepentingan elektoral. Di titik inilah analisis kritis dibutuhkan untuk memahami bagaimana pesan politik dikonstruksi dan dimediasi melalui media sosial, serta bagaimana unsur-unsur retorika seperti *ethos*, *pathos*, dan *logos* digunakan untuk mengartikulasikan nilai-nilai Jawa dalam konteks modernitas politik (Dai & Kustov, 2022). Penelitian ini memandang bahwa analisis konten dengan pendekatan teori retorika politik dapat mengungkap bukan hanya apa yang dikatakan oleh tokoh politik, tetapi juga bagaimana dan mengapa pesan tersebut disusun dengan cara tertentu untuk membangun citra dan memengaruhi persepsi publik.

Teori retorika politik yang dikembangkan oleh Aristoteles memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk menganalisis fenomena ini. Aristoteles mengemukakan tiga komponen utama retorika: *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* mengacu pada kredibilitas pembicara atau karakter yang ingin ditampilkan; *pathos* berhubungan dengan kemampuan pembicara membangkitkan emosi audiens; sedangkan *logos* menekankan pada kekuatan logika dan argumentasi dalam pesan (Blumenau & Lauderdale, 2024). Dalam konteks media sosial, ketiga unsur ini dapat ditemukan dalam berbagai bentuk pesan, baik melalui teks, gambar, video, maupun simbol-simbol budaya yang digunakan oleh tokoh politik. Retorika politik di platform digital tidak hanya berfungsi sebagai alat persuasi, tetapi juga sebagai mekanisme strategis untuk membangun identitas kultural, mengukuhkan legitimasi sosial, serta menciptakan kedekatan emosional antara tokoh politik dan masyarakat. Melalui kurasi citra, pemilihan simbol, dan narasi yang dikonstruksi secara visual maupun verbal, politisi dapat menegosiasikan nilai tradisional dengan tuntutan komunikasi politik modern, sehingga media sosial menjadi ruang artikulasi baru bagi produksi makna dan representasi budaya dalam ranah politik kontemporer.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan media sosial dalam komunikasi politik, seperti strategi kampanye digital, citra tokoh, dan interaksi politik daring (Riedl et al., 2023). Namun, penelitian yang menyoroti integrasi antara retorika politik dan nilai budaya lokal masih terbatas. Padahal, dalam masyarakat yang sarat dengan identitas kultural seperti Jawa, penggunaan simbol budaya dalam komunikasi politik memiliki kekuatan persuasif yang signifikan. Tokoh politik yang mampu mengartikulasikan nilai-nilai budaya lokal melalui pesan digital dapat membangun legitimasi moral dan kedekatan emosional dengan publik. Berdasarkan latar tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan tokoh politik lokal di media sosial dalam mengangkat nilai-nilai Jawa di Kabupaten Malang dengan menggunakan teori retorika politik Aristoteles dan metode analisis isi kualitatif. Melalui analisis ini, penelitian berupaya mengungkap bagaimana strategi *ethos*, *pathos*, dan *logos* digunakan untuk merepresentasikan nilai-nilai budaya Jawa, serta bagaimana pesan-pesan tersebut berkontribusi pada pembentukan citra politik kultural di ranah digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi politik berbasis budaya dan memperluas pemahaman tentang fungsi media sosial sebagai ruang retorika politik kultural di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa retorika politik memiliki peran sentral dalam membentuk citra, legitimasi, dan identitas politik melalui bahasa yang berakar pada nilai budaya masyarakat. Studi yang dilakukan oleh Finlayson (2006) telah menyoroti bagaimana politisi menggunakan metafora dan simbol budaya untuk menanamkan nilai moral dan kedekatan emosional dengan publik. Temuan ini diperkuat oleh Turnbull (2017) yang menjelaskan bahwa retorika politik merupakan praktik diskursif yang berfungsi mereproduksi ideologi serta relasi kekuasaan melalui penggunaan bahasa yang tampak netral namun sarat makna sosial. Di konteks Indonesia, penelitian Anderson (1990) mengungkap bahwa simbol budaya sering dimanfaatkan oleh tokoh politik untuk membangun kepercayaan publik dan meneguhkan legitimasi kepemimpinan. Gede Agung et al. (2024) menambahkan bahwa praktik tersebut termasuk dalam bentuk retorika moral yang memanfaatkan kearifan lokal sebagai strategi komunikasi etis dan persuasif.

Secara teoretis, penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas retorika politik tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya yang menjadi dasar pemaknaan publik terhadap pesan politik. Retorika politik tidak berdiri dalam ruang hampa, melainkan beroperasi dalam sistem nilai, simbol, dan norma sosial yang membentuk cara masyarakat memahami makna kepemimpinan dan kekuasaan. Aristoteles dalam Rhetoric menempatkan *ethos*, *pathos*, dan *logos* sebagai tiga prinsip utama yang menjadi fondasi efektivitas persuasi. Dalam konteks modern, konsep ini tidak hanya dipahami sebagai teknik komunikasi verbal, tetapi juga sebagai strategi simbolik yang memungkinkan seorang politisi menyesuaikan gaya bicara, narasi, dan ekspresi emosionalnya dengan harapan budaya audiens. *Ethos* menjadi alat untuk membangun kredibilitas moral, *pathos* digunakan untuk menciptakan resonansi emosional yang menggerakkan publik, sedangkan *logos* memperkuat rasionalitas dan legitimasi kebijakan yang disampaikan. Arnaboldi & Diaz Lema (2022) kemudian memperluas kerangka ini dengan menegaskan bahwa setiap pesan politik akan lebih efektif jika berakar pada sistem nilai dan tradisi masyarakatnya. Retorika yang menyesuaikan diri dengan budaya akan lebih mudah diterima karena menciptakan kesan autentik dan relevan secara sosial. Dalam pandangan ini, retorika politik tidak hanya berfungsi untuk meyakinkan, tetapi juga untuk mempertahankan struktur makna dan ideologi yang hidup dalam masyarakat. Oleh karena itu, retorika politik dapat dipahami sebagai sarana ideologis yang memanfaatkan nilai budaya untuk membangun moralitas publik, memperkuat solidaritas sosial, dan meneguhkan kekuasaan simbolik pemimpin dalam ruang publik yang dinamis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) yang difokuskan pada representasi pesan politik lokal dalam media sosial (Schreier, 2012). Untuk memahami bagaimana pesan-pesan tersebut dibentuk dan dikomunikasikan, penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Analisis isi memungkinkan peneliti menelaah makna yang terkandung dalam teks, simbol, maupun visual di media sosial dengan menelusuri tema, pola, dan kategori tertentu yang berkaitan dengan nilai-nilai Jawa (Barberá et al., 2024). Melalui metode ini, setiap unggahan tokoh politik dianalisis berdasarkan konten verbal (seperti *caption* dan narasi) serta nonverbal (seperti foto, gestur, pakaian adat, dan simbol budaya).

Tahapan analisis meliputi identifikasi tema budaya Jawa yang muncul, kategorisasi pesan berdasarkan bentuk retorika politik, dan interpretasi makna pesan menggunakan kerangka *ethos-pathos-logos*. Pendekatan analisis isi kualitatif digunakan karena memberikan fleksibilitas dalam memahami konteks budaya dan simbolik dari pesan yang disampaikan. Berbeda dengan analisis isi kuantitatif yang menekankan frekuensi kemunculan kata atau simbol, analisis isi kualitatif berfokus pada *meaning-making process* yaitu bagaimana pesan dibangun, dimaknai, dan diinterpretasikan dalam konteks sosial-budaya tertentu (Anderson, 1990). Dengan demikian, metode ini relevan untuk menelusuri dimensi retorika politik yang bersifat naratif, kontekstual, dan simbolik.

Objek penelitian adalah unggahan Instagram dua tokoh politik muda di Kabupaten Malang: Aryo Seno Bagaskoro dan Rendra Masdrajad Safaat, yang aktif menggunakan platform digital untuk menyampaikan gagasan dan nilai-nilai kepemimpinan yang masih bernilai budaya Jawa. Data dikumpulkan melalui observasi daring (*online observation*) dan dokumentasi unggahan dari Januari

hingga Agustus 2025. Setiap unggahan dikategorikan berdasarkan dua komponen utama: (1) dimensi visual (tampilan tokoh, atribut, ekspresi, latar kegiatan), dan (2) dimensi tekstual (caption, gaya bahasa, narasi, dan simbol lokal).

Tabel 1. Informasi Tokoh Politik kabupaten Malang

No.	Tokoh Politik	Jabatan	Analisis
1	Seno Aryo Bagaskoro	Politisi Jawa Timur dan Juru Kampanye Bupati Kab. Malang 2024	Secara visual & tekstual
2	Rendra Masdrajad Safaat	Mantan Bupati Malang Periode 2010-2015 dan Anggota DPRD Kota Malang Periode 2024-2029	Secara visual & tekstual

Sumber: Akun Instagram @senobagaskoro & @rendra.m.s, 2025

Tabel 2. Identifikasi Item Konten Instagram

No.	Tokoh	Akun	Pranala Konten
1	Seno Aryo Bagaskoro	@senobagaskoro	Sumber: https://11nk.dev/10Pct
			Sumber: https://11nk.dev/XMroO
			Sumber: https://acesse.one/CqPRu
			Sumber: https://acesse.one/lkKv2
			Sumber: https://11nk.dev/DOFw7
			Sumber: https://11nk.dev/i2HLM
			Sumber: https://acesse.one/6SYgk
			Sumber: https://11nk.dev/lBDuO
			Sumber: https://acesse.one/qh2D4
			Sumber: https://11nk.dev/yVzOA
2	Rendra Masdrajad Safaat	@rendra.m.s	Sumber: https://acesse.one/XeETH
			Sumber: https://11nk.dev/lGjao
			Sumber: https://11nk.dev/TwgUF
			Sumber: https://11nk.dev/UVukP
			Sumber: https://11nk.dev/W9NQ3
			Sumber: https://11nk.dev/cegXO

Sumber:
<https://l1nk.dev/NwpXw>

Sumber:
<https://l1nk.dev/UyT08>

Sumber: Akun Instagram @senobagaskoro & @rendra.m.s, 2025

Analisis dilakukan dengan menggunakan teori Retorika Politik Aristoteles yang memandang komunikasi politik sebagai seni persuasi melalui tiga elemen utama: *etos*, *pathos*, dan *logos*. Nilai-nilai budaya Jawa digunakan sebagai *cultural frame* untuk membaca makna lokal dalam praktik komunikasi politik tersebut (Finlayson, 2006). Seperti yang ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Teori Retorika Politik

No.	Elemen	Definisi
1	Ethos	dimensi retorika yang berkaitan dengan karakter dan kredibilitas pembicara. Aristoteles menekankan bahwa persuasi paling kuat terjadi ketika audiens mempercayai pembicara, bukan hanya argumennya. Dengan kata lain, etos membangun kepercayaan moral (<i>moral trust</i>) antara komunikator dan khalayak.
2	Pathos	dimensi retorika yang berhubungan dengan pengelolaan emosi audiens. Aristoteles berpendapat bahwa seorang komunikator yang efektif bukan hanya meyakinkan pikiran pendengar, tetapi juga menggerakkan perasaan mereka.
3	Logos	dimensi yang menekankan kekuatan argumentasi, bukti, dan penalaran logis. Aristoteles memandang logos sebagai dasar rasional dari persuasi: komunikasi yang efektif harus mengandung alasan yang dapat dipahami dan diterima secara intelektual oleh audiens.

Sumber: Finlayson, 2006

Proses analisis dilakukan melalui empat tahap yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu pemilihan dan penyederhanaan data yang relevan dengan fokus retorika politik dan nilai budaya Jawa. Tahap kedua, kategorisasi, dilakukan dengan mengelompokkan data ke dalam matriks *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang disesuaikan dengan nilai-nilai seperti *andhap asor*, *rukun*, dan *tepa slira*. Tahap ketiga, interpretasi makna, menelusuri keterkaitan antara teks, konteks sosial, dan citra politik yang dibangun oleh tokoh. Tahap terakhir, verifikasi dan penarikan kesimpulan, dilakukan melalui pemeriksaan silang antara pesan visual dan verbal guna memastikan konsistensi makna. Keempat tahap ini membentuk alur analisis yang komprehensif dalam memahami bagaimana retorika politik lokal bekerja sebagai konstruksi makna dan representasi nilai budaya Jawa di media sosial.

Tabel 4. Hasil Analisis Data Seno Aryo Bagaskoro

No.	Nilai Budaya Jawa	Keterangan
1	Andhap Asor	Ungkapan “Maturnuwun Ketua @fx.rudyatmo atas kesempatannya” mencerminkan nilai <i>andhap asor</i> , yaitu sikap rendah hati dan menghormati orang yang lebih tua atau lebih berpengalaman. Dalam budaya Jawa, hal ini menunjukkan kesantunan dan tata krama seorang pemimpin muda terhadap tokoh senior (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
	Gotong Royong	Pernyataan “bertemu energi-energi baru, pikiran-pikiran muda yang progresif dalam memperjuangkan gagasan dan cita-cita partai” menunjukkan semangat

		kolektif untuk membangun bersama (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
2	Andhap Asor	Ungkapan “Maturnuwun, Mas” menunjukkan bentuk penghormatan dan kesantunan khas budaya Jawa. Aryo tidak menampilkan diri secara hierarkis meski sama-sama figur publik; ia justru menegaskan posisi yang sopan dan penuh rasa hormat terhadap Ganjar Pranowo (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
	Rukun	Frasa “Gayeng dengan Mas Ganjar. Dua jam ngobrol tidak pernah terasa lama. Selalu full power dan full senyum.” menggambarkan suasana akrab, hangat, dan egaliter. Dalam budaya Jawa, rukun bermakna menjaga hubungan harmonis dengan siapa pun tanpa menonjolkan perbedaan status sosial (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
3	Ngajeni	Ungkapan “sowan dan gegayengan bareng Gus @noe.sabrang” serta penyebutan “pitutur-pitutur Mbah Emha Ainun Nadjib terus hidup” memperlihatkan bentuk penghormatan khas budaya Jawa terhadap sosok yang lebih tua dan dianggap berilmu (sepuh). Dalam tradisi Jawa, ngajeni berarti menempatkan diri dengan sopan di hadapan orang yang lebih berpengalaman dan memiliki kebijaksanaan hidup (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
	Laku	Pernyataan seperti “Maiyah turut membentuk saya di awal mula perjalanan mencari jati diri pemikiran” dan “nilai-nilai kehidupan: benar dan salah, baik dan buruk, indah dan tidak” mencerminkan konsep laku, yaitu perjalanan batin dan proses pembelajaran moral yang berkesinambungan dalam budaya Jawa (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
4	Andhap Asor	Ungkapan “Sowan Pak Gubernur @pramonoanungw” dan “Maturnuwun, Pak Gubernur” merefleksikan bentuk penghormatan yang tulus. Dalam budaya Jawa, andhap asor berarti menempatkan diri secara rendah hati tanpa kehilangan martabat, terutama terhadap sosok yang lebih senior atau berpengalaman.
	Wani Ngalah	Kalimat “Saya tak henti-henti banyak belajar dari Mas Pram” dan pengakuan terhadap kemampuan adaptasi Pramono Anung menunjukkan sikap wani ngalah yaitu keberanian untuk menempatkan ego di posisi kedua demi memperoleh ilmu dan pengalaman (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
5	Ngajeni	Ungkapan “suatu kehormatan dapat sowan ke kediaman Ibu Bangsa, Ibu Megawati Soekarnoputri” menunjukkan sebuah bentuk penghormatan mendalam kepada sosok yang dianggap lebih tua, lebih bijaksana, dan memiliki jasa besar. Dalam budaya Jawa, ngajeni berarti menempatkan diri dengan penuh rasa hormat dan kesopanan kepada

		pihak yang memiliki kedudukan tinggi, baik secara sosial maupun moral. Frasa “suasananya hangat, penuh perjumpaan yang bermakna” serta ucapan “selamat berlebaran, selamat menyambut kemenangan” menunjukkan semangat menjaga keharmonisan, baik dalam konteks personal maupun sosial. Dalam falsafah Jawa, rukun berarti membangun hubungan yang harmonis antar generasi dan kelompok sosial. Tradisi nyekar merupakan wujud konkret dari eling yang merupakan kesadaran akan asal-usul, jasa para leluhur, dan makna keberlanjutan hidup. Kalimat “mendapat kehormatan kebersamai Ibu Megawati Soekarnoputri nyekar ke makam Bung Karno” mengandung makna penghormatan kepada tokoh pendiri bangsa sekaligus refleksi ideologis untuk tetap setia pada nilai perjuangan (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).
6	Rukun	
	Eling lan Ngelingke	
	Tepa Sliro	Ungkapan “perjalanan satu hari yang penuh kedalaman spiritual, juga renungan tentang ketetapan tekad” menunjukkan sikap introspektif khas Jawa. Tepa slira berarti menempatkan diri dalam perasaan dan pengalaman orang lain yang dalam konteks ini, memahami perjuangan Bung Karno dengan hati dan ketulusan. Konteks “mendapat kehormatan bersilaturahmi dan ngopi sore bersama Ibu Sukmawati, Eyang Guruh Sukarno, dan Mas Putera Soekarno” menunjukkan sikap hormat dan rendah hati kepada para sesepuh serta tokoh senior keluarga besar Soekarno.
7	Andhap Asor	
	Rukun	Suasana halal bi halal dan ngopi sore dengan penuh tawa serta cerita ringan menggambarkan semangat rukun yaitu menjaga harmoni dalam hubungan sosial.
8	Gotong Royong	Frasa “bergotong royong membersihkan Kebun Raya Mangrove Wonorejo” secara eksplisit merepresentasikan nilai gotong royong sebagai inti etika sosial Jawa. Dalam pandangan Jawa, gotong royong bukan sekadar aktivitas fisik bersama, tetapi simbol solidaritas dan kesadaran kolektif untuk menciptakan keseimbangan sosial.
	Tepa Sliro	Keterlibatan langsung dalam kegiatan lingkungan menunjukkan bentuk tepo seliro yang berarti kepedulian terhadap sesama makhluk dan berarti. Dalam budaya Jawa, tindakan menjaga kebersihan dan keseimbangan alam mencerminkan kesadaran moral dan sosial bahwa manusia harus eling lan waspada terhadap lingkungannya (Sri Harsantik & Khusumadewi, 2025).

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Tabel 5. Hasil Analisis Data Rendra Masdrajad Safaat

No.	Nilai Budaya Jawa	Keterangan
1	Laku Dana	Melalui tindakan “berbagi uang dengan cara menyelinapkan di tempat tersembunyi,” Rendra mengaktualisasikan nilai laku dana, ajaran moral Jawa yang menekankan pentingnya memberi tanpa pamrih. Tindakan ini menunjukkan bentuk sedekah yang kreatif, menyenangkan, dan mengandung unsur kejutan positif bagi masyarakat.
	Andhap Asor	Penyebutan “ide dari team Kawan Jiren yang saya dukung” menunjukkan nilai andhap asor, yaitu kerendahan hati dalam mengakui kontribusi orang lain dan tidak menonjolkan diri sebagai pusat perhatian. Nilai ini memperkuat kesan bahwa Rendra bukan hanya pemimpin yang memberi, tetapi juga kolaboratif dan menghargai inisiatif tim serta masyarakatnya.
2	Tanggap Cepat	Ungkapan “cepat tanggap, sat, set, wat, wet” merepresentasikan nilai cepat tanggap yang dalam budaya Jawa berakar pada prinsip tanggap ing sasmita, peka terhadap situasi dan kebutuhan masyarakat tanpa harus menunggu perintah. Dalam konteks kepemimpinan Jawa, sifat ini menunjukkan kemampuan seorang pemimpin untuk ngayomi (melindungi) dan ngemong (membimbing) masyarakat dengan kepekaan terhadap masalah publik.
	Gotong Royong	Pernyataan “terimakasih kawan kawan dari dishub, semangat berkolaborasi untuk Malang lebih baik lagi” mencerminkan nilai gotong royong, yaitu kerja bersama untuk kebaikan bersama. Dalam budaya Jawa, gotong royong bukan hanya aktivitas fisik, tetapi juga ekspresi moral tentang solidaritas dan tanggung jawab sosial.
3	Sabara Lan Nrimo	Ungkapan “sebesar apapun bebannya jika kita bisa tenang, pasti menghadapi dan memusnakan” mencerminkan nilai sabar lan nrimo, yaitu sikap menerima dan menghadapi kesulitan hidup dengan ketenangan batin serta keyakinan pada takdir. Dalam filosofi Jawa, nrimo ing pandum bukan berarti pasrah tanpa usaha, melainkan menerima kenyataan dengan lapang hati sembari terus berikhtiar.
	Andhap Asor	Ajakan seperti “curhat ya oleh, laporan ya monggo” menunjukkan nilai andhap asor, yakni kerendahan hati dan keterbukaan pemimpin terhadap rakyatnya. Dalam budaya Jawa, pemimpin yang andhap asor tidak menempatkan diri di atas masyarakat, melainkan sebagai pelayan publik yang siap mendengar dan membantu.
4	Guyub lan Gayeng	Ungkapan ringan “Ubur-ubur ikan lele, sing semangat le” mencerminkan nilai guyub lan gayeng, yakni semangat kebersamaan yang disertai

		keceriaan khas masyarakat Jawa. Nilai ini menekankan pentingnya menjaga hubungan harmonis melalui humor, spontanitas, dan kehangatan dalam berinteraksi.
	Andhap Asor	Kehadiran Rendra yang berbaur dengan pemuda dalam suasana non-formal menggambarkan nilai andhap asor, sikap rendah hati dan menghargai sesama tanpa membedakan status sosial. Ia tidak tampil dominan, tetapi justru menjadi bagian dari komunitas, memperlihatkan kepemimpinan yang partisipatif dan inklusif.
5	Tepa Selira	Ungkapan “berharap bisa menjadi harapan, bagi setiap yang mendapatkan” menonjolkan nilai tepa selira, yaitu kemampuan merasakan dan memahami kebutuhan orang lain. Nilai ini menekankan pentingnya empati sosial sebagai wujud kemanusiaan yang luhur dalam budaya Jawa.
	Gotong Royong	Pernyataan “selalu berusaha untuk melakukan perbaikan” mencerminkan nilai gotong royong, semangat bekerja bersama demi kebaikan bersama. Dalam konteks sosial, hal ini memperlihatkan bahwa gerakan yang dilakukan bukan hanya inisiatif pribadi, tetapi ajakan kolektif untuk peduli terhadap pendidikan.
6	Urip Iku Urup	Ungkapan “hidup itu menyala, dengan memberi cahaya bisa memberi kebermanfaatan” menegaskan filosofi urip iku urup, yang berarti kehidupan manusia harus membawa terang bagi orang lain, bukan hanya untuk kepentingan pribadi.
	Laku Utama	Kalimat “manfaat bukan hanya soal uang, tapi perilaku dan perbuatan” mencerminkan nilai laku utama, yaitu perilaku berbudi luhur yang menjadi tolok ukur kemuliaan seseorang dalam budaya Jawa.
7	Nasionalisme Lokal	Pemilihan pakaian adat Malang mencerminkan nilai ajining diri saka lathi, ajining nagara saka busana dalam artian bahwa kehormatan seseorang dan bangsanya tercermin dari tutur kata serta cara menghormati tradisi. Dalam konteks ini, Rendra menegaskan identitas kulturalnya sebagai bagian dari masyarakat Jawa Timur, khususnya Malang, dengan menunjukkan rasa bangga terhadap warisan budaya daerah.
	Rukun lan Tanggap ing Sasmita	Ucapan “Dirgahayu Kota Malang ke-111” yang disampaikan secara formal namun hangat menandakan sikap rukun lan tanggap ing sasmita, menjaga keharmonisan dan kepekaan terhadap momentum sosial.
8	Andhap Asor	Rendra duduk berdiskusi secara sejajar dengan mahasiswa, bukan dalam posisi menggurui, tetapi cangkruk bareng (ngobrol santai). Dalam budaya Jawa, andhap asor berarti merendahkan diri tanpa

9		kehilangan wibawa, dan menghargai lawan bicara tanpa memandang usia atau status sosial.
	Tepa Selira	Kalimat “seru, bangga, bahagia, dapat berdiskusi dan semoga bisa memberi inspirasi” memperlihatkan rasa empati dan kepedulian terhadap generasi muda. Nilai tepa selira mengandung makna memahami orang lain dengan menempatkan diri pada posisi mereka.
	Guyub Rukun	Pernyataan “acarnya khidmat, tapi meriah, menjadi pertemuan antara orang dewasa, remaja, dan anak-anak” menggambarkan suasana guyub rukun, yaitu kebersamaan lintas usia dan status sosial dalam satu ruang komunal.
	Memayu Hayuning Bawono	Tradisi Bersih Desa pada dasarnya mengandung makna memayu hayuning bawono, yaitu menjaga keseimbangan antara manusia, alam, dan dunia spiritual agar kehidupan tetap selaras.
10	Rukun	Deskripsi tentang “suasana yang hangat dan penuh kekeluargaan” serta “mempererat tali silaturahmi antar warga” jelas menggambarkan nilai rukun, yaitu menjaga keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam budaya Jawa, rukun merupakan prinsip utama agar kehidupan sosial berjalan selaras, baik dalam ranah spiritual, sosial, maupun politik.
	Eling lan Waspada	Frasa “penuh rasa syukur”, “membangun ketenangan hati”, dan “memperdalam ilmu agama” mencerminkan nilai eling lan waspada, yakni kesadaran spiritual untuk selalu mengingat Tuhan dan berhati-hati dalam menjalani hidup. Nilai ini menegaskan bahwa ketenangan dan keselarasan hidup diperoleh melalui keseimbangan antara hubungan manusia dengan Tuhan (hablun minallah) dan dengan sesama (hablun minannas).

Sumber: Olah Data Peneliti, 2025

Kedua tabel hasil analisis data dari Seno Aryo Bagaskoro dan Rendra Masdrajad Safaat memperlihatkan bagaimana nilai-nilai budaya Jawa seperti *andhap asor*, *gotong royong*, *rukun*, *tepa selira*, dan *ngajeni* direpresentasikan melalui praktik retorika politik berbasis etos, patos, dan logos. Secara teoritik, konsep etos tampak dari sikap rendah hati dan penghormatan tokoh terhadap senioritas sosial; patos muncul dari ekspresi emosional dan empati sosial dalam kegiatan kebersamaan; sedangkan logos terlihat melalui rasionalitas moral yang menautkan tindakan sosial dengan kebijaksanaan lokal. Dengan demikian, nilai-nilai budaya Jawa berfungsi sebagai kerangka etika yang memperkuat kredibilitas moral dan legitimasi simbolik komunikasi politik di ruang digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap data visual dan tekstual menunjukkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh Aryo Seno Bagaskoro dan Rendra Masdrajad Safaat beroperasi dalam kerangka retorika politik yang berakar kuat pada tradisi budaya Jawa. Dengan menggunakan teori Retorika Politik Aristotelian, penelitian ini menafsirkan bagaimana elemen *ethos*, *pathos*, dan *logos* bekerja tidak hanya sebagai perangkat linguistik tetapi juga sebagai konstruksi simbolik dan performatif yang hadir melalui teks dan visual. Dalam konteks ini, komunikasi politik di media sosial menjadi arena di mana persuasi tidak lagi ditentukan oleh kekuatan argumentasi semata, melainkan oleh kemampuan membangun kredibilitas moral, resonansi emosional, dan rasionalitas tindakan melalui kombinasi kata,

gestur, serta representasi nilai budaya (Finlayson, 2022; Theocharis et al., 2023).

Hasil koding tekstual menunjukkan adanya tiga pola utama yang relevan dengan kerangka teori Aristotelian. Pertama, penggunaan ungkapan kesantunan seperti *maturnuwun*, *sowan*, dan *ngajeni* menandakan konstruksi *ethos*, di mana pembicara membangun kredibilitasnya melalui citra moral yang sesuai dengan prinsip unggah-ungguh Jawa. Pola ini tampak dominan pada unggahan Aryo Seno Bagaskoro yang secara konsisten menempatkan dirinya sebagai figur muda yang rendah hati dan menghormati senioritas politik. Kedua, ekspresi pengalaman personal seperti “*belajar dari pitutur Mbah Emha Ainun Nadjib*” atau “*merenungkan nilai perjuangan Bung Karno*” menunjukkan kerja *logos* dalam bentuk rasionalitas moral dan historis. Narasi tersebut menghadirkan logika kepemimpinan yang menautkan ideologi nasional dengan kebijaksanaan lokal, sehingga pesan politiknya memperoleh legitimasi intelektual dan etis. Ketiga, penggunaan bahasa ringan, ajakan partisipatif, serta humor sehari-hari seperti “*curhat ya oleh*” dan “*sing semangat le*” memperlihatkan dominasi *pathos*, yang memperkuat hubungan emosional antara tokoh dan publik. Pada konteks ini, Rendra Masdrajad Safaat menampilkan model komunikasi politik yang lebih partisipatif dan populis, mengandalkan keakraban dan kesetaraan sosial sebagai strategi persuasi.

Koding visual memperdalam pemahaman tentang bagaimana dimensi retorika bekerja secara simbolik. Aryo sering muncul dalam pakaian formal, berpose bersama tokoh senior seperti Megawati Soekarnoputri, atau berada dalam setting ritual seperti ziarah ke makam Bung Karno. Secara semiotik, visual tersebut memperkuat *ethos* karena menegaskan moralitas, kesantunan, dan kontinuitas ideologis. Pada saat yang sama, unsur *logos* hadir melalui penggambaran aktivitas yang rasional dan berorientasi pada refleksi, sehingga memperkuat narasi kepemimpinan yang bijak dan terdidik. Sebaliknya, Rendra lebih sering menampilkan diri dalam konteks sosial yang inklusif, seperti kegiatan gotong royong, bersih desa, dan interaksi santai dengan masyarakat. Visual ini memperlihatkan aktualisasi *pathos* yang kuat karena menghadirkan emosi kebersamaan, serta memperluas *logos* dalam bentuk tindakan sosial yang konkret dan pragmatis. Melalui pendekatan ini, retorika tidak lagi berada di ruang simbolik yang statis, tetapi berubah menjadi praktik sosial yang dapat diamati dan divisualisasikan.

Dalam perspektif teoretis, hasil analisis memperlihatkan bahwa ketiga elemen utama retorika Aristotelian saling berinteraksi dalam konteks budaya Jawa. *Ethos* tidak hanya dibangun melalui kredibilitas personal, tetapi juga melalui legitimasi moral yang diperoleh dari penguasaan nilai-nilai lokal seperti *andhap asor*, *eling lan ngelingke*, dan *ngajeni*. *Pathos* berfungsi sebagai instrumen empatik yang menyalurkan energi sosial berbasis nilai *rukun*, *guyub*, dan *tepa slira*, sehingga menciptakan resonansi emosional antara pemimpin dan masyarakat. Sementara *logos* tidak lagi terbatas pada penalaran logis dalam argumentasi verbal, tetapi juga hadir dalam tindakan nyata yang dapat ditafsirkan sebagai bukti moral dan sosial. Dengan demikian, teori retorika politik dalam konteks ini tidak berhenti pada struktur bahasa, tetapi berkembang menjadi teori tindakan yang mencakup ekspresi visual, simbolik, dan kultural (Schaafsma et al., 2021). Keterpaduan antara teks dan visual mengungkapkan bahwa retorika politik di ruang digital menampilkan dua model persuasi yang berbeda. Aryo lebih menonjol dalam retorika moralitas dan intelektualitas, yang merepresentasikan *ethos-logos* sebagai dasar pembentukan citra kepemimpinan reflektif dan berakar pada nilai ideologis. Sebaliknya, Rendra mempraktikkan retorika empati sosial yang berbasis *pathos-logos*, dengan menekankan partisipasi, kedekatan emosional, dan keberpihakan pada kehidupan sehari-hari masyarakat. Dua model ini bukan antagonistik, tetapi saling melengkapi dalam membentuk wacana politik yang adaptif terhadap lanskap komunikasi digital yang menuntut keseimbangan antara kedalaman moral dan keterlibatan publik (DePaula et al., 2018; Silva et al., 2019).

Namun, analisis kritis terhadap praktik ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Jawa, meskipun berfungsi sebagai fondasi etika dalam komunikasi politik, juga dapat mengalami komodifikasi dalam ranah digital (Barberá et al., 2024; Cervi et al., 2023). Repetisi simbol seperti kesantunan, religiusitas, dan gotong royong yang divisualisasikan secara berlebihan berisiko mengubah nilai menjadi estetika moral, di mana *ethos* tidak lagi mewakili keaslian karakter, melainkan representasi yang dikurasi untuk kepentingan citra (Cho et al., 2024; Gede Agung et al., 2024). Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dari substantive *ethos* menuju performative *ethos*, yaitu bentuk kredibilitas yang dibangun melalui simbol, narasi visual, dan afeksi publik ketimbang integritas nyata. Dari sudut pandang teori Retorika Politik, hasil ini memperkaya pemahaman tentang evolusi

persuasi dalam konteks budaya dan media digital. Retorika Aristotelian yang semula berbasis lisan dan argumentatif kini bertransformasi menjadi retorika multimodal yang bersandar pada estetika visual, partisipasi emosional, dan nilai-nilai lokal (De Bruycker & Rooduijn, 2021; Rakhmani & Saraswati, 2021). Dalam konteks budaya Jawa, proses ini menegaskan bahwa persuasi politik tidak dapat dipisahkan dari moralitas sosial yang mengatur hubungan antarindividu. Namun, pendekatan ini juga menuntut kesadaran kritis agar nilai-nilai budaya tidak hanya berfungsi sebagai alat legitimasi simbolik, melainkan tetap menjadi landasan etika publik yang memandu perilaku politik secara substantif (Ceccobelli & Di Gregorio, 2022; Zaid et al., 2022).

Penting untuk menegaskan bahwa praktik komunikasi politik lokal di era digital tidak dapat dilepaskan dari proses mediasi budaya yang kompleks. Tokoh politik tidak hanya menyampaikan pesan politik secara verbal, tetapi juga mengonstruksi citra diri melalui tanda-tanda visual dan simbolik yang berakar pada nilai-nilai budaya setempat (Aririguzoh, 2022; Lacatus & Meibauer, 2022). Dalam konteks Kabupaten Malang, representasi nilai-nilai Jawa seperti kesantunan, religiositas, dan keharmonisan sosial menjadi bagian dari strategi komunikasi politik yang terencana. Melalui penggunaan pakaian tradisional, gestur sopan, serta diksi yang menggambarkan kedekatan spiritual dengan masyarakat, para tokoh politik berupaya membangun kredibilitas moral (*ethos*), kedekatan emosional (*pathos*), dan argumentasi rasional (*logos*) yang dapat diterima oleh khalayak luas.

Analisis visual dan tekstual memperlihatkan bahwa media sosial menjadi ruang di mana retorika politik lokal mengalami transformasi: dari sekadar penyampaian pesan menjadi praktik simbolik yang menegosiasikan makna antara modernitas dan tradisi (Hamid et al., 2022; Kwon et al., 2021; Oktaviastuti et al., 2024). Di satu sisi, politik digital menuntut kecepatan, keterlibatan, dan daya tarik visual; di sisi lain, budaya Jawa masih menekankan keselarasan, etika berbicara, dan penghormatan terhadap nilai moral kolektif. Ketegangan antara dua kutub ini menciptakan bentuk komunikasi politik yang khas yakni politik citra yang tetap dibingkai oleh kearifan lokal. Ketegangan antara modernitas digital dan tradisi lokal tersebut membentuk dialektika baru dalam praktik retorika politik. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang produksi makna di mana simbol, gestur, dan narasi kultural diolah ulang untuk menciptakan citra politik yang relevan dengan konteks kekinian (Sevignani, 2022; Turnbull, 2017). Proses ini menunjukkan bahwa retorika politik lokal bertransformasi menjadi praktik multimodal, memadukan aspek visual, tekstual, dan performatif untuk membangun kedekatan emosional sekaligus legitimasi moral (Raynauld & Lalancette, 2021; Velasquez & Rojas, 2017). Dengan demikian, komunikasi politik di era digital tidak hanya merepresentasikan nilai budaya, tetapi juga mengadaptasinya sebagai strategi persuasi yang dinamis dan kontekstual.

Dengan demikian, hasil analisis ini memperlihatkan bahwa komunikasi politik lokal di era digital merupakan arena dialektika antara tradisi dan modernitas. Teori retorika politik berperan penting untuk membaca bagaimana bahasa, citra, dan simbol bekerja bersama dalam membentuk persepsi publik tentang kepemimpinan. Ketika nilai-nilai Jawa diadaptasi ke dalam media sosial, retorika politik menjadi lebih dari sekadar seni berbicara; ia berubah menjadi praktik sosial yang menegosiasikan makna moralitas, keintiman sosial, dan legitimasi etis di tengah masyarakat yang semakin visual dan interaktif.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik lokal di media sosial yang dilakukan oleh Aryo Seno Bagaskoro dan Rendra Masdrajad Safaat menggambarkan perpaduan antara retorika politik Aristotelian dan nilai budaya Jawa. Berdasarkan analisis isi terhadap unsur visual dan teks, ditemukan bahwa tiga elemen retorika yakni etos, patos, dan logos tidak hanya berperan sebagai strategi persuasi, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas kultural dan moral. Etos tampak melalui sikap santun dan penghormatan terhadap tatanan sosial, patos terlihat dari empati dan kedekatan emosional dengan masyarakat, sedangkan logos muncul dalam bentuk narasi historis dan tindakan sosial yang rasional. Ketiganya membentuk citra politik yang berpijak pada nilai andhap asor, rukun, dan tepa slira, serta menunjukkan dialektika antara tradisi dan modernitas dalam politik digital. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya kecenderungan pergeseran dari etos yang substansial menuju etos yang bersifat performatif, ketika simbol dan visual budaya berpotensi berubah menjadi alat pencitraan politik. Saran dari penelitian ini adalah pentingnya kesadaran kritis bagi tokoh politik lokal dalam

memanfaatkan nilai budaya Jawa agar tidak hanya menjadi hiasan simbolik, tetapi benar-benar menjadi dasar etika dalam komunikasi politik. Penelitian selanjutnya dapat memperluas konteks kajian pada platform digital lainnya serta meneliti tanggapan masyarakat terhadap penggunaan simbol budaya, sehingga dapat memperkaya pemahaman mengenai efektivitas retorika politik berbasis kearifan lokal di era digital.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Brawijaya atas dukungan dan kepercayaannya melalui pemberian Dana Hibah Penelitian. Bantuan ini tidak hanya memungkinkan penelitian terlaksana dengan baik, tetapi juga memperkaya proses pengembangan keilmuan dan analisis dalam penulisan artikel ini. Serta dukungan tersebut dapat menjadi bukti nyata komitmen FISIP Universitas Brawijaya dalam memajukan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang sosial khususnya pada bidang ilmu komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, B. R. O. (1990). *Language and Power: Exploring Political Cultures in Indonesia*. Cornell University.
- Aririguzoh, S. (2022). Communication competencies, culture and SDGs: effective processes to cross-cultural communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 96. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01109-4>
- Arnaboldi, M., & Diaz Lema, M. L. (2022). Shaping cultural participation through social media. *Financial Accountability & Management*, 38(2), 299–321. <https://doi.org/10.1111/faam.12293>
- Barberá, P., Gohdes, A. R., Iakhnis, E., & Zeitzoff, T. (2024). Distract and Divert: How World Leaders Use Social Media During Contentious Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 29(1), 47–73. <https://doi.org/10.1177/19401612221102030>
- Blumenau, J., & Lauderdale, B. E. (2024). The Variable Persuasiveness of Political Rhetoric. *American Journal of Political Science*, 68(1), 255–270. <https://doi.org/10.1111/ajps.12703>
- Ceccobelli, D., & Di Gregorio, L. (2022). The Triangle of Leadership. Authenticity, Competence and Ordinairness in Political Marketing. *Journal of Political Marketing*, 21(2), 113–125. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2060644>
- Cervi, L., Tejedor, S., & Blesa, F. G. (2023). TikTok and Political Communication: The Latest Frontier of Politainment? A Case Study. *Media and Communication*, 11(2). <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6390>
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 26(2), 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Dai, Y., & Kustov, A. (2022). When Do Politicians Use Populist Rhetoric? Populism as a Campaign Gamble. *Political Communication*, 39(3), 383–404. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2025505>
- De Bruycker, I., & Rooduijn, M. (2021). The People's Champions? Populist Communication as a Contextually Dependent Political Strategy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(3), 896–922. <https://doi.org/10.1177/1077699021998648>
- DePaula, N., Dincelli, E., & Harrison, T. M. (2018). Toward a typology of government social media

- communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation. *Government Information Quarterly*, 35(1), 98–108. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.10.003>
- Finlayson, A. (2006). ‘What’s the Problem?’: Political Theory, Rhetoric and Problem-Setting. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 9(4), 541–557. <https://doi.org/10.1080/13698230600942034>
- Finlayson, A. (2022). YouTube and Political Ideologies: Technology, Populism and Rhetorical Form. *Political Studies*, 70(1), 62–80. <https://doi.org/10.1177/0032321720934630>
- Gede Agung, D. A., Nasih, A. M., Sumarmi, Idris, & Kurniawan, B. (2024). Local wisdom as a model of interfaith communication in creating religious harmony in Indonesia. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100827. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100827>
- Hamid, R. S., Abror, A., Anwar, S. M., & Hartati, A. (2022). The role of social media in the political involvement of millennials. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(1), 61–79. <https://doi.org/10.1108/SJME-08-2021-0151>
- Kwon, K. H., Shao, C., & Nah, S. (2021). Localized social media and civic life: Motivations, trust, and civic participation in local community contexts. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(1), 55–69. <https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1805086>
- Lacatus, C., & Meibauer, G. (2022). ‘Saying it like it is’: Right-wing populism, international politics, and the performance of authenticity. *The British Journal of Politics and International Relations*, 24(3), 437–457. <https://doi.org/10.1177/13691481221089137>
- Oktaviastuti, T. P., Wisudawanto, R., & Ningsih Rahayu Putri, S. (2024). Implementasi Strategi Humas DPRD Surakarta dalam Media Sosial Instagram. *JURNAL KOMUNITAS*, 10(1), 1–7. <https://doi.org/10.47942/jkom.v10i1.1757>
- Perloff, R. M. (2018). *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age* (2nd ed.). Routledge.
- Rakhmani, I., & Saraswati, M. S. (2021). Authoritarian Populism in Indonesia: The Role of the Political Campaign Industry in Engineering Consent and Coercion. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 40(3), 436–460. <https://doi.org/10.1177/18681034211027885>
- Raynauld, V., & Lalancette, M. (2021). Pictures, Filters, and Politics: Instagram’s Role in Political Image Making and Storytelling in Canada. *Visual Communication Quarterly*, 28(4), 212–226. <https://doi.org/10.1080/15551393.2021.1986827>
- Riedl, M. J., Lukito, J., & Woolley, S. C. (2023). Political Influencers on Social Media: An Introduction. *Social Media + Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20563051231177938>
- Schaafsma, J., Zoodsma, M., & Sagherian-Dickey, T. (2021). Closing chapters of the past? Rhetorical strategies in political apologies for human rights violations across the world. *Journal of Human Rights*, 20(5), 582–597. <https://doi.org/10.1080/14754835.2021.1977919>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice* (1st ed.). SAGE Publications Inc.
- Sevignani, S. (2022). Digital Transformations and the Ideological Formation of the Public Sphere:

- Hegemonic, Populist, or Popular Communication? *Theory, Culture & Society*, 39(4), 91–109.
<https://doi.org/10.1177/02632764221103516>
- Silva, P., Tavares, A. F., Silva, T., & Lameiras, M. (2019). The good, the bad and the ugly: Three faces of social media usage by local governments. *Government Information Quarterly*, 36(3), 469–479. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.05.006>
- Sri Harsantik, G., & Khusumadewi, A. (2025). Integrasi Nilai Budaya Jawa Dalam Strategi Konseling Multibudaya Untuk Mengembangkan Sikap Peserta Didik. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pandohop*, 6(1), 24–32. <https://doi.org/10.37304/pandohop.v6i1.21143>
- Theocharis, Y., Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2023). Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement. *West European Politics*, 46(4), 788–811. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087410>
- Turnbull, N. (2017). Political rhetoric and its relationship to context: a new theory of the rhetorical situation, the rhetorical and the political. *Critical Discourse Studies*, 14(2), 115–131.
<https://doi.org/10.1080/17405904.2016.1268186>
- Velasquez, A., & Rojas, H. (2017). Political Expression on Social Media: The Role of Communication Competence and Expected Outcomes. *Social Media + Society*, 3(1).
<https://doi.org/10.1177/2056305117696521>
- Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions*, 13(4), 335. <https://doi.org/10.3390/rel13040335>

±