

ABSTRAK

Nisfatin Auliya. NIM. 210521100122. Program Studi Sosisologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. Hegemoni Politik Gibran Rakanuming Raka di Media Sosial dalam Masa Kampanye Pemilihan Presiden 2024.

Penelitian ini membahas bagaimana Gibran Rakabuming Raka membangun hegemoni politik melalui media sosial selama masa kampanye Pemilihan Presiden 2024. Di tengah meningkatnya peran media sosial dalam membentuk opini publik, terutama di kalangan generasi Z, penelitian ini berupaya melihat bagaimana strategi komunikasi Gibran bekerja dalam membentuk pengaruh politik di ruang digital.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi partisipatif, dokumentasi digital, dan wawancara mendalam terhadap informan dari berbagai latar belakang yang mewakili kelompok Gen Z. Teori hegemoni Antonio Gramsci menjadi landasan utama dalam menganalisis bagaimana kekuasaan dijalankan tidak hanya melalui paksaan, tetapi juga melalui persetujuan yang dibangun lewat simbol, narasi, dan dukungan sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gibran mampu membangun kedekatan dengan pemilih muda melalui gaya komunikasi yang santai, penggunaan bahasa sehari-hari, serta dukungan dari influencer dan figur publik. Simbol-simbol yang ia tampilkan berhasil menciptakan resonansi di kalangan Gen Z. Meski demikian, muncul pula bentuk-bentuk resistensi yang menunjukkan bahwa ruang digital juga menjadi tempat berlangsungnya pertarungan makna politik.

Kata kunci: hegemoni, media sosial, Gibran Rakabuming Raka, generasi Z, kampanye politik

ABSTRACT

Nisfatin Auliya. NIM. 210521100122. Sociology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University of Madura. Political Hegemony of Gibran Rakabuming Raka on Social Media during the 2024 Presidential Election Campaign.

This research explores how Gibran Rakabuming Raka constructed political hegemony through social media during the 2024 Indonesian presidential campaign. As social media increasingly shapes public opinion, especially among Generation Z, this study aims to understand how Gibran's communication strategy influenced political discourse in the digital sphere.

Using a qualitative approach, data were collected through participatory observation, digital documentation, and in-depth interviews with informants representing diverse backgrounds within Generation Z. Antonio Gramsci's theory of hegemony serves as the main analytical framework, particularly the concepts of consent, coercion, organic intellectuals, and civil society.

The findings show that Gibran successfully fostered a sense of connection with young voters through casual communication, everyday language, and the support of influencers and public figures. The symbols and narratives he employed resonated with the values and identity of Gen Z. However, various forms of resistance also emerged, indicating that social media functions not only as a tool for political promotion, but also as a contested arena where competing meanings and ideologies are negotiated.

Keywords: *hegemony, social media, Gibran Rakabuming Raka, Generation Z, political campaign*