



80th Indonesian Independence Day: A Critical Analysis of the Aestheticization of Politics and the Politicization of Aesthetics by Walter Benjamin

Clara Victoria Padmasari
Institut Informatika Indonesia

Corresponding Author: Clara Victoria Padmasari clara@ikado.ac.id

ARTICLE INFO

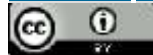
Keywords: Political Aestheticization, 80th Indonesian Independence Day Logo, Aesthetic Politicization, Walter Benjamin

Received : 25, September

Revised : 27, November

Accepted: 29, January

©2026 Padmasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This article discusses the logo for the 80th anniversary of the Republic of Indonesia's independence as a practice of political aestheticization according to Walter Benjamin. This study interprets the logo for the 80th anniversary of the Republic of Indonesia not only as a visual identity for national celebrations, but also as an ideological tool to convey a certain image. Therefore, this practice is countered by aesthetic politicization through memes circulating in society. This study uses a qualitative approach within a critical theoretical framework, analyzing the 80th Independence Day logo and its visual identity guidelines, as well as memes that emerged as a response from the public on social media. The analysis shows that the 80th Indonesian Independence Day logo, through its guidelines, operates to provide a single meaning in the independence celebration. The public's response, which distorts the logo and turns it into a meme, becomes a form of expressing public unrest, creating new meanings for the 80th Indonesian Independence Day and challenging that single meaning.

HUT RI ke-80: Analisis Kritis antara Estetisasi Politik dan Politisasi Estetik Walter Benjamin

Clara Victoria Padmasari
Institut Informatika Indonesia

Corresponding Author: Clara Victoria Padmasari clara@ikado.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Estetisasi Politik, Logo HUT RI ke-80, Politisasi Estetik, Walter Benjamin

Received : 25, September

Revised : 27, November

Accepted: 29, Januari

©2026 Padmasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Artikel ini membahas logo HUT Kemerdekaan Republik Indonesia ke-80 sebagai praktik estetisasi politik menurut Walter Benjamin. Penelitian ini membaca logo HUT RI ke-80 tidak hanya sebagai identitas visual perayaan nasional, namun juga sebagai alat ideologis untuk menunjukkan citra tertentu. Oleh karena itu, praktik ini dilawan dengan politisasi estetik melalui meme yang beredar di masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka teori kritis, menganalisis logo HUT RI ke-80 dan pedoman identitas visualnya serta meme yang muncul sebagai respon masyarakat di media sosial. Analisis menunjukkan bahwa logo HUT RI ke-80 melalui pedomannya beroperasi untuk memberikan makna tunggal dalam perayaan kemerdekaan. Respon masyarakat yang mendistorsi logo tersebut dan menjadi meme menjadi bentuk untuk menyampaikan keresahan masyarakat, membuat makna baru terhadap HUT RI ke-80 dan menantang makna tunggal tersebut.

PENDAHULUAN

Pada tanggal 23 Juli 2025, Presiden Prabowo Subianto meresmikan peluncuran logo Hari Ulang Tahun (HUT) Kemerdekaan Republik Indonesia (RI) ke-80 di Istana Negara, Jakarta. Peluncuran logo ini merupakan hasil dari sayembara logo yang diadakan oleh Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI). Sayembara ini diadakan khusus untuk individu atau studio desain yang merupakan anggota ADGI pada tanggal 23 Mei 2025. Dari 2045 penerimaan logo, logo HUT RI ke-80 ini dimenangkan oleh seorang desainer bernama Bram Patria Yoshugi yang bekerja di studio desain terbilang di Jakarta bernama Thinking*Room.



Gambar 1. Logo resmi HUT RI ke-80

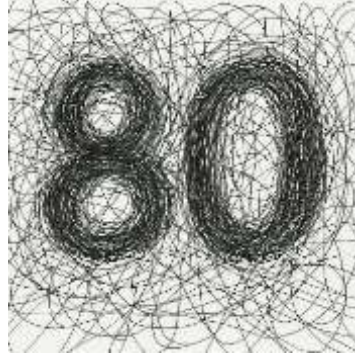
Sumber: Kementerian Sekretariat Negara

Logo HUT RI tidak hanya dianggap sebagai identitas visual peringatan ulang tahun saja, namun juga sebagai komunikasi politik pemerintah ke masyarakat. Dalam logo tersebut, terdapat tagline “Bersatu Berdaulat Rakyat Sejahtera Indonesia Maju”. Tagline tersebut menjadi “[cerminan] semangat untuk memperkuat persatuan nasional serta keyakinan bersama dalam membangun masa depan bangsa yang lebih cerah (Humas Kemensetneg, 2025). Melalui tema ini pula, pemerintah mengharapkan adanya persatuan antar rakyat dari seluruh Indonesia.

Peluncuran logo ini merupakan acara tahunan untuk memperingati kemerdekaan Indonesia. Acara ini ditunggu oleh warga Indonesia untuk merayakan HUT RI sekaligus mereproduksi logo HUT RI di acara perkampungan warga, spanduk ucapan, banner dan sebagainya. Setiap tahun, peluncuran logo ini mengusung tema dan desain yang berbeda untuk merayakan dan mengingat kembali harapan dan misi negara kepada rakyat. Karena fungsinya sebagai branding untuk momentum peringatan dan harapan negara, maka logo HUT RI menjadi sebuah bentuk estetisasi politik yang dijalankan pemerintah.

Respon publik ketika logo diluncurkan kurang baik. Publik menilai bahwa logo ini tidak menggambarkan keadaan situasi Indonesia saat ini. Pada cuitan yang diunggah oleh @IndoPopBase (2025) di platform X (dahulu Twitter), akun @nasikornettel (2025) mengomentari: “Mantapp layer out buat bungkus angka 8 nya ditabrak sampe tembus menandakan tabrak2 hukum demi mencapai angka 8 (keabadian). Tapi kalo dia ngikutin jalur keliatan kalo kita kembali ke 00 (sebelum merdeka)”. Akun lainnya, @TipeDarah (2025), membalasnya dengan “logo sesuai kondisi aktual” didampingi gambar 80

dengan gaya scribble. Selain berbaliknya dengan situasi Indonesia, publik juga menilai bahwa logo ini mirip dengan tokoh Keroppi, (@adriaInsight dan @xAvellesch, 2025). Keresahan masyarakat membuat mereka mengolah gambar logo HUT RI secara clockwise dan menyebarkan menjadi meme baru, seolah-olah seperti muka. Hal ini menjadi bentuk politisasi estetis.



Gambar 2. Angka 80 dengan Gaya Scribble

Sumber: x.com/TipeDarah

Estetisasi politik dan politisasi estetis merupakan istilah yang dilontarkan oleh Walter Benjamin dalam esainya yang berjudul *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. Dalam teorinya, Benjamin mengatakan bahwa proses berkesenian memunculkan suatu aura, yaitu otentisitas sebuah karya. Munculnya reproduksi mekanis atau industrialisasi menghilangkan hal ini atau yang disebut juga sebagai 'pembusukan aura'. Politik mengakibatkan 'pembusukan aura' ini tidak hanya ada saja, namun juga menjadi mekanisme dalam anestesi masyarakat (Arceo, 2021). Estetisasi politik menggeser seni sebagai proses ritual menjadi sebagai proses politik. Bagi Benjamin ia melihat estetisasi politik merupakan gejala fasisme dan untuk melawan gejala fasisme, kaum komunis melakukan praktik politisasi seni (Benjamin, 1969). Tidak dijelaskan apa yang dimaksud Benjamin, namun bila merujuk konteks masanya, Jerman sedang menuju ke arah fasisme dengan munculnya Partai Nazi. Kemunculan Partai Nazi membuat kaum komunis di Eropa terhimpit, oleh karena itu muncul perlawanan dari kaum komunis termasuk dalam seni.

Oleh karena itu, pertanyaan penelitiannya adalah: Pertama, bagaimana logo HUT RI ke-80 menjadi praktik estetisasi politik negara? Kedua, bagaimana masyarakat melakukan memaknai logo tersebut dengan melakukan praktik politisasi seni? Artikel ini berusaha untuk membaca logo HUT RI sebagai praktik kuasa untuk mendomisasi masyarakat melalui estetika. Hal ini juga turut membahas bagaimana sebuah logo HUT RI dapat mendorong status quo dalam kekuasaan. Pada bagian terakhir, penulis juga akan menyertakan bagaimana masyarakat melawan dan mengkritisi kuasa melalui meme dan penyalahgunaan logo visual HUT RI di media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Esai Walter Benjamin yang berjudul *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* merupakan salah satu esai yang paling dikenal dalam kritiknya terhadap kapitalisme pada masyarakat modern. Esai tersebut berusaha menunjukkan bagaimana reproduksi mekanis, istilah Benjamin untuk menyebutkan industrialisasi karya seni, dapat menghilangkan otentisitas sebuah karya seni. Dalam esai tersebut, perkembangan teknologi hadir dan menjadi salah satu bagian yang mendukung perkembangan seni. Benjamin mengatakan bahwa teknologi dapat membantu mereproduksi, meng-copy, mencetak, menerbitkan, melancarkan hasil karya seni secara massal. Bagi Benjamin (1969), hal ini dapat 'mendemokratisasi' seni. Namun, konsekuensinya adalah karya seni tersebut kehilangan otentisitas karya yang disebut juga sebagai aura.

Aura, menurut Benjamin, adalah perasaan otentik dari sebuah karya seni, yang terdiri atas pertimbangan nilai, waktu dan ruang, konteks budaya dan otoritas (kepemilikan) karya seni (Benjamin, 1969). Aura tidak dapat direplikasi pada setiap karya seni meskipun seseorang dapat memproduksi ulang suatu karya. Hal ini mengindikasikan bahwa aura merupakan sesuatu hal yang kontekstual, tidak dapat dihilangkan esensinya baik secara ruang maupun waktu. Bagi Benjamin, karya seni secara historis diibaratkan sebagai hal yang ritualistik. Para seniman melakukan penglihatan, pemerhatian dan peniruan karya dan memberi 'jarak' antara karya referensi dengan karya yang ia kerjakan. Reproduksi massal dan industrialisasi membuat karya seni kehilangan auranya. Aura tidak dapat diciptakan dengan reproduksi massal karena reproduksi massal tidak terikat dengan konteks, waktu dan ruang, serta nilai. Oleh karena itu, karya seni dari reproduksi massal tidak juga dapat mencapai otentisitas.

Kekhawatiran Benjamin terhadap reproduksi massal tidak hanya kepada kemampuan suatu karya seni yang kehilangan otentisitasnya, namun juga bagaimana suatu produksi karya seni yang massal justru dapat menjadi anestesi untuk masalah-masalah dalam masyarakat. Seni atau pun secara luas estetika digunakan oleh penguasa untuk 'menenangkan' masyarakat. Hal ini yang ia sebut sebagai estetisasi politik. Konsep ini muncul dengan konteks perkembangan fasisme di Eropa dengan munculnya Partai Nazi Jerman. Estetisasi politik yang diciptakan Benjamin berusaha untuk menjelaskan fasisme yang mengkooptasi estetika untuk melakukan mesin propaganda. (Benjamin, 1969) mengatakan, "Fasisme berusaha mengorganisir massa proletar yang baru terbentuk tanpa memengaruhi struktur kepemilikan yang ingin dihapuskan oleh massa. Fasisme melihat keselamatannya dengan memberi massa ini, bukan hak mereka, melainkan kesempatan untuk mengekspresikan diri."

Estetisasi politik menguraikan dua istilah yang berbeda, yaitu estetika dan politik. Estetika tidak hanya mencakup seni visual, namun juga "ekspresi budaya yang dikenakan manipulasi dan kontrol negara" (Krupa, 2024). Sedangkan politik merupakan "pengelolaan melalui pelaksanaan kekuasaan di mana ideologi berfungsi sebagai panduan dan menghadapi perbedaan pendapat dengan tindakan represif yang berat" (Krupa, 2024). Dari dua definisi ini, estetisasi politik berarti merujuk kepada pelaksanaan kekuasaan melalui ekspresi budaya yang dimanipulasi oleh negara. Hal ini juga menunjukkan

bahwa serangkaian represi yang dilakukan oleh negara dapat dilaksanakan secara halus melalui budaya. Estetisasi politik dalam negara sering digunakan untuk mempromosikan program-program pemerintah secara visual. Hal ini juga digunakan untuk melaksanakan ideologi negara dengan cara yang halus namun sekaligus represif.

Estetisasi politik tidak lagi membicarakan mengenai aura, karena aura sendiri sudah hilang. Ketika sebuah karya seni atau estetik diproduksi massal dan dipropagandakan, ia tidak memiliki aura. Ia sudah menjadi suatu hal yang tidak lagi otentik, tidak bisa lagi menjadi 'seni untuk seni', karena ia memiliki tujuan dan konteks lain yang mempengaruhi politik. Estetika dalam politik bertujuan untuk perang (Benjamin, 1969). Di sini, perang yang dimaksud adalah kontrol terhadap dominasi melalui ideologi-ideologi yang dibangun dalam politik (Mandoki, 2022). Arceo (2021), dalam *Academia Letters*, mengatakan bahwa konsekuensi dari estetisasi politik ada tiga bentuk. Pertama, estetisasi politik mengebalkan sensitivitas kita terhadap kekerasan karena adanya bentuk-bentuk estetik. Konsekuensi kedua adalah pengalaman subjektif syok ketika menghadapi estetisasi kekerasan. Ketiga, pengalaman subjektif ini akhirnya mewajarkan estetisasi kekerasan dalam bentuk distraksi, pengabaian dan ketidakmampuan ketika kekerasan tersebut terjadi. Terakhir, pengalaman ini akhirnya membuat seseorang untuk mewajarkan penderitaan (Arceo, 2021). Oleh karena itu, logo, simbol negara, warna dan sebagainya dapat menjadi alat politis untuk melanggengkan kuasa.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan teori kritis. Teori kritis di sini berfokus pada konsep Walter Benjamin, khususnya aura, estetisasi politik dan politisasi estetik dalam esai yang berjudul "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction". Menurut Given (2008), pendekatan teori kritis bertujuan untuk "menguak kekuatan ideologi dan pernyataan yang mempengaruhi kasi manusia". Tujuannya adalah sebagai kritik dari kondisi terkini dan menantang ideologi yang bekerja melalui budaya visual. Objek dari penelitian ini adalah logo HUT RI ke-80 yang menjadi praktik estetisasi politik dan dua meme internet yang menjadi praktik politisasi estetik. Ketiga meme tersebut adalah logo HUT RI ke-80 yang di-rotate dan logo HUT RI ke-80 yang digabungkan dengan lambang Jolly Roger, lambang bendera bajak laut di manga *One Piece*. Ketiga meme tersebut dipilih berdasarkan (1) modifikasi dari logo HUT RI ke-80; (2) beredar luas di Instagram maupun X; (3) mengandung unsur humor atau parodi terhadap logo HUT RI ke-80

Beberapa data yang dikumpulkan berupa tiga, yaitu dokumen, literatur dan observasi. Sumber dokumen menggunakan Pedoman Identitas Visual 80 Tahun Kemerdekaan Indonesia. Sumber literatur utama menggunakan wacana estetisasi politik Benjamin. Lalu literatur sekunder menggunakan artikel-artikel dari Krupa, Mandoki, Arceo dan Shifman. Peneliti juga melakukan observasi di platform X terkait logo HUT RI ke-80.

Setelah data dikumpulkan, objek dianalisis secara kritis. Pertama, peneliti menganalisis secara bentuk visual (bentuk, warna) dan narasi resmi yang

dikeluarkan oleh pedoman. Hal ini bertujuan untuk menganalisis narasi yang muncul dan menjadi praktik estetisasi politis. Kedua, peneliti meneliti ketiga meme tersebut. Hal ini bertujuan untuk menganalisis praktik politisasi estetis sebagai tandingan kepada narasi resmi pemerintah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Logo HUT RI

Peluncuran logo ini merupakan acara untuk memperingati HUT RI dengan tema yang terhubung dengan visi misi kerja kabinet Merah Putih. Visi dari pemerintahan Presiden Prabowo Subianto dengan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka adalah “Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045”. Misi kerja ini dirangkum dalam sebuah visi bernama Asta Cita yang berisikan mengenai Fokus pembangunan diarahkan pada penguatan ideologi Pancasila, demokrasi, dan HAM; peningkatan kemandirian nasional melalui ketahanan pangan, energi, dan ekonomi berkelanjutan; perluasan lapangan kerja dan industri kreatif; pengembangan SDM, sains, dan teknologi; pemerataan ekonomi melalui pembangunan desa; kelanjutan hilirisasi industri; serta reformasi politik, hukum, dan birokrasi. Selain itu, ditekankan pula pentingnya pelestarian lingkungan, budaya, dan toleransi untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur.

Dilansir dari dokumen Sekretariat Negara, logo HUT RI ke-80 berasal dari “semangat Dimiliki Bersama, Dirayakan Bersama”. Hal ini untuk menunjukkan “bangsa yang berdaulat, sejahtera, dan maju bersama”. Elemen-elemen dalam desain tersebut menunjukkan “arah perjalanan Indonesia: dimulai dari kekuatan persatuan, diwujudkan dalam kesejahteraan rakyat, dan diarahkan menuju masa depan yang maju”.

Warna yang digunakan dalam logo tersebut menggunakan warna merah dan putih. Bentuk logo merupakan angka ‘8’ dan ‘0’ saling berdempetan. Bagian tengah di dalam angka ‘8’ dan ‘0’ diisi dengan garis memanjang yang curved. Warna yang digunakan mengacu pada warna nasional Indonesia. Hal ini bisa dikatakan sebagai bagian dari identitas visual negara, oleh karena itu warna merah dan putih tetap digunakan sebagai identitas warna untuk logo HUT RI.

Dilansir dari Pedoman Identitas Visual, logo ini memiliki tiga karakter, yaitu Lantang, Lugas dan Adaptif. Karakter Lantang digambarkan dengan “elemen visual yang kuat, kontras dan dominan” (Pedoman). Karakter Lugas mengartikan bahwa “tegas, fungsional dan mudah dipahami”. Terakhir adalah adaptif. Adaptif yang dimaksud supaya “diterapkan lintas konteks tanpa kehilangan esensinya”.

Logo ini menurut pedoman tersebut juga mengatakan bahwa ia “hadir sebagai ruang temu” antara narasi besar dan suara rakyat. Tidak dikatakan siapa pemilik narasi besar di sini, namun dapat diartikan bahwa hal ini adalah pengampu kuasa dari yang melaksanakan pemerintahan. Hal ini dipertegas dalam kalimat selanjutnya: “Inilah identitas yang ingin terasa akrab, tidak hanya milik para pemegang arah, tapi juga pantulan semangat dari rakyat yang menjalaninya.”

Seperti halnya sebuah logo, tentu memiliki pedoman penggunaan logo dan tata letak visualnya terhadap elemen lainnya. Pedoman tersebut cukup

membatasi logo tersebut secara visual. Bisa saja hal ini diwajarkan karena menyangkut sebuah political branding dalam negara. Namun, apabila melihat narasi yang dipaparkan, logo ini dapat terbilang cukup rigid dalam pemaknaannya. Logo ini harus dibayangkan sebagai sesuatu yang fungsional, kuat, dominan. Seakan-akan tidak ada ruang terbuka untuk memaknai logo tersebut. Bila logo ini dianggap sebagai suatu “identitas yang ingin terasa akrab” untuk semua orang, maka harus berani pula untuk dimaknai sebagai apa pun yang dapat menjadi cerminan masyarakat terutama terkait kondisi negara saat ini.

Adanya pedoman dapat dikatakan bahwa hal ini menjadi kontrol terhadap makna. Pedoman tersebut mengontrol bagaimana seharusnya logo tersebut dimaknai. Bila ada perubahan terhadap logo tersebut, maka ada perubahan pemaknaan. Hal ini sebenarnya sangat mungkin terjadi dan tergantung konteks. Masalahnya, logo tersebut belum tentu dapat direproduksi ulang secara sempurna oleh masyarakat. Hal ini juga dimaklumi karena adanya keterbatasan kemampuan seni pada mereka. Masyarakat umum belum tentu memiliki keahlian untuk mereplikasi logo dan sebenarnya hal itu tidak masalah. Bila pedoman menjadi sebuah kontrol makna terhadap masyarakat, hal ini justru menghilangkan otentisitas dalam pemaknaan masyarakat terhadap logo tersebut. Masyarakat hanya mengamini ‘makna yang dianjurkan’, bukan lagi menjadi aktor dalam pemaknaan. Hal inilah yang menjadi cikal bakal dari estetisasi politik, yaitu ketika masyarakat hanya memaknai pengalaman estetis yang ia terima.

Kuasa Dibalik Logo

Ketika membuat sebuah logo, tentu kerja desainer mulai dari penelitian, sketsa, hingga tahap perancangan. Bram Patria menceritakan bahwa ia menggambar sekitar ratusan sketsa dari desain logo. Tahap yang paling krusial justru adalah pengerjaan Pedoman Penggunaan. dan seluruh tim studio Thinking*Room mengerjakan logo ini

Pemakaian logo ini terbatas dan rigid. Desainer telah merumuskan pedoman penggunaan logo sedemikian rupa supaya logo ini dapat diaplikasikan menjadi sebuah poster, flyer, dan banner. Hal ini dilakukan supaya logo tersebut dipakai sesuai dengan ‘kaidah’ yang dapat menjaga estetika dari logo tersebut. Tujuannya, bila diaplikasikan ulang, logo tersebut tidak terpotong, tidak ‘rusak’ karena stretch atau transform atau tidak saling tumpang tindih dengan elemen lainnya. Bisa jadi hal ini supaya tidak mengurangi rasa kemerdekaan dari HUT RI ke-80. Memang hal ini jadi paradoks: di satu sisi, logo ini berusaha menjadi “otentik” ketika adanya pedoman. Namun di satu sisi, ketika ia sudah bersikap politis, ia menjadi “otentik”.

Estetisasi politik oleh Benjamin merupakan pengaminan dari credo “Fiat ars pereat mundus”. Kredo ini adalah plesetan dari “Fiat iustitia a pereat mundus” yang berarti “Hendaklah keadilan ditegakkan, walaupun dunia harus binasa.” Dalam pernyataan Benjamin, justru senilah yang ditegakkan. Syarat estetisasi politik pertama-tama adalah reproduksi massal dari sebuah karya seni. Logo HUT RI ke-80 bertujuan supaya dapat diproduksi, digunakan ulang, disiarkan untuk umum. Logo memang dirancang untuk identifikasi atau representasi suatu brand. Oleh karena itu, logo memang ‘didesain’ untuk ‘kehilangan otentisitas’, supaya dapat mempengaruhi orang-orang yang melihatnya dan menjadikan karya logo sebagai suatu penanda untuk identifikasi, wajah, bahkan diamini sebagai ekspresi otentik. Meminjam kata-kata Benjamin, logo ini bisa dibilang bukanlah ekspresi otentik meskipun telah dirancang oleh desainer, melainkan sebagai “kepribadian yang menyihir, komoditas dengan pesona palsu” (Benjamin, 1969)

Filosofi logo ini yang mengatakan bahwa Rakyat Sejahtera, Bersatu Berdaulat dan Maju. Hal ini ingin mengkomunikasikan peran negara selama ini. Presiden Prabowo melaksanakan perannya melalui program Asta Cita seperti yang telah dipaparkan sebelumnya. Adanya logo ini juga menjadi salah satu ‘perbaikan citra’ yang dilakukan pemerintah untuk menandakan situasi yang sedang baik-baik saja. ‘Citra yang baik’ kadang digunakan untuk ‘mengindahkan’ sebuah aksi politik, meskipun aksi tersebut gagal.

Apakah patut menyalahkan desainer ketika mendesain logo ini? Tidak, karena logo ini dimiliki oleh negara setelah pelaksanaan sayembara. Namun, patut pula untuk mempertanyakan bagaimana logo ini dirancang. Dalam hasil wawancara desainer, tidak banyak perubahan setelah logo ini diajukan untuk sayembara. Logo ini seutuhnya milik negara. Meskipun logo ini dibuat dari hasil sayembara yang dimenangkan oleh Bram, desainer dari Thinking*Room.

Melawan Hegemoni

Logo HUT RI tidak lepas dari adanya kritik dan lawakan dari warganet. Kritik dan lawakan dari warganet yang kemudian mengembangkan logo ini menjadi suatu karya meme. Istilah meme adalah kelompok hal digital yang memiliki ciri-ciri umum yang diciptakan, disebar dan ditiru secara sadar melalui internet (Shifman, 2014). Pembentuk meme menurut Shifman adalah konten, bentuk dan pendirian. Oleh karena itu, meme dapat berupa teks atau gambar, dengan konten yang masih merujuk atau merupakan perkembangan lanjutan dari konten aslinya. Dalam penelitian ini, meme dikembangkan dari logo HUT RI ke-80.



Gambar 3. Logo HUT RI Ke-80 Clockwise dan Menjadi Meme

Sumber: x.com/jauhari

Perkembangan meme ini awalnya karena ada warganet yang mengomentari logo HUT RI ke-80 seperti gambar kodok, ada yang melihat juga mirip dengan Keroppi, karakter kodok ikonik dari Sanrio, perusahaan yang berbasis pada budaya populer Jepang. Logo HUT RI ke-80 mirip dengan 'muka Keroppi' setelah melakukan rotasi 90 derajat secara arah jarum jam. Hasil rotasi ini akhirnya memunculkan meme pertama. Meme ini akhirnya dikembangkan lagi menjadi 'muka Keroppi' dengan topi jerami seperti bajak laut One Piece. Lambang bajak laut One Piece, Jolly Roger, pada sekitar bulan Juli dan Agustus menjadi lambang untuk perlawanan terhadap pemerintah.

Ketika meme ini dikembangkan secara berulang, maka pemaknaannya pun juga berubah. Bentuk pertama, bentuk metanya, HUT RI ke-80 dimaknai sebagai logo resmi ulang tahun. Bentuk kedua, pemaknaan logo HUT RI yang menyerupai Keroppi dimaknai sebagai perasaan sedih atau dalam meme berikutnya sebagai "Ya Allah Kenapa Aku WNI". Pemaknaan ini muncul pula sebagai hal yang dialami masyarakat pada kondisi saat ini. Bentuk ketiga merupakan fusi antara lambang Jolly Roger dan logo ulang tahun. Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat pun 'merayakan' ulang tahun HUT RI ke-80 namun tidak ingin patuh terhadap pemerintah.



Gambar 4. Meme logo HUT RI yang Dimodifikasi Ulang

Sumber: x.com/BGOONX/



Gambar 5. Meme logo HUT RI yang digabung dengan lambang Jolly Roger

Sumber: instagram.com/mantapfunny

Bila melihat dari teori Benjamin, hal ini sebenarnya adalah cara masyarakat yang menolak adanya anestesi estetik dari pemerintah. Memang, cara pemerintah untuk mengatakan situasi seakan-akan sedang baik-baik saja umumnya dengan estetik yang seremonial. Pengadaan sayembara, pembuatan dan peluncuran logo merupakan strategi untuk melangsungkan proses mendominasi kuasa. Masyarakat yang kecewa, baik dengan hasil logo atau pun yang sudah muak dengan situasi negara meresponnya dengan membuat propaganda baru melalui meme.

Pembuat meme berdasarkan logo HUT RI dapat diinterpretasikan sebagai cara masyarakat mempolitisasi estetik. Dalam studi media, hal ini pun juga dapat dikatakan sebagai *culture jamming*, yaitu “praktik di mana teks-teks yang mengkritik status quo diciptakan melalui apropriasi dan/atau peniruan estetika dan/atau bahasa yang merupakan bagian dari budaya populer, atau budaya secara umum dialami.” (Nomai, 2008). *Culture jamming* merupakan cara masyarakat untuk melawan praktik hegemoni melalui perayaan ulang tahun yang normatif bagi pemerintah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Artikel ini menjelaskan bahwa logo HUT RI ke-80 tidak hanya sebagai identitas visual perayaan nasional, namun juga praktik estetisasi politik. Praktik ini bertujuan untuk membangun citra persatuan, kedaulatan dan persatuan Indonesia. Logo tersebut menjadi praktik anestesi kepada warga dengan memberikan makna tunggal mengenai kondisi yang ada di Indonesia. Makna tunggal ini disampaikan langsung dengan adanya pedoman. Secara visual, logo bersifat Lantang, Lugas dan Adaptif yang hanya bisa dimaknai melalui pedoman. Hal ini cenderung menimbulkan rigiditas makna yang tidak memberi ruang lain bagi masyarakat untuk memaknai logo tersebut.

Ruang lain itu akhirnya dijawab dengan keberadaan meme logo HUT RI ke-80. Masyarakat memaknai logo HUT RI ke-80 dengan melakukan praktik parodi dan *culture jamming* terhadap logo tersebut. Praktik ini menjadi bentuk politisasi estetis, yaitu menggunakan estetik untuk menyuarakan keresahan masyarakat saat ini.

PENELITIAN LANJUTAN

Desain dalam praktik estetik antara pemerintah dan masyarakat akan selalu dinamis. Praktik estetisasi politik akan dikontestasikan dengan politisasi estetik sebagai bentuk kritis. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi praktik estetisasi politik dalam bentuk lainnya seperti logo, monumen atau bahkan arsitektur. Penelitian ini dapat dikembangkan untuk melihat praktik estetisasi yang berlangsung pada periode pemerintahan tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriainsight. [@adriainsight]. (2025, Juli 23). Kalo dimiringin kok kayak [X]. <https://x.com/adriainsight/status/1947955958258553198>.
- Arceo, C. (2021). Aestheticization of violence and politics of perception. *Academia Letters*. <https://doi.org/10.20935/al2289>.
- Benjamin, W. (1969). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* (H. Zohn, Trans.). In H. Arendt (Ed.), *Illuminations*. Schocken Book.
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. SAGE Publications.
- Humas Kemensetneg. (2025, July 23). Presiden Prabowo Resmi Luncurkan Logo dan Tema HUT ke-80 RI: "Bersatu Berdaulat, Rakyat Sejahtera, Indonesia Maju." Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Indopopbase. [@indopopbase]. (2025, Juli 23). The logo for HUT RI 80 has been revealed. [X]. <https://x.com/indopopbase/status/1947955036451229710>.
- Krupa, H. (2024). Aestheticizing Politics and Politicising Aesthetics: Principles of Aesthetics in the Context of Totalitarianism. *Kaygı. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*. <https://doi.org/10.20981/kaygi.1492605>.
- Mandoki, K. (2022). Aesthetic Politics and Political Aesthetics: a Crucial Distinction ' in *Aesthetic Perspectives on Culture, Politics, and Landscape: Appearances of the Political Introduction: the three models for modernity*. In E. Di Steffano, C. Friberg, & M. Ryyänen (Eds.), *Aesthetic Perspectives on Culture, Politics, and Landscape: Appearances of the Political* (pp. 1-16). Springer International Publishing.
- Nasikornettelor. [@nasikornettelor]. (2025, Juli 23). Mantapp layer out buat bungkus angka 8 nya ditabrak sampe tembus menandakan tabrak2 hukum demi mencapai angka 8 (keabadian). Tapi... [X post]. <https://x.com/nasikornettelor/status/1947961118506537250>.
- Nomai, A. J. (2008). *Culture Jamming: Ideological Struggle and the Possibilities for Social Change* [Dissertation]. University of Texas at Austin.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Massachusetts Institute of Technology.
- Tipedarah. [@tipedarah]. (2025, Juli 23). Logo sesuai kondisi aktual: [X]. <https://x.com/tipedarah/status/1947960598006043082>.
- Xavellesch. [@xavellesch]. (2025, Juli 23). 1) WHAT [X]. <https://x.com/xavellesch/status/1947984573708857610>.