Komunikasi Politik Populis dalam Program Makan Bergizi Gratis di Indonesia, Brasil, dan India

Waode Wulan Meysura Meilia Tekaka[1*], Kacung Marijan[2], Siti Aminah[3], Airlangga Pribadi Kusman[4]
[1*,2,3,4]Departemen Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga
Corresponding Author's e-mail : waodewulantekaka@gmail.com

SEIKAT
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat

Vol. 5, No. 5, Oktober 2026

Page: 5366-5390

Available at:

https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat/article/view/4398

DOI:

https://doi.org/10.55681/seikat.v5i5.4398

Article History:

Received: 20-09-2026
Revised: 25-10-2026
Accepted: 31-10-2026

Abstract *: Nutrition-based welfare programs have become prominent political-communication instruments in developing democracies, positioned by Indonesia, Brazil, and India as flagship achievements. Existing research examines each program in isolation, without comparative framework of political communication. This study fills that gap by comparatively examining Makan Bergizi Gratis (MBG) in Indonesia, Bolsa Família and PNAE in Brazil, and PM POSHAN in India, selected via a most similar–most different systems design for shared salience but divergent regimes and institutionalization. Using government documents, media coverage, and prior literature, the analysis applies qualitative framing and discourse analysis. Findings show all three programs rely on leader-centered personalization as their core success narrative yet diverge in institutional codification and legitimacy narratives: ambiguous in Indonesia, legally codified rights-based universalism in Brazil, and a hybrid personalistic-federal welfarism in India losing persuasive power. The study proposes a three-dimensional typology of personalization, institutional codification, and legitimacy narrative, for advancing comparative political communication study in future.*

Keywords *: Populist Communication, Political Personalization, Welfare Branding, Comparative Political Communication, Food Security Policy.*

Abstrak : Program kesejahteraan berbasis gizi telah menjadi bagian dari komunikasi politik yang menonjol di negara-negara berkembang, di mana Indonesia, Brasil, dan India menjadikannya sebagai pencapaian unggulan. Penelitian terdahulu mengkaji setiap program secara terpisah, tanpa menggunakan kerangka kerja komunikasi politik yang bersifat komparatif. Studi ini mengisi celah tersebut dengan melakukan kajian perbandingan terhadap program Makan Bergizi Gratis (MBG) di Indonesia, Bolsa Família dan PNAE di Brasil, serta PM POSHAN di India, pemilihan Program ini di dasarkan pada desain sistem "paling mirip namun paling berbeda" (most similar-most different design) karena adanya signifikasi isu yang serupa, namun dengan perbedaan dalam hal rezim dan pelembagaannya. Dengan menggunakan dokumen resmi pemerintah, liputan media, dan literatur terdahulu, analisis ini menerapkan metode kualitatif berupa analisis framing dan analisis wacana. Hasil penelitian menunjukkan personalisasi yang berpusat pada sosok pemimpin sebagai narasi utama keberhasilannya, namun terdapat perbedaan dalam hal kodifikasi kelembagaan dan narasi legitimasi: bersifat ambigu di Indonesia, yang berupa universalisme berbasis hak yang dikodifikasi secara umum di Brasil, serta model kesejahteraan hibrida yang memadukan unsur personalistik dan federal di India namun sudah mulai kehilangan daya persuasifnya di masyarakat. Studi ini mengusulkan tipologi tiga dimensi yang mencangkup personalisasi, kodifikasi kelembagaan, dan narasi legitimasi, untuk turut memajukan kajian perbandingan komunikasi politik di masa depan.

Kata Kunci : Komunikasi Populis; Personalisasi Politik; Pencitraan Kesejahteraan; Perbandingan Komunikasi Politik; Kebijakan Ketahanan Pangan

PENDAHULUAN

Program pemberian makanan bergizi secara gratis kepada anak sekolah, balita, dan ibu hamil telah menjadi salah satu instrumen kebijakan kesejahteraan yang paling menonjol secara politik di negara-negara demokrasi berkembang. Program semacam ini bahkan telah lama dikenal sebagai salah satu solusi sosial terbesar di dunia (Bundy et al., 2013), dengan skema pemberian makan di sekolah kini menjangkau 418 juta anak setiap hari sekolah secara luas (Alderman et al., 2024). Kebijakan di bidang gizi dan pendidikan, menjadi program yang sering diposisikan sebagai proyek unggulan kepala pemerintahan yang dikomunikasikan secara intensif melalui pidato kenegaraan, kampanye elektoral, dan liputan media massa. Di Indonesia, Presiden Prabowo Subianto meluncurkan program Makan Bergizi Gratis (MBG) pada 6 Januari 2025 sebagai realisasi janji kampanye utamanya pada Pemilihan Presiden 2024 (Sianturi, 2025). Di Brasil, program pemberian makan di sekolah yang kini dikenal sebagai Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) berasal dari inisiatif *Fome Zero* yang diluncurkan Presiden Luiz Inácio Lula da Silva pada 2003 dan kemudian dilembagakan bersama Bolsa Família sebagai bantuan tunai bersyarat terbesar di dunia (Hall, 2006). Di India, skema pemberian makan siang di sekolah yang telah berjalan sejak pertengahan abad ke-20 diberi nama ulang menjadi PM POSHAN pada 2021, "kesejahteraan baru" oleh Partai Bharatiya Janata di bawah Perdana Menteri Narendra Modi (Sharma & Kanojia, 2022).

Ketiga program tersebut memiliki kesamaan struktural, di mana, menargetkan populasi rentan dalam skala nasional, membutuhkan anggaran publik yang besar, dan yang menjadi fokus penelitian ini dikomunikasikan secara politis sedemikian rupa sehingga keberhasilan maupun kegagalan implementasinya melekat erat pada figur pemimpin yang mencetuskannya. Fenomena ini menempatkan kebijakan publik di bidang gizi bukan hanya sebagai persoalan teknis pembangunan manusia, melainkan sebagai arena komunikasi politik dan tempat membangun *framing* (Entman, 1993), *agenda-setting* (McCombs & Shaw, 1972), personalisasi kepemimpinan (Rahat & Kenig, 2018; Rahat & Sheafer, 2007), klaim kredit politik (Bar & Beeri, 2025; Bello-Gomez & Avellaneda, 2022), dan narasi populis (Castanho Silva et al., 2023; Mudde, 2004) yang saling berinteraksi dalam membentuk legitimasi kebijakan di mata publik. Media massa juga memiliki peran tersendiri di dalam membentuk agenda dan wacana kebijakan publik di era digital (Grossman, 2026).

Komunikasi politik makan bergizi gratis, ditinjau melalui kajian literatur Indonesia, telah berkembang pesat sejak awal 2025. Temuan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa implementasi program MBG pada minggu-minggu awal peluncurannya diwarnai oleh komunikasi yang ekuivokal (*Equivocal communication)*, misalnya, ketidakjelasan informasi mengenai standar gizi, anggaran per porsi, dan mekanisme distribusi yang mamantik dominasi sentimen negatif publik di media sosial (41,2 persen tanggapan negatif dan berbanding 13,1 persen tanggapan positif dari 138.301 unggahan yang dianalisis oleh penelitian Sianturi pada tahun 2025), ditambah lagi kritik tajam terhadap kasus korupsi kepala Badan Gizi Nasional terdahap tata kelola program seperti pengadaan motor listrik, jual beli kepemilikan dapur, kenaikan kasus keracunan murid sekolah setelah memakan MBG, serta adanya tunggakkan pembayaran sebesar 1,6 Trilliun yang kemudian publik membaca ada masalah besar di dalam tata kelola program MBG ini (Arif, 2026; Fahmi, 2025; Mulya, 2026; Sianturi, 2025; SINDOnews.com, 2026; Tussie, 2025). Temuan ini

diperkuat oleh Fidiyanti et al. (2026) yang menggunakan analisis wacana kritis terhadap pemberitaan daring dan menyimpulkan bahwa struktur skematisasi berita MBG secara konsisten memposisikan Presiden Prabowo sebagai agen dominan tunggal di balik setiap capaian positif program. Temuan ini selaras dengan analisis Soeharno et al., 2025 melalui kerangka analisis wacana kritis Fairclough atas pidato resmi pertama Prabowo pascapelantikan, menunjukkan bagaimana relasi kuasa dan strategi personalisasi kepemimpinan telah hadir sejak awal masa jabatannya. Analisis Dzakiyah et al. (2025) mengungkap bahwa komunikasi pemerintah dalam merespons kritik terhadap MBG cenderung bersifat satu arah dan reaktif, sebuah pola yang konsisten dengan temuan lama Idris (2018) bahwa media sosial pemerintah Indonesia secara umum masih diperlakukan sebagai sekadar alat diseminasi informasi satu arah, bukan dialog dua arah, karena komunikasi pemerintah di ruang digital dikendalikan secara institusional, dan belum sepenuhnya dialogis atau partisipatif (Yulia et al., 2026).

Studi implementasi kebijakan menunjukkan kesenjangan antara narasi keberhasilan yang disampaikan secara terpusat dan realitas pelaksanaan di lapangan. Hasil analisis Suprapto et al., (2025) mencatat bahwa peninjauan pada aspek kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan sosial-lingkungan MBG menghadapi tantangan koordinasi lintas kementerian dan kesenjangan data. (Mandache, 2024) serta Hatmi & Widyanti (2025) menunjukkan variasi pelaksanaan di tingkat daerah dan implikasinya terhadap anggaran negara yang berikan ke daerah dalam pengelolaan diperlukan transparansi, pemerintah juga diminta untuk senatiasa menerapkan integrasi antara lembaga nasional hingga lembaga di tingkat lokal dalam proses pelaksanaan guna meningkatkan kosistensi kualitas makanan, sementara Aini et al. (2026) mengonfirmasi dampak positif MBG terhadap konsentrasi belajar siswa sekolah dasar, namun belum menyoroti penguatan tata kelola pada tingkat kebijakan dalam memperluas pelaksaan program pada seluruh sekolah di Indonesia. Haryati & Harahap (2025) menambahkan bahwa *framing* warganet di platform X terhadap MBG terbelah antara dukungan terhadap bentuk kepedulian negara dan skeptisisme pada tata kelola program. Di ranah teori populisme Indonesia, Aspinall (2015) telah lama mengidentifikasi Prabowo Subianto sebagai eksponen "*populisme oligarkis*" yang membangun antagonisme antara "rakyat" dan "elite korup", sementara Ufen, (2024) menegaskan melalui analisis 17 pidato kampanye Prabowo pada 2014 dan 2019 bahwa populismenya berakar pada konsep tipis *(thin ideology)* berupa antagonisme "kawan-lawan" yang fleksibel, dikelilingi elemen ideologis sekunder yang mudah diganti sesuai konteks. Yilmaz et al. (2024) memperluas argumen ini dengan menunjukkan bahwa populisme Prabowo bersifat fluktuatif, berubah bentuk dari populisme ekonomi-nasionalis pada 2014, populisme berbasis Islamisme pada 2019, hingga pascabergabung dengan pemerintahan Jokowi dan terpilih pada 2024 sebuah citra yang jauh lebih moderat dan *pro-status quo* (kadaan sebagaimana adanya saat ini). Mietzner (2020) menempatkan pola kepemimpinan populis semacam ini dalam konteks kemunduran demokratis Indonesia.

Pada komunisai politik program gizi di Brasil dan India. Di mana, literatur mengenai Brasil jauh lebih baik dari Indonesia di beberapa kasus, namun tetap memiliki beberapa celah. Hall (2006) mendokumentasikan transformasi *Fome Zero* menjadi Bolsa Família sebagai program bantuan tunai bersyarat terbesar di dunia, sementara Jean et al., (2025) menunjukkan bahwa kebijakan pangan di Brasil sejak era Vargas hingga pemerintahan Lula-Dilma-Temer-Bolsonaro

mengalami fragmentasi dan diskontinuitas yang erat dengan pergantian orientasi ideologis pemerintah. Zucco (2008, 2013) menunjukkan secara empiris bahwa penerima manfaat program bantuan tunai bersyarat secara konsisten memberikan "imbalan elektoral" kepada presiden petahana, seperti temuan utama pada studi klientelisme, di mana adanya hubungan pertukaran timbal balik yang tidak setara antara aktor politik dengan sumber daya (patron) dengan warga yang memiliki daya tawar yang rendah (klien) dalam membentuk jaringan yang berulang dan bertahan untuk jangka panjang (Kitschelt & Wilkinson, 2007). Leão (2022) memperdalam analisis ini dengan membandingkan bagaimana Brasil dan Meksiko mendesain kemiskinan terlihat jelas, dengan tujuan agar dapat mengimplementasikan program bantuan tunai bersyarat menjadi desain administratif kemiskinan, kemudian sedemikian rupa diarahkan menjadi pilihan politik dari rakyat secara pribadi. Mandache (2024) melalui penelitian etnografis di Timur Laut Brasil menunjukkan bagaimana narasi "Lula sebagai sosok rakyat" dibangun dan direproduksi oleh basis pemilih Partai Buruh sebagai bentuk identifikasi biografis, bukan manipulasi elektoral semata.

Program makanan sekolah nasional milik pemerintah Brasil (PNAE), diperkuat oleh Undang-Undang No. 11.947/2009 (Ceccareli et al., 2023), lalu bertransformasi menjadi kebijakan struktural yang menjamin hak atas pangan yang layak (Sidaner et al., 2013), dengan mekanisme partisipasi sosial melalui Dewan Pangan Sekolah dan pembelian wajib dari petani keluarga sebagai bagian integral desainnya (Silva et al., 2023). Studi komparatif terbaru antara PNAE dan program makan siang sekolah Selandia Baru *(Ka Ora, Ka Ako)* menunjukkan bahwa keterlibatan hukum, masyarakat sipil, serta pembiayaan bersama antara pemerintah federal dan daerah menjadi kunci ketahanan PNAE terhadap pergantian kepemimpinan politik, sementara program-program baru (*Ka Ora, Ka Ako)* hanya bergantung hanya pada satu kementerian sebagai pengelola, jauh lebih rentan terhadap pergeseran prioritas karena adanya ketidakpastian politik di dalam komitmen pelaksanaannya (Aragi et al., 2026). Sebaliknya, di India, transformasi *Midday Meal Scheme* menjadi PM POSHAN pada 2021, dipahami sebagai bagian dari proyek komunikasi politik yang lebih besar yang oleh Sharma & Kanojia (2022) disebut sebagai "kesejahteraan baru", yakni pergeseran dari politik redistribusi berbasis hak menuju politik pemberian manfaat yang dipersonalisasi pada figur pemimpin. Aiyar (2023) dalam analisisnya, mengontraskan figur "warga negara" *(citizen)* yang menuntut hak, dengan figur "penerima manfaat" (*labharthi)* yang secara pasif berterima kasih kepada kepemimpinan partai. Namun demikian, audit kinerja resmi Badan Pemeriksa Keuangan India (Government of India, 2025) atas pelaksanaan POSHAN, *Integrated Child Development Services*, dan *Mid-Day Meal* menemukan kesenjangan implementasi yang signifikan, mulai dari keterlambatan penyaluran dana, kekurangan tenaga gizi, hingga lemahnya pemantauan mutu yang menunjukkan bahwa pelibatan hukum yang kuat (National Food Security Act, 2013) tidak sekaligus menjamin kualitas pelaksanaan di lapangan.

Masuk kepada framing, populisme, personalisasi, dan klaim kredit. Kajian komunikasi politik di bidang kesejahteraan selalu datang dengan beberapa teori yang saling melengkapi, seperti Entman, (1993) yang mendefinisikan *framing* sebagai proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas untuk mempromosikan makna dari sebuah masalah, hubungan sebab-akibat, peninjauan moral, dan solusi, sementara itu, McCombs & Shaw (1972) menunjukkan bahwa media tidak hanya memberi tahu publik tentang apa yang harus dipikirkan, tetapi juga isu apa yang layak

dianggap penting, kemudian, Van Hulst et al. (2025) menegaskan bahwa *framing*, wacana, dan narasi merupakan tiga jalur yang saling terkait namun analisisnya berbeda dalam kebijakan kritis-interpretatif, ketiganya digunakan secara terintegrasi dalam penelitian ini. Pada bidang populisme, Mudde (2004) mendefinisikannya ideologi tipis *(thin-centered ideology)* berperan dalam membelah masyarakat menjadi "rakyat" versus "elite korup," dan dari hasil temuan Jagers & Walgrave (2007) dan de Vreese et al. (2018) menegaskan bahwa populisme lebih tepat dipahami sebagai gaya komunikasi yang dapat digunakan oleh aktor politik dalam derajat yang bervariasi sesuai dengan tujuan penggunaannya, ini sejalan dengan hasil eksperimen Hameleers et al. (2021) di 15 negara Eropa, bahwa *framing* identitas populis secara signifikan mengaktifkan sikap populis warga secara kolektif.

Pada dimensi personalisasi, Rahat & Sheafer (2007) dan Van Aelst et al. (2012) menunjukkan kecenderungan menguatnya individu politisi daripada partai atau institusi dalam pemberitaan media, yang disebut oleh Balmas et al. (2014) menjadi perbedaan antara personalisasi tersentralisasi (kekuasaan terpusat pada satu pemimpin) dan personalisasi terdesentralisasi. Zamir (2024) memperluas kerangka ini ke ranah media sosial di 25 negara demokrasi, dan menemukan bahwa posisi kepemimpinan seorang politisi menjadi faktor penjelas utama personal *branding* di media. Studi kasus empiris atas fenomena ini dapat dilihat pada analisis Eriyanto & Jamil (2026) terhadap unggahan Instagram resmi Prabowo Subianto sepanjang 2015–2024, yang menunjukkan bahwa bingkai kenegarawanan, dikombinasikan dengan simbol patriotik dan asosiasi dengan tokoh berpengaruh, menjadi elemen visual paling dominan dan konsisten di seluruh periode politiknya, sementara bingkai kerakyatan dan kasih sayang muncul secara situasional, memuncak justru pada masa kampanye 2024 menjelang peluncuran MBG.

Berdampingan dengan personalisasi, teori klaim kredit yang dikembangkan Bello-Gomez & Avellaneda (2022) menjelaskan bagaimana eksekutif politik menimbang peluang pengambilan kredit publik terhadap konskuensi pelimpahan kesalahan saat memutuskan mengambil alih atau mempersonalisasi sebuah proyek kebijakan. Sementara itu, Strömbäck & Esser (2014) menyebutkan bahwa media dapat dijadikan wadah untuk mengkomunikasikan kebijakan publik mealui cara yang lebih bervariatif, Licenji (2026) dalam studinya menjelaskan bahwa pelarangan media sosial TikTok di Albania berperan dalam menggeser framing dan legitimasi pemerintah secara sistematis antarfase implementasi kebijakan (pengumuman, penegakan, dan pengembangan kebijakan), sebuah pola yang relevan untuk memahami dinamika komunikasi kebijakan pemenuhan gizi ini dari peluncuran hingga regulasi susulannya.

Masuk kepada celah akademik dan tujuan penelitian, melalui tinjauan literatur di atas, menunjukkan bahwa penelitian mengenai komunikasi politik program gizi publik di ketiga negara sejauh ini didominasi pada satu program dalam satu konteks nasional. Studi Indonesia terkonsentrasi pada fase awal peluncuran MBG dan cenderung deskriptif-evaluatif; lalu studi di Brasil banyak berfokus pada efek elektoral dan kelembagaan PNAE/Bolsa Família tanpa menempatkannya dalam kerangka komunikasi politik komparatif; sementara literatur India lebih banyak membahas "kesejahteraan baru" sebagai fenomena politik-ekonomi ketimbang sebagai fenomena komunikasi. Studi perbandingan lintas negara yang telah ada, seperti perbandingan dua program makan siang sekolah Nigeria oleh Dorlach et al. (2025) atau perbandingan PNAE dan Ka

Ora Ka Ako Selandia Baru oleh Aragi et al. (2026), memberikan acuan metodologis namun belum menyentuh dimensi komunikasi politik personalisasi dan populisme secara eksplisit. Sejauh penelusuran peneliti, belum ditemukan kajian yang secara sistematis membandingkan strategi komunikasi politik ketiga program gizi ini dalam satu kerangka analitis yang mengintegrasikan teori *framing*, populisme sebagai gaya komunikasi, personalisasi kepemimpinan, klaim kredit, dan klientelisme secara bersamaan. Celah akademik inilah yang coba diisi oleh penelitian ini.

Berdasarkan celah tersebut, peneliti merumuskan tiga pertanyaan penelitian: pertama, bagaimana strategi framing, personalisasi, dan narasi legitimasi diterapkan dalam komunikasi politik MBG, PNAE/Bolsa Família, dan PM POSHAN? Kedua, bagaimana konteks kelembagaan dan tipe rezim di masing-masing negara membentuk variasi strategi tersebut? Ketiga, tipologi analitis apa yang dapat dirumuskan untuk memetakan variasi komunikasi politik kebijakan gizi populis lintas negara secara lebih umum? penelitian ini bertujuan menjawab ketiga pertanyaan tersebut sekaligus menawarkan kontribusi teoretis berupa tipologi tiga dimensi personalisasi, kodifikasi kelembagaan, dan narasi legitimasi dominan yang sejauh ini belum tersedia dalam literatur komunikasi politik di bidang kesejahteraan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus komparatif kualitatif (*qualitative comparative case study)* dengan logika *most similar–most different systems design* sebagaimana dirumuskan Lijphart (1971) dan diperkaya oleh prinsip-prinsip metode penelitian politik komparatif (Pierce, 2011). Ketiga kasus di Indonesia, Brasil, dan India, dipilih secara purposif atas dasar kemiripan pada variabel dependen yang hendak dijelaskan (adanya program gizi publik berskala nasional yang dikomunikasikan sebagai proyek unggulan pemerintah) namun berbeda pada variabel independen utama yang diasumsikan berpengaruh, yaitu tipe rezim dan derajat pelembagaan kebijakan: (1) Indonesia merepresentasikan presidensialisme personalis-populis dengan program yang relatif baru dan, hingga lebih dari sepuluh bulan sejak peluncurannya, belum berlandaskan payung hukum setingkat peraturan presiden yang komprehensif; (2) Brasil menunjukan sistem kepartaian yang lebih terlembaga dengan program yang telah dikodifikasi berdasarkan undang-undang sejak lebih dari satu dekade; (3) India menunjukkan program yang telah memiliki payung hukum melalui National Food Security Act, 2013, namun tetap menghadapi persoalan implementasi sebagaimana dilaporkan oleh audit kinerja resmi (Government of India, 2025). Perbandingan ini sejalan dengan studi komparatif kebijakan pangan lintas negara yang memiliki perbedaan kelembagaan, seperti perbandingan dua program di Nigeria oleh Dorlach et al. (2025) dan perbandingan empat negara (India, Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan) oleh Aldrin et al. (2025).

Korpus data penelitian terdiri atas tiga jenis sumber: (1) dokumen dan pernyataan resmi pemerintah, termasuk Peraturan Presiden Nomor. 83 Tahun 2024 Tentang Badan Gizi Nasional, Peraturan Presiden Nomor 115 Tahun 2025 Tentang Tata Kelola Penyelenggaraan Program Makan Bergizi Gratis, siaran pers Badan Gizi Nasional dan Kementerian Koordinator Bidang Pangan, serta pidato dan pernyataan resmi Presiden Prabowo Subianto; (2) pemberitaan media massa daring nasional dan analisis kebijakan dari lembaga pada masing-masing negara sepanjang periode

peluncuran atau titik balik kebijakan program dan (3) studi akademik terdahulu yang telah menganalisis data primer (wawancara, etnografi, analisis wacana, analisis konten, dan analisis sentimen) pada masing-masing kasus, yang digunakan sebagai data sekunder terverifikasi untuk triangulasi temuan. Peneliti tidak melakukan wawancara elite pada penelitian ini; sebagai gantinya, penelitian bertumpu pada sintesis kritis-komparatif atas data dokumenter dan temuan penelitian primer yang telah dipublikasikan, sebuah keterbatasan yang secara eksplisit didiskusikan pada bagian akhir atau penutup.

Teknik analisis data menggunakan analisis framing kualitatif yang diadaptasi dari empat fungsi *framing* Entman (1993) definisi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan rekomendasi penyelesaian dikombinasikan dengan pengodean tematik untuk mengidentifikasi indikator personalisasi sentral figur pemimpin dalam narasi keberhasilan program, sebagaimana yang dijelaskan Rahat & Sheafer (2007), dan konsep yang disajikan secara empiris (*rebranding* Prabowo di media sosial Instagram) oleh Eriyanto & Jamil (2026) dan indikator legitimasi klientelistik versus universalistik (ada-tidaknya kerangka hukum yang menjamin keberlanjutan program di luar siklus elektoral, mengikuti Kitschelt & Wilkinson (2007). Pendekatan ini konsisten dengan analisis kebijakan kritis-interpretatif yang menggabungkan wacana, *framing*, dan narasi (Van Hulst et al., 2025). Ketiga kasus kemudian dibandingkan secara sistematis pada tiga dimensi tersebut untuk menghasilkan tipologi komparatif yang disajikan pada bagian Pembahasan. Sebagai catatan, penelitian ini disusun dari posisi eksternal peneliti tidak berafiliasi dengan pemerintah ketiga negara yang dikaji maupun dengan organisasi pelaksana program. Keterbatasan metodologis lain, termasuk isu penerjemahan lintas bahasa dan asimetri literatur akademik antarkasus, didiskusikan lebih lanjut pada bagian akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Personalisasi dan Keberhasilan Pogram

Temuan paling konsisten dari analisis komparatif ini adalah personalisasi kepemimpinan, terlepas dari perbedaan sistem kepartaian, tradisi kelembagaan, dan tingkat pelembagaan hukum, muncul sebagai elemen komunikasi politik yang hampir universal pada ketiga program. Di Indonesia, temuan analisis wacana kritis Fidiyanti et al. (2026) yang memposisikan Presiden Prabowo sebagai agen dominan tunggal dalam pemberitaan MBG diperkuat secara visual oleh Eriyanto & Jamil (2026), yang menunjukkan bahwa akun Instagram resmi presiden secara konsisten menonjolkan bingkai kenegarawanan (analisis 51,1 persen dari seluruh unggahan rentang waktu 2015-2024), dikombinasikan dengan simbol patriotik dan asosiasi dengan tokoh berpengaruh. Personalisasi ini bahkan memiliki akar biografis eksplisit: dalam pidatonya di Forbes Global CEO Conference pada 15 Oktober 2025, Presiden Prabowo menceritakan pengalaman pribadinya mengunjungi desa-desa dan menyaksikan sendiri anak-anak yang mengalami *stunting* (kondisi gagal tumbuh pada balita akibat kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang, terutama dalam 1.000 Hari Pertama Kehidupan) sebagai pemicu personal di balik gagasan MBG, sekaligus secara eksplisit merujuk India dan Brasil sebagai negara yang telah membuktikan dampak positif program serupa (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2025). Narasi personal ini kembali ditegaskan dalam pernyataannya di acara SPPG Polri Palmerah pada Februari 2026, ketika Presiden

menyatakan keyakinan pribadinya berada "di atas jalan yang benar" di tengah kritik terhadap program MBG (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2026), gabungan antara identitas personal presiden, partai politik pengusung, dan program itu sendiri juga tampak dalam komunikasi partai, misalnya unggahan resmi Partai Gerindra yang menggabungkan nama pribadi presiden, nama partai, dan nama program dalam satu unggahan peninjauan lapangan (Partai Gerakan Indonesia Raya, 2025).

Pola personalisasi yang berbeda ditunjukkan oleh kasus di Brasil. Mandache (2024) menangkap bahwa personalisasi pada program gizi dan bantuan sosial Brasil tumbuh dari identitas biografi Presiden Luiz Inácio da Silva dengan pengalaman kemiskinan dan kelaparan pada masa kecilnya, bukan dari strategi *branding* negara yang disusun terpusat seperi di Indonesia. Personalisasi seperti ini lebih dekat pada kategori yang disebut Balmas et al. (2014) sebagai personalisasi terdesentralisasi, yakni citra pemimpin dibangun melalui narasi personal yang terhubung dengan pengalaman rakyat, bukan melalui simbol kenegaraan dan identitas partai. Karakter personalisasi ini juga tampak bertahan melampaui masa jabatan pemimpin, karena narasi keberpihakan personal Lula pada kelompok miskin tetap melekat pada program bahkan ketika kepemimpinan kepala negara berganti, sebuah pola yang berbeda dari personalisasi terpusat di Indonesia yang terikat erat pada janji kampanye presiden yang menjabat, temuan ini memperkuat argumen (Zamir, 2024) bahwa posisi kepemimpinan menjadi faktor penjelas utama personalisasi dari 3 lintas negara ini, sekaligus menunjukkan bahwa jalur pesonalisasi dapat berbeda meskipun intensitasnya sama-sama tergolong tinggi.

Kasus di India dicatat Pimpalkhare (2026) maupun The Quint (2025) bahwa personalisasi pada Pradhan Mantri Poshan Shakti Nirman (PM POSHAN) dibangun melalui penamaan program itu sendiri, yang secara eksplisit menyisipkan jabatan perdana menteri ke dalam identitas resmi program sebagai "proyek personal Perdana Menteri,", sebuah bentuk *backronym* yang menempatkan figur kepemimpinan nasional pada inti narasi program sejak pada tahap penamaan kebijakan. Pembingkaian ini konsisten dengan kategori personalisasi tersentralisasi (Balmas et al., 2014), karena legitimasi program secara simbolik ditambatkan pada jabatan tertinggi eksekutif, meskipun payung hukumnya National Food Security Act, 2013, disusun jauh sebelum era kepemimpinan yang kini paling diasosiasikan dengan program tersebut. Kontras ini menegaskan bahwa personalisasi dan kodifikasi kelembagaan merupakan dua proses yang dapat berjalan secara independen, kodifikasi hukum India tidak mencegah program tersebut dibingkai ulang sebagai personal pemimpin yang sedang menjabat (Aiyar, 2023; Sharma & Kanojia, 2022). Dengan demikian, dari sini sudah jelas, bahwa personalisasi kepemimpinan bukan produk tunggal dari satu mekanisme, melainkan hasil dari kombinasi berbeda antara *branding* terpusat, identifikasi biografis akar rumput, dan penamaan kebijakan itu sendiri, yang pada gilirannya membuka ruang bagi kodifikasi kelembagaan untuk berperan sebagai faktor pengondisi. Kombinasi ketiga kasus di Indoensia, Brasil, dan India, menunjukkan bahwa personalisasi komunikasi kebijakan gizi bukan sekadar produk satu tipe rezim tertentu, melainkan pola yang dapat muncul melalui jalur berbeda: dari atas (*branding* negara/partai di Indonesia dan India) maupun dari bawah (identifikasi biografis akar rumput di Brasil).

Persoalan Implementasi Program di Indonesia, Brasil, dan India

Risiko ambiguitas di Indonesia, kodifikasi sebagai jaminan keberlanjutan di Brasil, dan batas kodifikasi sebagai jaminan implementasi di India. Temuan mengenai rancunya komunikasi MBG pada minggu-minggu awal peluncuranya Sianturi (2025) diperkuat oleh kronologi regulasi program tersebut. Badan Gizi Nasional sesungguhnya dibentuk melalui Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2024 yang ditandatangani Presiden Joko Widodo pada 15 Agustus 2024, sebelum pelantikan Presiden Prabowo pada Oktober 2024 (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2024) sehingga fondasi kelembagaan MBG sesungguhnya diwariskan dari pemerintahan sebelumnya, sementara personalisasi dan legitimasi politiknya diklaim penuh oleh pemerintahan baru (Pemerintahan Prabowo). Kesenjangan antara asal usul kelembagaan dan asal usul narasi ini penting secara teoritis, karena ia menunjukkan bahwa personalisasi komunikasi dapat berjalan independen bahkan mendahului proses kodifikasi hukum yang sebenarnya menjadi dasar legalnya, sebuah pola yang konsisten dengan risiko yang diperingatkan dalam kerangka klaim kredit (Bello-Gomez & Avellaneda, 2022), yakni pemimpin mengambil alih legitimasi atas capaian yang sebagian fondasinya bukan hasil kerjanya sendiri. Lebih penting lagi, peraturan presiden yang secara spesifik mengatur tata kelola penyelenggaraan MBG, yaitu Peraturan Presiden Nomor 115 Tahun 2025, baru diterbitkan sekitar sepuluh bulan setelah program tersebut mulai berjalan pada Januari 2025, sebagaimana dikonfirmasi oleh Kepala Badan Gizi Nasional sendiri dalam pernyataan yang dikutip Ramadhan (2025) di Website Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Jeda sepuluh bulan antara peluncuran program dan terbitnya regulasi tata kelola ini bukan sekedar keterlambatan administratif, melainkan jeda waktu ketika komunikasi publik tentang program berjalan tanpa jangkar hukum yang jelas mengenai mekanisme pertanggungjawaban, standar mutu, dan pembagian kewenangan antarlembaga. Konsekuensi empiris dari kekosongan ini digambarkan oleh Theodora (2025) dari anggaran Rp171 triliun tahun 2025, hanya sekitar Rp3 triliun yang terserap hingga pertengahan tahun, menjangkau kurang dari 4 juta dari target 17 juta penerima manfaat, disertai lebih dari 6.000 kasus keracunan makanan yang tercatat hingga September 2025 (Kompas.com, 2025), sebuah pola yang dikritik karena regulasi yang akhirnya terbit dinilai terlampau sempit, karena hanya mengatur tata kelola pangan tanpa menyentuh akuntabilitas kelembagaan yang lebih mendasar. Bahkan hingga Mei 2026, Badan Gizi Nasional masih menyusun empat rancangan peraturan strategis turunan (Badan Gizi Nasional, 2026), menunjukkan proses penyusunan payung hukum yang komperhensif baru akan di rumuskan belakangan setelah program telah jalankan di lapangan, bukan sebagai prasyarat sebelum program diluncurkan secara masif.

Pola ini Berbeda dengan Brasil, tempat PNAE disusun melalui Undang-Undang No. 11.947/2009 (Ceccareli et al., 2023) yang menetapkan standar menu, persentase minimum pembelian dari petani keluarga, dan mekanisme pengawasan sosial melalui Dewan Pangan Sekolah jauh sebelum ekspansi besar-besaran program (Sidaner et al., 2013). Dengan kata lain, di Brasil kodifikasi hukum mendahului dan membingkai implementasi, sedangkan di Indonesia implementasi mendahului dan berjalan tanpa kodifikasi yang memadai. Namun demikian, perbandingan dengan India menunjukkan bahwa penyusunan hukum yang kuat tidak serta-merta menghilangkan multitafsir atau risiko implementasi. PM POSHAN telah memiliki payung hukum

melalui (National Food Security Act, 2013), tetapi audit kinerja resmi Badan Pemeriksa Keuangan India (Government of India, 2025) terhadap pelaksanaan POSHAN, *Integrated Child Development Services,* dan *Mid-Day Meal* menemukan persoalan serius dalam penyaluran dana, kekurangan tenaga gizi, dan lemahnya sistem pemantauan mutu di lapangan.

Kontras antara Indonesia dan India ini penting untuk menegaskan batas argumen penelitian ini, keduanya sama-sama mengalami persoalan pelaksanaan, tetapi seumber persoalannya berbeda. Di Indonesia, persoalan bersifat naratif komunikatif, yakni ambiguitas yang muncul karena mandat hukum belum tersedia ketika keberhasilan komunikasi program sudah digaungkan ke publik. Di India, persoalan bersifat administratif implementatif, yakni kodifikasi hukum sudah memadai, tetapi kapasitas birokrasi dan pengawasan lapangan yang lemah menghambat pelaksanaan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa dimensi kodifikasi kelembagaan dalam tipologi penelitian ini perlu dibaca sebagai jaminan atas kejelasan mandat dan keberlanjutan hukum, bukan sebagai jaminan atas mutu pelaksanaan di lapangan. Bagi Indonesia, temuan ini mengandung implikasi ganda, di mana, penguatan payung hukum diperlukan untuk mengurangi ambiguitas komunikasi sebagaimana dicontohkan Brasil, tetapi penguatan hukum semata tidak cukup tanpa disertai penguatan kapasitas implementasi, sebagaimana diperingatkan oleh kasus di India.

Institusionalisasi Brasil sebagai Cermin bagi Indonesia dan India

Zucco (2008, 2013) menunjukkan bahwa penerima manfaat program bantuan tunai bersyarat Brasil secara konsisten memberikan imbalan elektoral kepada presiden petahana memang sejalan dengan Kitschelt & Wilkinson (2007) hal ini diklasifikasikan sebagai klientelisme elektoral klasik, sebagai pertukaran partikularistik di mana bantuan sosial berfungsi sebagai barang privat yang bersyarat loyalitas politik. Namun, hal ini hanya menangkap dimensi transaksional pada tahun-tahun awal Bolsa Família dan berpotensi statis untuk jangka panjang dalam proses pengembangannya, Leão (2022) menunjukkan bahwa Brasil dan Meksiko, meski sama-sama memulai program bantuan tunai bersyarat pada pertengahan 1990-an dengan tantangan yang serupa, menempuh jalur kelembagaan yang berbeda dalam "membuat kemiskinan terlihat" secara administratif, sebuah pilihan politik yang pada akhirnya membentuk tingkat legitimasi yang bersifat umum, dan tidak sekedar melekat pada presiden yang sedang menjabat.

Hal ini menjadi lebih jelas ketika dasar hukumnya ditelusuri secara langsung. Program Makan Siang Sekolah Nasional Brasil (PNAE) bukanlah inisiatif eksekutif yang bersifat diskresioner, melainkan hak yang dijamin Undang-Undang No. 11.947/2009 secara eksplisit mengkodifikasi pemberian makan sekolah sebagai *"direito dos alunos da educação básica pública e dever do Estado"* (hak siswa dan kewajiban negara) sehingga program ini tertanam dalam undang-undang yang dibahas melalui Kongres, bukan dalam dekrit yang dapat direvisi secara sepihak oleh eksekutif. Recine & Patel (2025) mencatat bahwa Brasil berhasil keluar dari Peta Kelaparan PBB pada 2025 melalui pendekatan kedaulatan pangan dan pertanian keluarga yang terintegrasi dengan kebijakan sekolah, sebuah narasi keberhasilan yang dibingkai bukan sebagai pemberian personal presiden, melainkan sebagai hak konstitusional yang dijamin negara secara kolektif dan lintas-generasi pemerintahan. Dengan kata lain, rantai kausalnya berjalan dari kodifikasi hukum

menuju penurunan salience elektoral bagi petahana menuju keberlangsungan lintas pemerintahan dengan orientasi politik yang membedakan politik kesejahteraan yang terinstitusionalisasi dari pertukaran klintelistik.

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) di Indonesia berapa pada posisi yang secara struktural mirip dengan Bolsa Família pada awal tahun 2000-an, ketika legitimasi program masih sangat bertumpu pada presiden yang menjabat dan belum memiliki jaminan hukum yang independen dari siklus elektoral. Ini bukan sekedar klaim interpretatif, melainkan fondasi kelembagaan MBG yang bertumpu pada Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2024, yang kemudian membentuk Badan Gizi Nasional, dan Peraturan Presiden Nomor 115 Tahun 2025, yang mengatur tata kelola penyelenggaraan program. Kedua instrumen tersebut adalah peraturan eksekutif yang diterbitkan tanpa disertai undang-undang dari parlemen, di mana, status hukum yang satu tingkat lebih lemah dibandingkan Undang-Undang No. 11.947/2009 milik Brasil maupun National Food Security Act 2013 milik India, yang keduanya melalui pembahasan legislatif dan karenanya jauh lebih sulit diinisiasi secara sepihak oleh satu pemerintahan.

Sarjito (2024) membingkai MBG bukan semata sebagai kebijakan gizi, melainkan sebagai strategi pengembangan sumber daya manusia untuk mendukung pertahanan nasional, sebuah *framing* yang menghubungkan program dengan kepentingan negara jangka panjang, bukan hanya keuntungan elektoral jangka pendek. Namun, pembingkaian ulang ini beroperasi pada level komunikasi politik, bukan penambatan hukum, di mana, ini menarasikan MBG seolah-olah sudah menjadi proyek negara, tanpa disertai jaminan kelembagaan yang benar-benar menjadikannya lengkap sebagai satu kebijakan yang utuh. Risiko yang timbul dari kondisi ini bersifat struktural, (bukan sekedar retoris). Tanpa kodifikasi dalam undang-undang, MBG tetap rentan terhadap diskresi anggaran dan pergantian pemerintahan dengan cara yang tidak dialami PNAE sejak 2009, membuka kemungkinan bahwa legitimasi program ini tetap terikat secara spesifik pada pemerintahan Prabowo, bukan pada negara Indonesia sebagai entitas politik yang berkelanjutan.

India menghadirkan penyimpangan yang instruktif dari pola Brasil, PM POSHAH bertumpu pada instrumen hukum yang setara kuatnya melalui National Food Security Act 2013, menjadi sebuah undang-undang hasil pembahasan di parlemen, bukan peraturan eksekutif, namun kekuatan hukum ini tidak menggantikan komunikasi politik yang bersifat personalistik. Sharma & Kanojia (2022) mencatat bahwa program tersebut tetap dinarasikan melalui wacana "kesejahteraan baru" yang melekat pada kepemimpinan yang sedang berkuasa, sementara Pimpalkhare (2026) menunjukan bahwa nama program itu sendiri berfungsi sebagai *backronym* politik, yang menanamkan *branding* personalistik langsung ke dalam identitas kelembagaan program, bukan hanya pada pesan promosinya.

Temuan ini membuktikan bahwa institusionalisasi hukum dan personalisasi komunikasi bukanlah dua variabel yang saling meniadakan pada satu kontinum tunggal, melainkan dapat beroperasi sebagai dua jalur yang berjalan paralel, di mana, satu mengatur daya tahan program (kepastian untuk bertahan melewati pergantian administrasi dan siklus elektoral), yang mengatur pembingkaian diskursifnya (kepada modal politik siapa program itu mengabdi). Dibaca bersama, ketiga kasus ini menunjukkan bahwa institusionalisasi dan personalisasi sebaiknya diperlakukan sebagai dua dimensi yang berbeda secara analitis, bukan dua kutup yang berlawanan pada satu

lintasan tunggal. Brasil menggambarkan lintasan dari instumentalisasi klientelistik menuju hak konstitusional, disertai penurunan ketergantungan elektoral yang spesifik pada petahana. Indonesia berada pada posisi yang kurang lebih pernah dilalui Brasil dua dekade lalu, di mana, secara administratif sudah berjalan, tetapi secara hukum baru tertambat pada peraturan eksekutif, dan karenanya rentan terhadap isu personalistik yang belum diamankan secara kelembagaan oleh misalnya *framing* pertahanan nasional dari Sarjito (2024). India, sebaliknya, menunjukkan bahwa penambatan dalam undnag-undang adalah kondisi yang penting, tatapi tidak cukup, untuk menghasilkan politik kesejahteraan yang bebas personalisasi, berbasis hukum parlementer PM POSHAN tidak mencegah program itu gunakan untuk *branding* pencapaian pemimpun yang sedang berkuasa. Temuan komparatif ini menyempurnakan asumsi yang implisit dalam sebagian literatur bantuan tunai bersyarat Kitschelt & Wilkinson, 2007; Zucco, 2008, 2013, bahwa desain kelembagaan semata menentukan karakter politik sebuah program, sebaliknya, interaksi antara kodifikasi hukum dan strategi komunikasi yang menyertainya, bukan salah satu faktor secara terpisah, yang pada akhirnya menetukan apakah sebuah program kesejahteraan dipahami sebagai hak negara atau sebagai pemberian presiden.

Media, Klaim Kredit, dan Kontestasi Naratif Publik

Sentimen negatif yang direkam Sianturi (2025) dan keterbelahan *framing* warganet yang ditemukan Haryati & Harahap (2025) menunjukkan bahwa ruang media sosial Indonesia menjadi arena kontestasi aktif atas narasi MBG, bukan sekadar wadah komunikasi satu arah pemerintah. Pola kontestasi semacam ini konsisten dengan argumen Licenji (2026) bahwa kebijakan publik yang kontroversial dapat menggeser framingnya, seiring waktu, pada kasus MBG, pergeseran itu tampak dari framing perlindungan dan keamanan gizi anak pada tahap peluncuran, menuju ke *framing* tata kelola dan akuntabilitas pelaksanaan begitu persoalan implementasi mulai mencuat ke publik. Pergeseran ini dapat dijelaskan melalui kerangka teori klaim kredit Bello-Gomez & Avellaneda (2022), (teori ini berakar pada logika klasik *blame avoidance*) di mana, politisi pada dasarnya lebih terdorong menghindari kesalahan, karena pemilih cenderung lebih sensitif terhadap keerugian daripada terhadap keuntungan. Mengambil klaim kredit personal atas sebuah kebijakan, daripada membiarkannya melekat pada institusi atau kabinet secara kolektif, karena itu bukan pilihan tanpa risiko, semakin personal klaim keberhasilan diambil, semakin personal pula atribusi kegagalan yang harus ditanggung ketika kebijakan tersandung dalam pelaksanaanya. Personalisasi MBG oleh Presiden Prabowo dapat dibaca melalui logika ini sebagai keputusan strategis mengambil kredit penuh atas sebuah kebijakan berisiko tinggi, sebuah pilihan yang memaksimalkan potensi pengakuan publik pada masa kampanye maupun awal pemerintahan, namun sekaligus membuat presiden secara pribadi menanggung risiko atribusi kesalahan ketika insiden keracunan makanan dan keterlambatan distribusi mencuat ke publik (Arif, 2026; Kompas.com, 2025). Dengan kata lain, strategi komunikasi yang sama yang memperkuat legitimasi personal pada tahap awal, berubah menjadi liabilitas personal begitu kesenjangan antara narasi dan pengalaman warga mulai terlihat.

Kontestasi naratif serupa, meski dengan intensitas yang berbeda dari sisi hasil elektoralnya, juga tampak di India. Sampath (2025) dan juga Biswas (2026) menemukan pergeseran wacana

welfare politics India dari "janji" (*promise*) menuju "klaim penyampaian" (*delivery as politics*), di mana, implementasi nyata di lapangan, bukan lagi sekedar retorika kampanye, menjadi mata uang politik utama. Namun, secara mengejutkan, riset Louise Tillin yang dikutip Biswas (2026) menemukan bahwa *branding* kesejahteraan personalistik semacam ini mulai kehilangan daya tarik elektoralnya pada 2026, terbukti dari kekalahan sejumlah partai penguasa yang memiliki rekam jejak penyampaian kebijakan yang kuat. Temuan ini memberi nuansa penting bagi argumen personalisasi dalam penelitian ini, sekaligus menyempurnakan logika klaim kredit yang dibahas pada kasus Indonesia. Jika di Indonesia klaim kredit personal baru memasuki fase risiko atribusi kesalahan, kasus India menunjukkan tahap lanjutannya, strategi personalisasi komunikasi kebijakan gizi bukanlah resep keberhasilan elektoral yang berlaku selamanya, melainkan strategi yang berpotensi mengalami "kelelahan" (*fatigue*) seiring waktu, terutama ketika klaim personal tidak lagi sebanding dengan pengalaman langsung warga atas kualitas pelaksanaan kebijakan. Dengan kata lain, teori klaim kredit tampaknya memiliki batas berlaku yang bersifat temporal, efek memaksimalkan legitimasi pada fase peluncuran ketika ekspansi publik masih tinggi dan pengalaman implementasi belum terakumulasi, tetapi berbalik menjadi beban elektoral begitu kesenjangan antara klaim dan penyampaian nyata semakin terlihat oleh pemilih.

Di Brasil, sebaliknya, narasi keberhasilan PNAE relatif tidak terlalu terkontestasi secara personal karena program ini telah lama dilembagakan sebagai kebijakan negara lintas pemerintahan (Recine & Patel, 2025; Sidaner et al., 2013). Karena hak atas alimentasi sekolah sudah dijamin undang-undang sejak 2009, kegagalan teknis dalam pelaksanaan, misalnya persoalan pembiayaan daerah atau mutu pangan di sekolah tertentu, tidak secara otomatis dibaca publik sebagai kegagalan personal presiden yang sedang menjabat. Kontestasi publik di Brasil karenanya lebih banyak terpusat pada isu teknis pembiayaan dan mutu pangan, ketimbang legitimasi personal kepemimpinan, pola yang berbeda tajam dari Indonesia dan India, di mana personalisasi komunikasi kebijakan membuat kegagalan teknis jauh lebih mudah dibaca sebagai kegagalan personal pemimpin. Perlu dicatat bahwa perbandingan ini memiliki keterbatasan, lanskap media dan durasi institusionalisasi Brasil berbeda secara signifikan dari Indonesia dan India, sehingga rendahnya kontestasi personal di Brasil tidak dapat disimpulkan semata-mata sebagai efek dari kodifikasi hukum PNAE, faktor lain seperti kematangan sistem pers dan panjangnya rentang waktu sejak institusionalisasi juga berpotensi menjadi variabel penjelas yang bersaing.

Ketiga kasus ini memperkaya argumen institusionalisasi versus personalisasi pada bagian sebelumnya dengan menambahkan satu dimensi baru, dimensi temporal-elektoral dari klaim kredit. Institusional Brasil tidak hanya menjamin keberlangsungan kebijakan lintas pemerintahan, tetapi juga berfungsi sebagai semacam asuransi politik yang melindungi presiden yang sedang menjabat dari atribusi kesalahan personal atas kegagalan teknis. Indonesia dan India, yang mempersonalisasi program pangan andalan mereka dengan derajat yang berbeda, justru mengekspos pemimpinnya pada pertukaran klaim kredit yang telah dinetralisasi oleh kerangka kelembagaan Brasil, dan kasus di India lebih jauh menunjukkan bahwa pertukaran ini bersifat dinamis, menjadi keuntungan elektoral dari personalisasi bisa berbalik menjadi kerugian begitu di *delivery gap* terakumulasi dan terlihat oleh pemilih. Temuan ini menegaskan bahwa personalisasi

komunikasi kebijakan gizi bukan sekedar pilihan retoris yang netral secara elektoral, melainkan taruhan politik dengan jangka waktu kadaluwarsa yang, sejauh ini, hanya berhasil dihindari oleh negara yang telah melembagakan kebijakannya sebagai hak negara, bukan pemberian personal.

Personalisasi, Kodifikasi, dan Narasi Legitimasi

Gabungan dari temuan di atas menghasilkan tipologi komparatif tiga dimensi sebagai kontribusi teori utama penelitian ini, di mana, dimensi pertama adalah tingkat personalisasi kepemimpinan dalam narasi komunikasi program, yakni sejauh mana keberhasilan program dikaitkan dengan figur pemimpin, bukan dengan institusi penyelenggara. Dimensi kedua adalah tingkat kodifikasi kelembagaan hukum, yakni sejauh mana mandat, pendanaan, dan tata kelola program diikat dalam instrumen hukum yang menjamin keberlanjutannya di luar siklus elektoral. Dimensi ketiga adalah dominasi narasi legitimasi, yakni dasar pembenaran yang digunakan untuk menyakinkan publik bahwa program layak untuk ada, baik berupa janji politik, hak warga, maupun gagasan kesejahteraan.

Tabel 1. Tipologi Komparatif Komunikasi Politik Gizi publik (Indonesia, Brasil, India)

Dimensi	Indonesia (MBG)	Brasil (PNAE/Bolsa Família)	India (PM POSHAN)
Tingkat personalisasi	Tinggi: narasi biografis presiden, gabungan dari program partai dan janji kampanye Prabowo (Eriyanto & Jamil, 2026; Fidiyanti et al., 2026)	Sedang-tinggi: secara historis, namun personalisasi tumbuh dari identifikasi realita latar belakang akar rumput masyarakat Brasil, bukan branding figur kepala negara (Mandache, 2024)	Tinggi: branding backronym dan narasi "proyek personal" dari Perdana Menteri (Pimpalkhare, 2026; The Quint, 2025)
Tingkat kodifikasi kelembagaan	Rendah: Perpres tata kelola baru terbit sekitar 10 bulan pasca peluncuran; regulasi turunan masih disusun hingga 2026	Tinggi: sudah membentuk regulasi terkait pelaksaan tingkat teknis melalui UU No. 11.947/2009, dua dekade lebih di kendalikan oleh kelembagaan (Sidaner et al., 2013)	Tinggi: secara hukum sudah siap (NFSA 2013), tetapi kualitas pelaksanaan belum terlalu memperhatikan teknis di lapangan(Government of India, 2025)

Dominasi narasi legitimasi	Janji kampanye personal, ekuivokal, dan belum sepenuhnya berbasis realita kebutuhan masyarakat Indonesia secara keseluruhan (Sarjito, 2024; Sianturi, 2025)	Hak konstitusional atas pangan yang layak dan kedaulatan pangan (Hall, 2006; Recine & Patel, 2025)	Hibrida: hak berbasis undang-undang yang dibingkai ulang sebagai "kesejahteraan baru" yang dipersonalisasi ke dalam pribadi dan partai dari PM India (Aiyar, 2023; Sharma & Kanojia, 2022)

Sumber: disusun oleh penulis, 2026

Pada dimensi personalisasi, ketiga kasus menempati posisi sedang hingga tinggi, tetapi sumbernya berbeda. Di Indonesia, personalisasi bersandar pada narari biografis presiden dan gabungan dari identitas partainya ke dalam program populis (Makan Bergizi Gratis) (Eriyanto & Jamil, 2026; Fidiyanti et al., 2026). Di India, personalisasi dibangun melalui branding yang terpusat, termaksuk penamaan berbentuk *backronym* dan pembingkaian program sebagai proyek personal perdana menteri (Pimpalkhare, 2026; The Quint, 2025) . Brasil menunjukan personalisasi tumbuh dari indentifikasi latar belakang akar rumput, bukan sekedar dari branding figur kepala negara (Mandache, 2024). Perbedaan ini menunjukkan bahwa personalisasi yang sama-sama tinggi belum tentu berasal dari mekanisme yang sama, sehingga dampaknya terhadap program yang tidak dapat diasumsikan sama dalam pelaksanaan di masing-masing negara.

Pada dimensi kodifikasi, sangat terlihat kontras antara kasus di Indonesia berada pada posisi rendah, karena Perpres tata kelola makan bergizi gratis baru terbit sekitar sepuluh bulan setelah peluncuran dan regulasi turunannya masih disusul hingga 2026. Brasil berada pada posisi tinggi, ditopang UU No. 11.947/2009 dan lebih dari dua dekade dikendalikan oleh kelembagaan sehingga tidak terikat pada figur kepala negara sebagai janji kampanye karena sudah menjadi program berdasarkan hak pemenuhan pangan yang layak (Sidaner et al., 2013). India tergolong tinggi secara hukum melalui National Food Security Act, 2013, tetapi kualitas pelaksanaannya lemah karena kurang memperhatikan kendala teknis di lapangan (Government of India, 2025) seperti kebutuhan atas tenaga ahli yang sudah terlatih dan beberapa temuan yang sudah disebutkan pada bagian pendahuluan penelitian ini. Temuan terakhir ini menunjukkan bahwa kodifikasi hukum yang kuat tidak otomatis menghasilkan implementasi yang baik, sehingga dimensi ini perlu dibaca sebagai pelaksanaan dibidang formal, bukan mutu pelaksanaan di lapangan.

Pada dimensi narasi legitimasi, perbedaanya terletak pada tempat legitimasi ditambatkan. Di Indonesia, MBG dilegitimasi terutama melalui janji kampanye melekat pada personal yang bersifat ekuivokal yang artinya disebutkan pada saat janji kampanye namun pelaksanaannya tanpa persiapan dan payung hukum yang sudah selesai dijadikan dasar hukum untuk pengalokasian anggaran maupun tata kelola (Sarjito, 2024; Sianturi, 2025), sehingga pada penelitian ini, kebijakan MBG ini seperti program yang spontan dilaksanakan tanpa persiapan yang matang. Di

Brasil, legitimasi ditambatkan pada hak konstitusional atas pangan yang layak dan gagasan kedaulatan pangan (Hall, 2006; Recine & Patel, 2025). India menyampaikan bentuk hibrida (percampuran dua bentuk), yakni hak berbasis undang-undang yang dibingkai ulang sebagai "kesejahteraan baru" yang dipersonalisasi (Aiyar, 2023; Sharma & Kanojia, 2022). Secara analitis, narasi berbasis hak menambatkan legitimasi pada kewajiban negara yang bertahan melampaui pemegang jabatan, sedangkan narasi janji menambatkan pada pihak yang berjanji. Tipologi ini menunjukkan bahwa personalisasi kepemimpinan bersifat hampir universal di ketiga rezim yang berbeda (Indoensia, Brasil, India), sejalan dengan temuan Zamir (2024) mengenai personalisasi daring. Namun, kodifikasi kelembagaan berperan sebagau faktor pengondisi yang penting. Kodifikasi tidak menghilangkan personalisasi, sebagaimana diilustrasikan kasus di India, tetapi mengurangi risiko ambiguitas naratif dan meningkatkan ketahanan program terhadap pergantian kepemimpinan politik, sebagaimana yang diterapkan di Brasil.

Implikasinya bagi Indonesia MBG menghadapi kombinasi tisiko berupa personalisasi tinggi, kodifikasi rendah, dan narasi legitimasi yang bertumpu pada janji personal. Menurut kerangka klaim kredit (Bello-Gomez & Avellaneda, 2022), kombinasi ini menempatkan legitimasi program pada posisi paling rentan terhadap fluktuasi popularitas personal presiden, bukannya bertumpu pada legitimasi kelembagaan yang lebih stabil. Ketiga dimensi saling menguatkan, di mana, personalisasi tinggi tanpa kodifikasi dan tanpa narasi berbasis hak membuat makna dan keberlanjutan program seperti bergantung pada satu figur. Dengan demikian, kontribusi tipologi ini terletak pada pergeseran cara membaca personalisasi, dari gejala tunggal menjadi bagian dari konfigurasi tiga dimensi. Perbedaan kualitas pelaksanaan antara Brasil dan India, yang sama-sama berkodifikasi tinggi, juga menunjukkan bahwa dimensi kodifikasi perlu dilengkapi indikator kapasitas implementasi pada penelitian lanjutan. Tipologi ini dipahami sebagai alat metode untuk mencari solusi, di mana, posisi tiap kasus merupakan penilaian terstruktur berbasis rekam jejak di media, peraturan tata kelola kebijakan, dan studi literatur dari masing-masing negara.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menjawab tiga pertanyaan penelitian mengenai komunikasi politik program gizi publik di Indonesia, Brasil, dan India. Pertama, mengenai strategi *framing* dan personalisasi, temuan menunjukkan bahwa ketiga negara secara konsisten memobilisasi personalisasi kepemimpinan sebagai inti narasi keberhasilan program, meskipun melalui jalur yang berbeda: *branding* negara/partai yang terpusat di Indonesia dan India, serta identifikasi biografis akar rumput di Brasil. Pola ini sejalan dengan tipologi personalisasi politik yang dikembangkan Rahat & Sheafer (2007), yang membedakan personalisasi institusional, di mana, pergeseran struktural kekuasaan dari partai ke individu pemimpin, kemudian dari personalisasi pada level media dan perilaku warga, di mana sosok pemimpin menjadi lensa utama masyarakat memaknai kebijakan publik. Ketiga negara memperlihatkan kombinasi dari bentuk-bentuk personalisasi tersebut dengan penekanan yang berbeda: Indonesia dan India cenderung menampilkan personalisasi yang lebih bersifat institusional-simbolik melalui asosiasi nama program dengan kepala negara/partai yang berkuasa saat itu, sementara Brasil menampilkan personalisasi yang lebih berakar pada narasi biografis personal figur pemimpinnya. Temuan ini

juga menegaskan bahwa personalisasi politik adalah konsep multidimensi yang kerap dipahami secara tidak seragam dalam literatur, sehingga pembedaan jalur personalisasi antarnegara dalam penelitian ini memberikan kejelasan konseptual tambahan bagi studi komparatif komunikasi politik kesejahteraan.

Kedua, mengenai peran konteks kelembagaan, derajat kodifikasi hukum terbukti menjadi variabel penting yang membedakan risiko ambiguitas komunikasi di Indonesia dari risiko implementasi teknis di India, sementara pelembagaan jangka panjang di Brasil terbukti memberikan ketahanan program terhadap pergantian kepemimpinan politik. Temuan ini diperkuat bukti empiris dari kasus PNAE: kajian Sidaner et al. (2013) menunjukkan bahwa kombinasi kepemimpinan pemerintah yang konsisten, kerangka regulasi yang kuat, partisipasi masyarakat sipil, dan koordinasi lintas sektor menjadi determinan utama keberlanjutan sistem ketahanan pangan dan gizi terintegrasi di Brasil. Upaya pelemahan (*dismantling*) sejumlah kebijakan pangan dan gizi pada masa pemerintahan Bolsonaro secara ideologis berseberangan dengan pemerintahan sebelumnya yang menginisiasi program-program tersebut, menemukan bahwa PNAE menunjukkan tingkat ketahanan tertinggi dibandingkan program sejenis lainnya, ditopang oleh subsistem kelembagaan yang telah mapan serta pakta federatif yang mengikat pemerintah pusat dan daerah untuk tetap menjalankan program meski terjadi pergantian arah politik nasional. Bukti ini secara langsung mengonfirmasi argumen penelitian ini bahwa kodifikasi hukum yang kuat, sebagaimana termanifestasi dalam UU No. 11.947/2009, berfungsi sebagai jangkar institusional yang melampaui siklus elektoral maupun preferensi personalisasi presiden yang sedang berkuasa.

Ketiga, penelitian ini menawarkan tipologi tiga dimensi: personalisasi, kodifikasi kelembagaan, dan narasi legitimasi, sebagai kontribusi teoretis yang mengisi celah akademik pada literatur komparasi komunikasi politik di bidang kesejahteraan. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi politik sebuah program kesejahteraan publik tidak dapat dipahami semata dari kualitas narasinya, melainkan juga dari sejauh mana narasi tersebut ditopang atau justru rentan terhadap kerapuhan struktur kelembagaan yang menaunginya. Implikasi kebijakan dari temuan ini relevan khususnya bagi Indonesia. Pertama, penguatan payung hukum MBG setingkat undang-undang atau peraturan presiden yang komprehensif, mengikuti model Undang-Undang No. 11.947/2009 di Brasil, berpotensi mengurangi multitafsir komunikasi dan meningkatkan ketahanan program terhadap siklus elektoral maupun pergantian kepemimpinan di masa depan. Perkembangan terbaru menunjukkan bahwa sebagian dari rekomendasi ini telah mulai direspons pemerintah: pada 17 November 2025, Presiden menetapkan Peraturan Presiden Nomor 115 Tahun 2025 tentang Tata Kelola Penyelenggaraan Program Makan Bergizi Gratis, yang antara lain mengatur penyelenggaraan program, mekanisme pemantauan, pengawasan, pengendalian, evaluasi, dan pelaporan, serta ketentuan pendanaan dan pengadaan barang/jasa. Kehadiran Perpres ini merupakan langkah maju dari kekosongan payung hukum yang sebelumnya banyak disoroti DPR maupun organisasi masyarakat sipil. Namun karena berbentuk peraturan presiden dan bukan undang-undang, kekuatan dan keberlanjutan hukumnya tetap lebih rentan terhadap perubahan kebijakan eksekutif dibandingkan UU No. 11.947/2009 Brasil. Dengan demikian, agenda penguatan kodifikasi hukum MBG ke level undang-undang tetap relevan sebagai

langkah lanjutan, sekaligus membuka agenda riset baru untuk menguji efektivitas Perpres No. 115/2025 dalam praktik.

Kedua, transparansi anggaran per porsi dan mekanisme distribusi secara terstandardisasi dan dipublikasikan secara berkala, mengikuti model transparansi data fisik dan finansial PNAE, dapat mengurangi sentimen negatif publik yang teridentifikasi oleh temuan Sianturi (2025). Ketentuan pendanaan dan pengadaan barang/jasa yang kini turut diatur dalam Perpres No. 115/2025 membuka peluang penerapan rekomendasi ini, namun efektivitasnya akan sangat bergantung pada konsistensi implementasi di tingkat Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) di lapangan, mengingat kajian Sidaner et al. (2013) menegaskan bahwa keberhasilan sistem transparansi PNAE tidak lahir dari regulasi semata, melainkan dari interaksi berkelanjutan antara kepemimpinan pemerintah, partisipasi masyarakat sipil, dan koordinasi antarlembaga dari waktu ke waktu. Ketiga, pembentukan mekanisme pengawasan sosial yang melibatkan masyarakat sipil secara institusional, mengikuti model Dewan Pangan Sekolah Brasil, dapat mengimbangi risiko personalisasi berlebihan yang menurut kerangka klaim kredit Bello-Gomez & Avellaneda (2022) menempatkan seluruh legitimasi program pada pundak satu individu.

Bagi India, temuan mengenai pelemahan daya tarik elektoral *branding* kesejahteraan personalistik (Biswas, 2026) menjadi peringatan bagi Indonesia bahwa strategi personalisasi intensif berisiko mengalami kelelahan (*fatigue*) elektoral dalam jangka panjang apabila tidak diimbangi kualitas pelaksanaan yang nyata di lapangan. Fenomena ini sejalan dengan pengamatan Aiyar (2023) mengenai politik "*labharthi*" (penerima manfaat) di India, di mana *branding* personalistik program kesejahteraan oleh pemerintahan Modi, melalui pola yang disebutnya sebagai bentuk *new welfarism*, pada mulanya berhasil membangun koneksi elektoral langsung antara pemimpin dan pemilih, namun koneksi tersebut berisiko kehilangan daya tariknya begitu memasuki fase saturasi, yakni ketika cakupan program telah meluas dan evaluasi publik bergeser dari sekadar janji politik menjadi tuntutan konsistensi kualitas layanan senyatanya. Bagi Indonesia, yang program MBG-nya baru berjalan kurang dari dua tahun dan masih berada pada fase ekspansi, pelajaran dari fase saturasi di India ini relevan untuk diantisipasi sejak dini: keberhasilan komunikasi politik yang bertumpu pada figur pemimpin memerlukan penopang kualitas implementasi yang setara, agar personalisasi tidak berbalik menjadi liabilitas politik ketika ekspektasi publik meningkat namun realisasi di lapangan tertinggal. Secara lebih luas, tipologi yang diajukan penelitian ini juga relevan sebagai pelajaran komparatif bagi negara-negara demokrasi yang tengah atau akan meluncurkan program kesejahteraan berskala besar yang dipersonalisasi pada figur kepemimpinan tertentu.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui secara eksplisit. Pertama, penelitian bertumpu pada data dokumenter dan studi sekunder, tanpa wawancara elite atau aktor pemimpin negara terhadap perumus kebijakan di ketiga negara, sehingga interpretasi atas motif dan proses pengambilan keputusan komunikasi bersifat inferensial, bukan konfirmatif. Kedua, kematangan literatur akademik antarkasus tidak begitu simetris: literatur Brasil jauh lebih mantap secara temporal, terentang lebih dari dua dekade dan menelusuri akar kebijakan sejak pertengahan abad ke-20, dibandingkan literatur Indonesia yang masih sangat baru (kurang dari dua tahun sejak peluncuran MBG), sehingga perbandingan longitudinal terhadap kasus Indonesia perlu dibaca

dengan kehati-hatian. Asimetri ini diperparah oleh fakta bahwa kerangka regulasi MBG sendiri masih dalam proses pembentukan yang dinamis, dari Perpres No. 83/2024 tentang Badan Gizi Nasional hingga Perpres No. 115/2025 tentang Tata Kelola Penyelenggaraan Program MBG dalam rentang waktu kurang dari lima belas bulan,sehingga objek penelitian ini terus berubah bentuk kelembagaannya bahkan sepanjang proses penulisan penelitian ini berlangsung. Ketiga, isu penerjemahan dan kesepadanan makna lintas bahasa (Indonesia, Portugis, dan Inggris/Hindi) berpotensi menyebabkan hilangnya nuansa tertentu dalam analisis wacana komparatif. Keempat, tipologi tiga dimensi yang diajukan berisiko menyederhanakan variasi sub-nasional yang sesungguhnya kompleks, terutama mengingat struktur federal India dan variasi implementasi antardaerah di Brasil dan Indonesia.

SARAN

Penelitian mendatang disarankan untuk melengkapi kajian ini dengan wawancara elite komparatif, pengodean konten sistematis dengan korpus data tetap dan uji reliabilitas antarpengode, serta pelacakan longitudinal atas lintasan institusionalisasi MBG seiring waktu, termasuk efektivitas Perpres No. 115/2025 pascapenetapannya, guna menguji secara empiris apakah pola yang diidentifikasi dalam penelitian ini terus berlanjut atau berubah.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, D. A. N., Setiawan, R. R., Wicaksono, J. P., Shafira, G. Z., & Idris, N. I. (2026). Dampak Positif Program Makan Bergizi Gratis (MBG) bagi Siswa : Studi Literatur. *Jurnal Nakula : Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, *4*(4), 119–127. https://doi.org/10.61132/nakula.v4i4.2903

Aiyar, Y. (2023, December 7). *Citizen vs Labharthi? The India Forum*. The India Forum: A Journal-Magazine On Contemporary Issues. https://www.theindiaforum.in/public-policy/citizen-vs-labharthi

Alderman, H., Bundy, D., & Gelli, A. (2024). *School Meals Are Evolving - Has the Evidence Kept Up*. https://doi.org/10.1093/wbro/lkad012

Aldrin, P. J., Mauludi, T. H., Imam, M., & Muhyidin, A. (2025). Free school meals policy: how are they governed? comparing India, the USA, Japan, and South Korea. *Otoritas : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, *15*(1), 35–54. https://doi.org/10.26618/ojip.v15i1.16298

Aragi, J. C., Mackay, S., Swinburn, B., Gontijo De Castro, T., Bandoni, D. H., & Garton, K. (2026). *What Works in School Meals? Policy lessons from school meal programmes in Brazil and New Zealand*. https://doi.org/https://doi.org/10.26686/pq.v22i1.10502

Arif, A. (2026a, April 15). *MBG and the Death of Logic*. Kompas.Id. https://www.kompas.id/artikel/en-mbg-dan-matinya-logika

Arif, A. (2026b, September 11). Masalah Sistemik MBG yang Membuat Keracunan Berulang. *Kompas.Id*. https://www.kompas.id/artikel/masalah-sistemik-mbg-yang-membuat-keracunan-berulang

Aspinall, E. (2015). Oligarchic Populism: Prabowo Subianto's Challenge to Indonesian Democracy. *Indonesia*, *2015*(99), 1–28. https://doi.org/10.5728/indonesia.99.0001

Badan Gizi Nasional. (2026, May 13). *BGN Matangkan Fondasi Regulasi Program MBG Lewat Pembahasan 4 Rancangan Peraturan Strategis*. https://www.bgn.go.id/news/siaran-pers/bgn-matangkan-fondasi-regulasi-program-mbg-lewat-pembahasan-4-rancangan-peraturan-strategis

Balmas, M., Rahat, G., Sheafer, T., & Shenhav, S. R. (2014). Two routes to personalized politics. *Party Politics*, *20*(1), 37–51. https://doi.org/10.1177/1354068811436037

Bar, S., & Beeri, I. (2025). Who gets the credit? Claiming political credit and avoiding blame in regional Inter-Municipal Cooperation. *Public Policy and Administration*. https://doi.org/10.1177/09520767251345878

Bello-Gomez, R. A., & Avellaneda, C. N. (2022). Credit claiming and mayoral preferences for project uptake amid a migrant crisis. *Journal of Public Policy*, *42*(4), 757–781. https://doi.org/10.1017/S0143814X22000150

Biswas, S. (2026, May 11). *Why welfare policies aren't winning polls in India like they used to*. https://www.bbc.com/news/articles/cn0pwy944pwo

Bundy, D. A. P., Drake, L. J., & Burbano, C. (2013). School food, politics and child health. In *Public Health Nutrition* (Vol. 16, Number 6, pp. 1012–1019). https://doi.org/10.1017/S1368980012004661

Castanho Silva, B., Neuner, F. G., & Wratil, C. (2023). Populism and Candidate Support in the US: The Effects of "Thin" and "Host" Ideology. *Journal of Experimental Political Science*, *10*(3), 438–447. https://doi.org/10.1017/XPS.2022.9

Ceccareli, M. B., Assis, A. E. S. Q., & Main, G. (2023). Law 11.947/2009. The National School Food Program Reviseted. *Direito Público*, *19*(104). https://doi.org/10.11117/rdp.v19i104.6960

de Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, *23*(4), 423–438. https://doi.org/10.1177/1940161218790035

Dorlach, T., Sule, U., & Umukoro, N. (2025). School food politics in Africa: Two Nigerian school feeding programs in comparative perspective. *Global Social Policy*, *25*(3), 492–511. https://doi.org/10.1177/14680181251387293

Dzakiyah, A. N., Tommi Andryandy, Fatih Raftsaal H. Kuswanto, & Ihsan Syahrevi. (2025). Strategi Public Relations Politik Pemerintahan Prabowo Dalam Program Makan Bergizi Gratis. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, *3*(5), 6885–6899. https://doi.org/10.61104/alz.v3i5.2312

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, *43*(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Eriyanto, & Jamil, A. (2026). Personal political rebranding through visual framing: the transformation of prabowo Subianto's visual self-presentation on instagram (2015–2024). *Frontiers in Communication*, *11*. https://doi.org/10.3389/fcomm.2026.1807079

Fahmi, I. (2025, October 13). *Sentimen Publik terhadap Makan Bergizi Gratis*. Pers.Droneemprit.Id. https://pers.droneemprit.id/sentimen-publik-terhadap-makan-

bergizi-gratis/

Fidiyanti, M., Suhartono, Sodiq, S., & Kholiq, A. (2026). Media Construction of Makan Bergizi Gratis (MBG) Policy From President Prabowo: A Structural Discourse Analysis of Educational Narratives in Online News. *Journal of Language Teaching and Research*, *17*(4), 1254–1264. https://doi.org/10.17507/jltr.1704.12

Government of India. (2025). *Report of the Comptroller and Auditor General of India on Performance Audit of Implementation of POSHAN including Integrated Child Development Services and Mid-Day Meal for the year ended March 2023*. https://cag.gov.in/ag1/odisha/en/audit-report/details/125073

Grossman, E. (2026). *Media and Policy Making in the Digital Age. 01*, 17. https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051120

Hall, A. (2006). From Fome Zero to Bolsa Família: Social Policies and Poverty Alleviation under Lula. *Journal of Latin American Studies*, *38*(4), 689–709. https://doi.org/10.1017/S0022216X0600157X

Hameleers, M., Schmuck, D., Schulz, A., Wirz, D. S., Matthes, J., Bos, L., Corbu, N., & Andreadis, I. (2021). The Effects of Populist Identity Framing on Populist Attitudes Across Europe: Evidence From a 15-Country Comparative Experiment. *International Journal of Public Opinion Research*, *33*(3), 491–510. https://doi.org/10.1093/ijpor/edaa018

Haryati, H., & Harahap, N. (2025). Analysis of Netizen Framing in X in the Implementation of the Free Nutritious Meal Program. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, *4*(2), 701–715. https://doi.org/10.59713/jipik.v4i2.1433

Hatmi, E. M., & Widyanti, E. (2025). Evaluation of the Impact of the Government's Free Nutritious Meal Program on the Community and the State Budget. *The Comparative Asia-Africa Governmental Accounting Conference*, *10*, 138–140. https://ojs.apsae.id/index.php/CAAGA/article/view/68

Idris, I. K. (2018). Government Social Media in Indonesia: Just Another Information Dissemination Tool. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, *34*(4), 337–356. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3404-20

Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, *46*(3), 319–345. https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x

Jean, da S. C., Hespanhol, de M., & Aparecida, R. (2025). The state and public policies to tackle hunger in Brazil O estado e as políticas Públicas de combate à fome no Brasil. In *Social Sciences and Humanities Open* (Vol. 11). Elsevier Ltd. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101495

Kitschelt, H., & Wilkinson, S. (2007). *Patrons, Clients and Policies* (H. Kitschelt & S. I. Wilkinson, Eds.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511585869

Kompas.com. (2025, October 1). *6.457 Orang Keracunan MBG per September 2025, Terbanyak di Pulau Jawa*. https://nasional.kompas.com/read/2025/10/01/15390941/6457-orang-keracunan-mbg-per-september-2025-terbanyak-di-pulau-jawa

Leão, L. de S. (2022). Optics of the State: The Politics of Making Poverty Visible in Brazil and

Mexico. *American Journal of Sociology*, *128*(1), 1–46. https://doi.org/10.1086/719936

Licenji, L. (2026). The TikTok ban in Albania across the policy cycle: framing, legitimation, and rollback in mediated discourse. *Frontiers in Communication*, *11*, 1–16. https://doi.org/10.3389/fcomm.2026.1847142

Lijphart, A. (1971). Comparative Politics and the Comparative Method. *American Political Science Review*, *65*(3), 682–693. https://doi.org/10.2307/1955513

Mandache, L.-A. (2024). Ambivalent citizenship: political cynicism, community engagement and belonging among youth in Brazil. *Citizenship Studies*, *28*(4–5), 498–515. https://doi.org/10.1080/13621025.2024.2418942

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *Accessibility support: If you experience accessibility issues with this file, report them here The Agenda-Setting Function of Mass Media*. https://www.jstor.org/stable/2747787

Mietzner, M. (2020). Rival populisms and the democratic crisis in Indonesia: chauvinists, Islamists and technocrats. *Australian Journal of International Affairs*, *74*(4), 420–438. https://doi.org/10.1080/10357718.2020.1725426

Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, *39*(4), 541–563. https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x

Mulya, A. (2026, April 21). Memperbaiki Arsitektur Komunikasi Kebijakan MBG. *Kompas.Com*. https://nasional.kompas.com/read/2026/04/21/09090041/memperbaiki-arsitektur-komunikasi-kebijakan-mbg

National Food Security Act (2013). https://prsindia.org/files/bills_acts/acts_parliament/2013/national-food-security-act-2013.pdf

Partai Gerakan Indonesia Raya. (2025, October 1). *Langkah Tegas Evaluasi Program MBG*. https://www.instagram.com/p/DPRBTJhk_1i/?img_index=3

Peraturan Presiden Nomor. 83 Tahun 2024 Tentang Badan Gizi Nasional, Pub. L. 83, Lembaran Negara Republik Indonesia (2024).

Peraturan Presiden Nomor 115 Tahun 2025 Tentang Tata Kelola Penyelenggaraan Program Makan Bergizi Gratis, Pub. L. 115, Lembaran Negara Republik Indonesia (2025).

Pierce, R. (2011). Research Methods in Politics. In *Research Methods in Politics*. SAGE Publications Ltd. https://doi.org/10.4135/9780857024589

Pimpalkhare, M. (2026, January 8). *Of Modi government and its penchant for backronyms while naming its marquee schemes | Mint*. https://www.livemint.com/economy/india-modi-nda-government-scheme-backronym-acronym-11767684048761.html

Rahat, G., & Kenig, O. (2018). *From Party Politics to Personalized Politics? : Party Change and Political Personalization in Democracies* (Vol. 1). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780198808008.001.0001

Rahat, G., & Sheafer, T. (2007a). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, *24*(1), 65–80. https://doi.org/10.1080/10584600601128739

Rahat, G., & Sheafer, T. (2007b). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, *24*(1), 65–80. https://doi.org/10.1080/10584600601128739

Ramadhan, N. F. (2025). *Perpres MBG: Jangan Sekadar Atur Tata Kelola Makanan*. https://law.ui.ac.id/perpres-mbg-jangan-sekadar-atur-tata-kelola-makanan-oleh-nur-fauzi-ramadhan-s-h/

Recine, E., & Patel, R. (2025, July 30). *Brazil beats hunger – Share the Worlds Resources*. https://sharing.org/information-centre/blogs/brazil-beats-hunger/

Sampath, G. (2025, January 21). *How does welfare politics translate into votes? - The Hindu*. Thehindu.Com. https://www.thehindu.com/specials/text-and-context/how-does-welfare-politics-translate-into-votes/article69119693.ece

Sari, S. M. (2025). Implementation Of The Free Nutritious Meal Policy In Bondowoso Regency. *Journal Publicuho*, *8*(3), 1898–1907. https://doi.org/10.35817/publicuho.v8i3.896

Sarjito, A. (2024). Free Nutritious Meal Program as a Human Resource Development Strategy to Support National Defence. *International Journal Administration, Business & Organization*, *5*(5), 129–141. https://doi.org/10.61242/ijabo.24.454

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2024, August 19). *Inilah Perpres 83 Tahun 2024 tentang Badan Gizi Nasional - Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*. https://setkab.go.id/inilah-perpres-83-tahun-2024-tentang-badan-gizi-nasional/?

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2025, October 15). President Prabowo Subianto: Free Nutritious Meals Program is Strategic Investment in Indonesia's Future - Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. *Office of Assistant to Deputy Cabinet Secretary for State Documents & Translation* . https://setkab.go.id/en/president-prabowo-subianto-free-nutritious-meals-program-is-strategic-investment-in-indonesias-future

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2026, February 13). Sambutan Presiden pada Peresmian dan Groundbreaking 1.179 SPPG serta Peresmian 18 Gudang Ketahanan Pangan Polri | Sekretariat Negara. *Kementerian Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*. https://www.setneg.go.id/baca/index/sambutan_presiden_pada_peresmian_dan_groundbreaking_1179_sppg_serta_peresmian_18_gudang_ketahanan_pangan_polri

Sharma, S., & Kanojia, A. (2022a). The "New Welfarism," Good Governance, and Electoral Success in Modi's India. *The Journal of Indian and Asian Studies*, *03*(02). https://doi.org/10.1142/S2717541322400010

Sharma, S., & Kanojia, A. (2022b). The "New Welfarism," Good Governance, and Electoral Success in Modi's India. *The Journal of Indian and Asian Studies*, *03*(02). https://doi.org/10.1142/S2717541322400010

Sianturi, H. R. P. (2025). Politics on a plate: equivocal communication in Indonesian presidential nutrition policy. *Frontiers in Communication*, *10*. https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1612652

Sidaner, E., Balaban, D., & Burlandy, L. (2013). The Brazilian school feeding programme: an example of an integrated programme in support of food and nutrition security. *Public Health Nutrition*, *16*(6), 989–994. https://doi.org/10.1017/S1368980012005101

Silva, S. P., Sambuichi, R. H. R., Alves, F., & Ciríaco, J. da S. (2023). Produtos da agricultura familiar na alimentação escolar e sua contribuição para a segurança alimentar e nutricional no Brasil. In *Texto para Discussão 2934*. Instituto de Pesquisa Econômica

Aplicada (Ipea). https://doi.org/10.38116/td2934-port
SINDOnews.com. (2026, July 22). *KRITIK TAJAM PROGRAM MBG: Dinilai Gagal, Tak Punya Tata Kelola Jelas! | SINDO SIANG | 22/07 - YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=ObcroiosF5g
Soeharno, A., Thamrin, M., & Siswanto, E. (2025). A Political Communication Analysis of Prabowo Subianto's First Official Speech. *Politico Journal*, *25*(2). https://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/POLITICO/
Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Mediatization of politics: transforming democracies and reshaping politics. In *Mediatization of Communication* (pp. 375–404). De Gruyter. https://doi.org/10.1515/9783110272215.375
Suprapto, F. A., Praditya, E., Dewi, R. M., & Adiyoso, W. (2025). A Policy Implementation Review of the Free Nutritious Meal (MBG) Program. *The Journal of Indonesia Sustainable Development Planning*, *6*(2), 297–312. https://doi.org/10.46456/jisdep.v6i2.798
The Quint. (2025). *Under the Modi government, the welfare*. Facebook. https://www.facebook.com/quintillion/posts/under-the-modi-government-the-welfare-delivery-is-advertised-as-a-personalised-p/1257906209713079/
Theodora, A. (2025, January 30). Anggaran Makan Bergizi Gratis Dapat Membengkak ke Rp 171 Triliun pada 2025. *Kompas.Id*. https://www.kompas.id/artikel/anggaran-makan-bergizi-gratis-dapat-membengkak-jadi-rp-171-triliun-di-tahun-pertama
Tussie, A. (2025, October 1). *Analisis 9 Bulan Program MBG: Implementasi Tersendat dan Perlu Perbaikan Komunikasi*. Kompas.Tv. https://www.kompas.tv/nasional/620685/analisis-9-bulan-program-mbg-implementasi-tersendat-dan-perlu-perbaikan-komunikasi?page=all
Ufen, A. (2024). Prabowo's populism in Indonesia: Primary concept and secondary ideas. In *Three Faces of Populism in Asia: Populism as a Multifaceted Political Practice* (pp. 65–85). Taylor and Francis. https://doi.org/10.4324/9781003399780-4
Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, *13*(2), 203–220. https://doi.org/10.1177/1464884911427802
Van Hulst, M., Metze, T., Dewulf, A., de Vries, J., Van Bommel, S., & Van Ostaijen, M. (2025). Discourse, framing and narrative: three ways of doing critical, interpretive policy analysis. *Critical Policy Studies*, *19*(1), 74–96. https://doi.org/10.1080/19460171.2024.2326936
Yilmaz, I., Bachtiar, H., Smith, C., & Shakil, K. (2024). *Fluctuating Populism: Prabowo's Everchanging Populism Across the Indonesian Elections*. https://doi.org/10.55271/pp0030
Yulia, I., Fajrini, N., & Pujiati, S. (2026). Government Digital Public Relations Practices in a Culture-Based Smart City: A Qualitative Case Study of Denpasar, Indonesia. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, *11*(2), 1581–1610. https://doi.org/10.18326/inject.v11i2.6709
Zamir, S. (2024). Explaining Online Personalized Politics: A Cross-National Comparative Analysis

of Social Media Consumption of Parties and Leaders. *Political Studies Review*, *22*(1), 108–137. https://doi.org/10.1177/14789299221147458

Zucco, C. (2008). The President's "New" Constituency: Lula and the Pragmatic Vote in Brazil's 2006 Presidential Elections. *Source: Journal of Latin American Studies*, *40*(1), 29–49. http://www.jstor.com/stable/40056625

Zucco, C. (2013). When Payouts Pay Off: Conditional Cash Transfers and Voting Behavior in Brazil 2002–10. *American Journal of Political Science*, *57*(4), 810–822. https://doi.org/10.1111/ajps.12026