



PANDUAN BELAJAR

PLEASE VOTE FOR ME





* Film ini direkomendasikan untuk mata pelajaran:

→ PPKn dan Bahasa Indonesia

Penggunaan film di ruang kelas tidak terbatas pada mata pelajaran yang direkomendasikan dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengajar.

* **Artikel Terkait dalam Situs vitamindocs.id**

<https://vitamindocs.id/blog/detail/belajar-demokrasi-sejak-dini/>

PETUNJUK PENGUNAAN



Panduan belajar ini disusun dan dipersiapkan sebagai alat bantu kegiatan setelah menonton film agar mempermudah pengajar untuk mengulas kajian film dengan lebih baik dan tepat sasaran. **Seluruh diskusi dan kegiatan dapat dipakai/diganti/disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik.**

* Persiapan untuk Pengajar

1. Tonton film secara utuh atau tonton semua klip yang tersedia di platform Vitamin.
2. Baca keseluruhan panduan belajar.
3. Tentukan subtema yang paling cocok untuk situasi dan kondisi kelas Anda. Panduan belajar ini bersifat usulan; Anda bebas mengikuti rekomendasi, membuat topik diskusi sendiri atau menyesuaikan subtema dan kegiatan.
4. Anda bisa memilih satu atau lebih subtema/poin diskusi/kegiatan.
5. Pelajari kata kunci dan bahan pendukung terkait.
6. Siapkan alat dan bahan pendukung sebagaimana tertulis, termasuk klip film

dan lembar kerja.

7. Anda juga bisa memberi tugas kepada peserta didik untuk melakukan riset mengenai bahan pendukung subtema sebelum pertemuan dengan pemutaran film dimulai.
-

* Tahapan Kegiatan

1. **Starter** adalah kegiatan tak wajib yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat peserta didik dalam mengikuti serangkaian proses kegiatan belajar. Kegiatan ini bisa dimulai pada awal pembelajaran atau sebelumnya. Contoh starter:
 - a. Menugaskan kelas untuk mencari tahu informasi seputar **Kata Kunci** dan **Bahan Pendukung** sebelum pertemuan dengan pemutaran film.
 - b. Melempar **Kata Kunci** untuk tanya jawab kelas sebelum pemutaran film.
 - c. Tanya jawab kelas mengenai daerah asal film yang akan ditonton, menggunakan peta fisik/digital sebagai alat pendukung.
2. **Pemutaran film/klip** bisa disesuaikan dengan **Subtema** yang dipilih. Sebelum pemutaran, pengajar memberikan gambaran mengenai **Data Film**, termasuk **Sinopsis** dan isi klip (ada di **Daftar Klip**).
3. **Diskusi dan Aktivitas** dilakukan setelah semua klip dalam daftar putar yang sesuai selesai diputarkan. Apabila waktu pembelajaran tidak cukup, aktivitas bisa dialihkan menjadi pekerjaan rumah untuk dibahas pada pertemuan selanjutnya.

DAFTAR ISTILAH

Topik	Isi/tema film keseluruhan.
Rekomendasi	Target peserta didik yang direkomendasikan Vitamin untuk masing-masing subtema.
Daftar Klip	Daftar dan penjelasan singkat klip film yang tersedia di platform Vitamin, beserta subtema yang relevan.
Daftar Pembahasan	Daftar dan penjelasan singkat subtema yang tersedia dalam modul pembelajaran. Pengajar bisa menggunakan keseluruhan isi subtema pada modul ini, memilih salah satu subtema sesuai dengan topik ajar, mengadaptasi subtema yang ada, atau membuat modul sendiri sesuai kondisi kelas.
Subtema	Topik pembahasan berisikan rancangan pembelajaran. Pengajar disarankan membaca keseluruhan subtema agar memahami isi, bisa menyesuaikan dan mempersiapkan alat bantu yang sesuai.
Tujuan	Pengajar dapat berperan aktif sebagai fasilitator dalam semua materi yang ada untuk mencapai tujuan pembelajaran.
Kata Kunci	Inti pembahasan subtema.
Acuan Literasi	Materi tambahan yang dapat menjadi sumber referensi pengajar tentang suatu topik tertentu.
Klip	Potongan film yang perlu dipersiapkan oleh fasilitator untuk pembahasan subtema terkait.
Bahan pendukung	Materi yang dapat digunakan untuk mengarahkan wawasan peserta didik ke dalam subtema dengan lebih baik. Pengajar dapat menugaskan riset mengenai bahan pendukung sebagai pekerjaan rumah sebelum alokasi waktu pembahasan subtema.
Starter	Kegiatan yang dilakukan sebelum pemutaran film, diskusi, dan/ atau kegiatan berlangsung. Kegiatan bertujuan mengarahkan

peserta didik untuk tertarik menonton, dan memperkenalkan latar belakang film serta kata kunci.

Lembar Diskusi

Konteks dan usulan pertanyaan yang bisa dilakukan untuk memperdalam pembahasan subtema. Pengajar dapat menyesuaikan diskusi dengan kondisi kelas masing-masing.

Lembar Kegiatan

Usulan kegiatan dalam kelas dan tugas yang bisa dilakukan untuk memperdalam pembahasan subtema. Pengajar dapat menyesuaikan aktivitas dengan kondisi kelas masing-masing.

Lembar Kerja

Lembar kerja untuk pendukung kegiatan/tugas dalam kelas.

DAFTAR PEMBAHASAN



* SUBTEMA 1 →
Strategi Kampanye

* SUBTEMA 2 →
Debat

* SUBTEMA 1: Strategi Kampanye

Tujuan

1. Mengidentifikasi strategi kampanye dan dampaknya pada proses pemilihan.
2. Memahami urgensi kampanye dalam sistem pemerintahan yang demokratis.
3. Menunjukkan bagaimana peserta didik dapat berpartisipasi dan kolaborasi dalam demokrasi.
4. Mengenali peran eksternal yang berkontribusi dalam sebuah kampanye.

Kata Kunci

→ *Strategi, Kampanye*

→ **(16 menit 15 detik)**

1. Adu Domba (4 menit 18 detik)
 2. Bagi Kursi (4 menit 30 detik)
 3. Politik Uang (2 menit 42 detik)
 4. Pidato dan Pemenang (5 menit 25 detik)
-

*** SUBTEMA 2: Debat**

Tujuan

1. Mengidentifikasi praktik baik dalam berdebat.
2. Melatih peserta didik mengenali substansi dan penyampaian argumen

Kata Kunci

→ *Menang, Debat*

→ **Klip (5 menit 29 detik)**

5. Xiaofei & Cheng Cheng (2 menit 29 detik)
6. Cheng Cheng & Luo Lei (3 menit)

DAFTAR KLIP

1. Adu Domba

Cheng-Cheng berusaha untuk memprovokasi dan mengadu domba usaha Xiaofei dan Luo Lei mengkampanyekan kelebihan masing-masing.

→ Subtema 1: Strategi Kampanye

2. Bagi Kursi

Cheng-Cheng, Xiaofei, dan Luo Lei melakukan strategi kedua untuk menarik perhatian dan dukungan kelas bagi masing-masing kandidat.

→ Subtema 1: Strategi Kampanye

3. Politik Uang

Luo Lei membagi-bagikan uang untuk menarik hati teman sekelasnya agar dipilih kembali menjadi ketua kelas.

→ Subtema 1: Strategi Kampanye

4. Pidato dan Pemenang

Masing-masing kandidat melakukan pidato terakhir untuk meyakinkan teman-teman sekelasnya dan Luo Lei kembali terpilih menjadi ketua kelas.

→ Subtema 1: Strategi Kampanye

5. Xiaofei & Cheng-Cheng

Debat antara Xiaofei dan Cheng-Cheng.

→ Subtema 2: Debat

6. Cheng-Cheng & Luo Lei

Debat antara Cheng-cheng dan Luo Lei.

→ Subtema 2: Debat



I. STRATEGI KAMPANYE

I. STRATEGI KAMPANYE



* Tujuan

1. Mengidentifikasi strategi kampanye dan dampaknya pada proses pemilihan.
2. Memahami urgensi kampanye dalam sistem pemerintahan yang demokratis.
3. Menunjukkan bagaimana peserta didik dapat berpartisipasi dan kolaborasi dalam demokrasi.
4. Mengenali peran eksternal yang berkontribusi dalam sebuah kampanye.

* Klip (16 menit 15 detik)

1. Adu Domba (4 menit 18 detik)
2. Bagi Kursi (4 menit 30 detik)
3. Politik Uang (2 menit 42 detik)
4. Pidato dan Pemenang (5 menit 25 detik)

* Kata Kunci

- **Strategi** adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.
- **Kampanye** adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan dalam parlemen dan sebagainya untuk mendapat dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara.

* Uraian Materi

Kampanye adalah suatu aktivitas komunikasi atau kegiatan penyampaian informasi yang dilakukan secara terencana untuk mendidik, meyakinkan, mempengaruhi serta mengambil simpati individu atau masyarakat menggunakan berbagai media untuk memenuhi target dalam satuan waktu tertentu.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD, kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Pada dasarnya kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi, yaitu mengajak dan mendorong publik untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan atas dasar kesukarelaan.

I Jenis-Jenis dan Strategi Kampanye



Menurut Antar Venus dalam bukunya *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (2004), jenis dan strategi berdasarkan tujuannya kampanye dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu:

1. **Kampanye Sosial.** Adalah suatu kegiatan berkampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dan bersifat non komersil. Tujuan dari kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi.
2. **Kampanye Bisik.** Yaitu kampanye yang dilakukan melalui gerakan untuk melawan atau mengadakan aksi secara serentak dengan menyiarkan kabar angin.
3. **Kampanye Promosi.** Adalah kegiatan kampanye yang dilaksanakan dalam rangka promosi untuk meningkatkan atau mempertahankan penjualan dan sebagainya.
4. **Kampanye Politik.** Yaitu kampanye yang menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat agar masyarakat memperoleh informasi tentang apa dan bagaimana suatu partai, program maupun visinya. Dengan demikian masyarakat dapat memahami maksud dan tujuan dari partai tersebut untuk menentukan dipilih atau tidak.

Mobilitas penduduk di Indonesia merupakan fenomena dinamis yang terus berkembang seiring dengan perubahan sosial dan ekonomi. Pengelolaan mobilitas penduduk yang bijaksana menjadi penting untuk memastikan dampak positif dan adil bagi masyarakat, serta kontribusi dalam pembangunan yang berkelanjutan di Indonesia. Menurut Ruslan Rosady dalam bukunya *Kampanye Public Relations* (2007), berdasarkan orientasinya terdapat tiga jenis kampanye, yaitu sebagai berikut:

1. **Product Oriented Campaign.** Kegiatan kampanye ini berorientasi pada produk dan bertujuan komersial, Aktivitas kampanye yang dilakukan biasanya menyelenggarakan kegiatan-kegiatan sosial sebagai salah satu cara membangun image yang baik bagi suatu perusahaan.
2. **Candidate-Oriented Campaign.** Atau biasa disebut dengan kampanye politik. Lebih mengacu pada kampanye yang berorientasi utama seorang kandidat demi kepentingan politik. Dengan dilatarbelakangi sebuah tujuan yaitu memperoleh dukungan dalam melaksanakan suatu kegiatan politik.
3. **Ideological or Cause Oriented Campaign.** Kampanye yang mempunyai orientasi tujuan yang bersifat khusus. Kampanye ini memiliki tujuan yang jelas dan spesifik akan adanya perubahan berdimensi sosial. Yang secara langsung maupun tidak langsung melibatkan lapisan masyarakat. Kegiatan kampanye biasanya dilakukan oleh lembaga-lembaga sosial non-profitable.

Menurut Dan Nimmo dalam bukunya *Komunikasi Politik – Komunikator, Pesan, dan Media* (2011), berdasarkan media yang digunakan, terdapat beberapa jenis kampanye, yaitu sebagai berikut:

1. **Kampanye tatap muka.** Kampanye yang dilakukan oleh tokoh utama masyarakat untuk memperkuat golongan yang setia serta mempublikasikan gaya pribadi. Bentuk kampanye tatap muka berupa orasi kandidat, debat kandidat dan blusukkan atau terjun lapangan langsung yang dilakukan oleh kandidat.
2. **Kampanye Elektronik.** Media elektronik termasuk saluran atau media kampanye massa. Yang termasuk media elektronik adalah radio dan televisi, namun telepon (handphone) juga merupakan alat komunikasi politik yang penting. Saat ini handphone sudah menjadi inovasi dalam komunikasi elektronik yang juga mempunyai akibat terhadap bidang politik.
3. **Kampanye Cetak.** Kampanye cetak masih merupakan alat utama kandidat politik untuk berkomunikasi dengan khalayak massa. Kepustakaan kampanye (poster, sebaran, brosur, foto, dsb.) masih tetap merupakan bagian bagi politik kontemporer seperti bagi pembicara politik di atas unggul pada zaman pionir.

Menurut Rosady Ruslan *Kampanye Public Relations* (2007), terdapat beberapa teknik yang dapat dilakukan untuk melaksanakan sebuah kegiatan kampanye, yaitu:

- **Partisipasi**, yaitu teknik yang mengikutsertakan audien agar memberi perhatian lebih ke dalam suatu kegiatan.
- **Asosiasi**, mengaitkan kampanye dengan suatu peristiwa atau fenomena yang sedang menjadi sorotan atau sedang terjadi pada waktu sekarang.
- **Integratif**, menggunakan kata-kata kita, kami, anda sekalian dengan tujuan menyatukan kepentingan semua pihak.
- **Teknik Ganjaran**, mempengaruhi dengan ganjaran baik itu manfaat (reward) maupun ancaman (threat).
- **Teknik penataan patung es**, menggunakan penggambaran yang indah, enak dilihat, dibaca, dan didengar.
- **Empati**, menempatkan diri pada suatu posisi/peristiwa.
- **Koersi**, melibatkan unsur paksaan sehingga dapat menimbulkan kekhawatiran tertentu apabila tidak dilakukan.

Menurut Anne Gregory *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (PR In Practice)* (2010), proses penyampaian pesan atau informasi dalam komunikasi kampanye dilakukan melalui tiga proses, yaitu sebagai berikut:

1. **Awareness**, publik dilibatkan dalam proses kognitif pada level pengertian yang baru. Level ini dapat dikatakan sebagai promosi awal untuk mendapatkan perhatian publik dengan memberikan informasi dan pengetahuan yang dapat menarik publik untuk berpikir lebih jauh tentang suatu permasalahan.
2. **Attitudes and Opinion**, membentuk kebiasaan atau pandangan tertentu terhadap suatu subjek atau permasalahan. Attitude berfokus pada reaksi yang ditimbulkan dalam menerima informasi, hal ini berkaitan dengan kemampuan afektif (perasaan yang menyangkut aspek emosional) dan dapat menimbulkan ketertarikan (interest), penerimaan (acceptance), atau penolakan (rejection).
3. **Behaviour**, menarik publik untuk melakukan suatu tindakan, biasa disebut dengan konatif. Hal tersebut dilakukan dengan mempromosikan suatu respon yang diinginkan dengan melibatkan tindakan yang harus dilakukan.

■ Strategi Kampanye di Sekolah



Strategi kampanye dalam konteks pendidikan di sekolah berupa serangkaian tindakan yang diambil oleh calon kandidat atau peserta dalam pemilihan umum sekolah, seperti pemilihan ketua OSIS atau wakil kelas, untuk memenangkan dukungan dari sesama siswa. Strategi ini berperan penting dalam memperkenalkan visi dan program calon kepada pemilih potensial, menggerakkan dukungan mereka, dan akhirnya memenangkan pemilihan tersebut. Pertama, para calon biasanya membangun pesan yang menarik dan relevan bagi sesama siswa. Pesan ini sering mencakup visi untuk sekolah yang lebih baik, ide-ide inovatif, dan program-program yang akan meningkatkan pengalaman belajar. Mereka juga menggunakan berbagai platform komunikasi, seperti pidato di depan kelas, selebaran, poster, dan kampanye di media sosial, untuk mencapai seluruh siswa. Komunikasi yang efektif dan kreatif adalah kunci, karena siswa akan lebih tertarik pada calon yang dapat menyajikan diri mereka dengan jelas dan menarik.

Kedua, mobilisasi dan pengorganisasian sangat penting dalam strategi kampanye di sekolah. Calon calon mencari dukungan dari teman-teman sekelas, dan ini melibatkan serangkaian kegiatan, seperti berbicara langsung dengan siswa, menggalang dukungan melalui teman-teman, dan mengatur kampanye-kampanye kecil di dalam sekolah. Selain itu, pendirian tim kampanye yang terdiri dari teman-teman yang antusias juga dapat membantu mengatur acara-acara kampanye yang menarik, seperti debat atau forum diskusi. Keseluruhan, strategi kampanye di sekolah adalah latihan awal bagi siswa dalam memahami proses demokrasi dan berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan. Ini juga mengajarkan keterampilan komunikasi, kepemimpinan, dan organisasi yang penting dalam berbagai aspek kehidupan mereka di masa depan.

* Acuan Literasi

Metode dan Jenis Kampanye

<https://www.kajianpustaka.com/2019/01/pengertian-jenis-dan-teknik-kampanye.html>

* Bahan Pendukung

■ Menanamkan Nilai-Nilai Politik di Sekolah

Kesepakatan bahwa politik praktis harus dijauhkan dari sekolah tentu tak terbantahkan lagi. Namun jangan sampai kesepakatan itu juga menafikan kebutuhan tentang perlunya memberikan pencerahan kepada anak didik dalam memahami makna kepemimpinan politik. Artinya, politik sebagai subjek pembelajaran di sekolah tetaplah diperlukan. Sejak dini alangkah eloknya jika siswa mempunyai pemahaman tentang apa itu pemimpin politik yang ideal, yang punya integritas, sikap inklusif alias toleran dan adil.

Baca selengkapnya: <https://www.antaraneews.com/berita/869101/menanamkan-nilai-nilai-politik-di-sekolah>

■ Politik Praktis yang Kotor

Pencegahan dan pemberantasan tindak pidana korupsi tidak bisa hanya berharap pada penegak hukum saja, akan tetapi semua stakeholder harus saling bersinergi. Penataan birokrasi, penataan pemerintahan, penataan politik, penataan ekonomi dan penataan budaya sangatlah penting untuk menjadi solusi agar tidak terjadinya politik transaksional untuk mendapatkan jabatan-jabatan publik, baik di legislatif, eksekutif maupun yudikatif. Ada banyak fakta persidangan perkara tindak pidana korupsi patut diduga akibat politik transaksional yang dilakukan penyelenggara negara saat pencalonan. Pemerintah yang bersih (good governance), sejalan dengan prinsip demokrasi yang adil, jujur, arif bijaksana, mandiri, berintegritas, tanggungjawab, disiplin, rendah hati, dan profesional serta teruji dan terukur. Politik transaksional menjadi embrio perilaku koruptif, oleh karena itu perilaku koruptif dapat dicegah dengan empat masalah mendasar yaitu hukum yang netral, aparaturnya yang adil, budaya hukum masyarakat yang responsive dan pemberdayaan birokrasi.

Baca selengkapnya: https://www.researchgate.net/publication/362077968_DAMPAK_POLITIK_TRANSAKSIONAL_DALAM_PEMILU_TERHADAP_TINDAK_PIDANA_KORUPSI

LEMBAR DISKUSI

* Pemilu Ketua Kelas (15 menit)



Luo Lei, Cheng Cheng, dan Xiaofei berkompetisi dalam Pemilu Ketua Kelas. Kompetisi mulai memanas di antara Xiaofei, kandidat petahana, dengan Cheng Cheng yang ambisius. Cheng Cheng menggunakan taktik adu domba dan pembagian kekuasaan, sementara Luo Lei didorong oleh ayahnya untuk memberikan gratifikasi.

1. Siapakah yang mendorong Xiaofei diledek murid sekelas?
2. Sebagai penampil, bagaimanakah kamu menghadapi situasi penonton seperti ini?
3. Apakah tujuan Cheng Cheng meminta maaf terlebih dahulu? Apa dampaknya?
4. Apa saja strategi yang Cheng Cheng lakukan? Apakah strategi tersebut berhasil?
5. Apa pendapatmu mengenai keterlibatan orang tua Luo Lei?
6. Apa tujuan karyawisata dilakukan? Apakah tujuan tersebut tercapai?
7. Mengapa Cheng Cheng menekankan bahwa dia bukan diktator?
8. Apa tujuan Luo Lei mengakhiri pidato dengan memberikan hadiah?
9. Apa pendapatmu mengenai strategi kampanye dalam film-film ini?

Peserta didik pasti pernah menemukan atau mengalami kampanye minimal sekali di sekitar tempat tinggalnya. Meskipun mereka tidak memilih, namun mereka bisa mengidentifikasi aktivitas kampanye yang ada, seperti melihat calon kandidat, membaca jargon-jargon nya, melihat tempat pemungutan suara, melihat keluarga memilih, melihat jari yang dicelupkan tinta sebagai tanda sudah memilih.

Setiap kampanye pasti memiliki dampak pada komunitas tertentu untuk menentukan pilihannya. Peserta didik yang belum bisa memilih minimal menyadari bahwa kampanye itu bertujuan untuk mempengaruhi seseorang dan kecenderungannya untuk mendukung sesuatu.

1. Pernahkah kamu menyaksikan suatu peristiwa kampanye? Di manakah peristiwa ini terjadi?
2. Mengapa kandidat berkampanye sebelum pemilihan dilakukan?
3. Apa hal yang penting untuk kamu ketahui dari kandidat, yang membuatmu ingin memilih mereka?

LEMBAR KEGIATAN

* Memilih Kandidat (40 Menit)

Kampanye tokoh berdampak pada keputusan kita memilih seseorang. Setelah melihat strategi-strategi yang dilakukan Luo Lei, Cheng Cheng, dan Xiaofei, sejauh apakah kelas bisa menganalisis kandidat yang menurut mereka paling baik, dan apakah pendapat mereka sesuai dengan pendapat kelas di film Please Vote for Me?

* Tujuan kegiatan

Mengidentifikasi strategi kampanye dan dampaknya pada proses pemilihan.

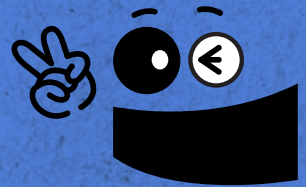
* Persiapan

- Tonton Klip 1-3
 - Cetak **Lembar Kerja I**
 - Siapkan Klip 4
-

* Tahapan kegiatan

1. Peserta didik mengisi Lembar Kerja I.
2. Pengajar membagi peserta didik sesuai kandidat yang mereka pilih.
3. Peserta didik melakukan diskusi di dalam kelompok untuk menyimpulkan alasan mengapa mereka memilih kandidat tersebut.
4. Perwakilan kelompok mempresentasikan temuan kelompok di depan kelas.
5. Pengajar mencatat temuan kelompok berupa pro dan kontra setiap kandidat.
6. Berdasarkan catatan, kelas menebak kandidat mana yang menang.
7. Pengajar menayangkan Klip 4 kepada peserta didik.
8. Pengajar dan peserta didik mendiskusikan kesesuaian Klip 4 dengan tebakan kelas. Apa yang menyebabkan kandidat tersebut menang?
9. Pengajar membuat kesimpulan mengenai strategi kampanye, hak pemilih dan tanggung jawab kandidat terpilih.

LEMBAR KERJA I



Isilah tabel di bawah ini!

Nama Kandidat	Alasan memilih/tidak memilih
Xiaofei	
Cheng Cheng	
Luo Lei	



REKOMENDASI PROGRAM/ ORGANISASI TERKAIT:

Organisasi dan program yang tertera di bawah adalah organisasi mitra In-Docs yang berfokus pada isu yang disoroti oleh film dokumenter ini. Pengajar dan pelajar dapat menghubungi organisasi-organisasi berikut untuk mendapatkan informasi lebih mengenai isu, atau terlibat dalam kegiatan yang dapat memperkaya proses belajar mengajar.

■ [Pamflet Generasi](#)

■ [Setara Institute](#)

PLEASE VOTE FOR ME

* Data Film

Tahun Rilis	2007
Durasi	44 menit 58 detik
Sutradara	Weijun Chen
Produser	Weijun Chen
Produksi	THE WHY Foundation
Penghargaan	Jonathan Gili Award for Most Entertaining Documentary, Grierson 2008 The special Golden Link Award by EBU, La Rochelle, 2008 Best Documentary, feature length, Ashland Independent Film Festival, 2008 Full Frame/Working Films Award, Full Frame Documentary Film Festival, 2008 Sterling Feature Award, Silverdocs, 2007 Sterling Feature Award Nominated for Best Documentary, Emmy Awards, 2008 Shortlisted for Best Documentary, Academy Awards, 2008

* Tautan

Film Utuh

<https://www.youtube.com/watch?v=KD1QSX2hOnk>

Media Sosial

www.thewhy.dk

[instagram.com/thewhyfoundation](https://www.instagram.com/thewhyfoundation)

[facebook.com/TheWhyFound](https://www.facebook.com/TheWhyFound)

[youtube.com/c/thewhyfoundation](https://www.youtube.com/c/thewhyfoundation)

twitter.com/thewhyfound

* Sinopsis

Please Vote for Me mengikuti eksperimen demokrasi di sebuah kelas 3 SD di Wuhan, Tiongkok. Untuk pertama kalinya, ketua kelas dipilih melalui pemilu langsung. Tiga anak berusia 8 tahun berkompetisi menjadi ketua kelas, didorong oleh guru dan orang tua mereka.

