

Framing Prabowo's 'Gemoy' Campaign: National and International Media Perspectives

[Analisis Framing Pemberitaan Kampanye Gemoy Prabowo Subianto pada Media Nasional dan Internasional]

Esa Rezki Habibillah¹⁾, Didik Hariyanto^{*.2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: didikhariyanto@umsida.ac.id

Abstract. *The “Prabowo Gemoy” campaign has become a prominent political communication innovation in Indonesia, particularly in targeting younger voters through humorous, expressive, and highly visual content. This study analyzes how two media outlets, Kumparan (as national media) and BBC News (as international media), frame the campaign using Robert M. Entman’s framing analysis model. A qualitative media text analysis method was employed to examine four key elements of framing: defining problems, diagnosing causes, making moral judgments, and suggesting remedies. The results indicate that Kumparan frames the campaign as a modern and emotionally resonant strategy to connect with Gen Z and millennial voters, depicting it as a breakthrough in digital political marketing. Conversely, BBC News frames the campaign critically, highlighting the risks of image rebranding and the potential whitewashing of Prabowo’s controversial human rights record. These divergent frames reflect the cultural and institutional differences between the media outlets. This study concludes that media not only report political events but actively shape public perception and political discourse through strategic framing, which plays a crucial role in constructing the image of political figures. This study offers novelty by contrasting national and international media framings of a viral political branding phenomenon in Indonesia, an area rarely explored in previous research. The findings contribute to digital political communication studies by showing how humor-based image construction can produce divergent political meanings across media contexts. Furthermore, this research provides a theoretical advancement by operationalizing Entman’s framing into visual-emotional indicators relevant to contemporary social-media-driven campaigns.*

Keywords - framing, political campaign, prabowo gemoy, kumparan, bbc news

Abstrak. *Kampanye “Prabowo Gemoy” telah menjadi inovasi komunikasi politik yang menonjol di Indonesia, khususnya dalam menargetkan pemilih muda melalui konten yang humoris, ekspresif, dan sangat visual. Penelitian ini menganalisis bagaimana dua outlet media, Kumparan (sebagai media nasional) dan BBC News (sebagai media internasional), membingkai kampanye tersebut dengan menggunakan model analisis framing Robert M. Entman. Metode analisis teks media kualitatif digunakan untuk mengkaji empat elemen kunci dalam framing: mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, memberikan penilaian moral, dan mengusulkan solusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kumparan membingkai kampanye tersebut sebagai strategi modern dan emosional yang dapat terhubung dengan pemilih Gen Z dan milenial, menggambarkan sebagai terobosan dalam pemasaran politik digital. Sebaliknya, BBC News membingkai kampanye ini secara kritis, menyoroti risiko rebranding citra dan potensi pencucian citra atas rekam jejak hak asasi manusia Prabowo yang kontroversial. Perbedaan framing ini mencerminkan perbedaan budaya dan institusional antara kedua outlet media. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media tidak hanya melaporkan peristiwa politik, tetapi secara aktif membentuk persepsi publik dan wacana politik melalui framing strategis, yang memainkan peran penting dalam membangun citra figur politik. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan membandingkan framing media nasional dan internasional terhadap fenomena branding politik viral di Indonesia, yang jarang dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya. Temuan ini memberikan kontribusi pada studi komunikasi politik digital dengan menunjukkan bagaimana konstruksi citra berbasis humor dapat menghasilkan makna politik yang berbeda-beda di berbagai konteks media. Selain itu, penelitian ini memberikan kemajuan teoretis dengan mengoperasionalkan framing Entman ke dalam indikator visual-emosional yang relevan dengan kampanye yang digerakkan oleh media sosial kontemporer.*

Kata Kunci - framing, kampanye politik, prabowo gemoy, kumparan, bbc news.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat media digital telah mengubah secara mendasar cara aktor politik berkomunikasi dengan publik. Dalam lingkungan media hibrida saat ini, batas antara platform tradisional dan digital telah menjadi sangat terhubung, menciptakan ekosistem dinamis di mana pesan-pesan politik beredar melalui berbagai saluran secara bersamaan [1]. Sebagai hasilnya, kampanye politik kontemporer tidak hanya bergantung pada substansi kebijakan, tetapi juga harus beradaptasi dengan logika budaya digital yang visual, cepat, dan emosional. Inovasi dalam kampanye politik menjadi sangat penting untuk menarik perhatian dan dukungan pemilih. Strategi kampanye tidak hanya berfokus pada penyajian program kerja atau pernyataan misi, tetapi juga pada bagaimana calon dapat menarik perhatian audiens melalui pendekatan kreatif dan tepat waktu. Pemilih muda, terutama milenial dan Gen Z, cenderung lebih terhubung dengan kampanye yang menawarkan konten yang menarik secara visual, humoris, dan interaksi manusiawi [2]. Dalam konteks ini, penggunaan strategi baru, seperti framing humoris dan pendekatan emosional, sangat penting untuk membangun kedekatan dan keterlibatan dengan audiens.

Komunikasi politik di era digital sangat dipengaruhi oleh dinamika viral, di mana humor, resonansi emosional, dan daya tarik visual memainkan peran sentral dalam mendorong keterlibatan publik [3]. Pemilih muda, khususnya milenial dan Gen Z, lebih cenderung terlibat dengan kampanye yang menawarkan konten yang menarik, humoris, visual, dan mudah dibagikan. Konten semacam ini lebih efektif dalam menarik perhatian mereka dibandingkan dengan metode tradisional [2]. Dalam konteks ini, penggunaan strategi baru seperti framing humoris dan pendekatan emosional sangat penting untuk membangun koneksi dan keterlibatan dengan audiens. Di Indonesia, fenomena "Prabowo Gemoy" menggambarkan bagaimana seorang tokoh politik membangun kembali citranya dengan menggunakan gambar-gambar yang playful dan mirip meme yang dirancang untuk menarik pemilih muda yang sangat terlibat dalam budaya internet. Fenomena kampanye "Prabowo Gemoy" telah menjadi salah satu contoh inovasi semacam itu yang paling menarik. Visual yang digunakan dalam kampanye ini tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga dirancang untuk menciptakan koneksi emosional dengan pemilih. Kampanye "Prabowo Gemoy" menggunakan berbagai elemen visual dan tindakan kreatif untuk menciptakan daya tarik yang kuat bagi pemilih muda. Pada beberapa acara kampanye, Prabowo menunjukkan kemampuannya menarinya dengan musik enerjik dan gaya yang menghibur. Aksi ini menjadi viral di media sosial dan dipandang sebagai metode untuk membangun koneksi emosional dengan audiens muda. Salah satu elemen yang paling mencolok dalam kampanye ini adalah papan reklame animasi, yang menampilkan karikatur kartun Prabowo dengan ekspresi humoris. Visual ini dirancang untuk menarik perhatian pemilih muda baik di ruang publik maupun di media sosial. Strategi visualisasi ini mencerminkan pergeseran besar dalam cara calon politik memposisikan diri mereka. Prabowo, yang sebelumnya dikenal dengan persona militernya, menggunakan kampanye ini untuk mencoba mengubah persepsi publik menjadi citra yang lebih positif, ramah, dan dapat diterima oleh generasi muda. Fenomena ini juga bertindak sebagai "magnet," menarik perhatian media dari berbagai outlet, termasuk media massa.

Media massa itu sendiri memainkan peran kunci dalam membentuk opini dan persepsi publik mengenai isu-isu politik, terutama dalam konteks pemilu. Peran media tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga secara aktif membentuk opini publik melalui cara penyampaian pesan, sebuah proses yang dikenal dengan framing. Framing melibatkan pemilihan, penonjolan, dan pengemasan kembali informasi dengan cara yang menciptakan makna tertentu di benak audiens [4]. Dalam komunikasi politik, framing telah menjadi alat yang ampuh untuk mempengaruhi bagaimana publik menginterpretasikan isu, tokoh, dan agenda [5]. Hal ini juga ditegaskan oleh [6] yang berpendapat bahwa framing media di Indonesia sering kali tidak netral dan membawa kepentingan tertentu yang dapat mengarahkan opini publik. Oleh karena itu, menganalisis framing media sangat penting, terutama saat momen politik seperti pemilu, di mana media mengambil peran ganda sebagai pemberi informasi dan pembentuk citra bagi calon.

Seperti halnya media nasional dan internasional, yang sering mengambil pendekatan yang berbeda dalam menyajikan berita, proses framing yang dilakukan oleh media nasional dan internasional juga dapat sangat berbeda, tergantung pada orientasi audiens mereka, konteks budaya, dan perspektif geopolitik [7]. Media nasional cenderung lebih fokus pada isu-isu domestik dan mengadopsi pendekatan yang sejalan dengan nilai-nilai lokal, sementara media internasional sering menyoroti aspek global, historis, atau kontroversial dari sebuah peristiwa. Perbedaan ini mempengaruhi bagaimana media menekankan dan melaporkan informasi. Salah satu contoh dari hal ini adalah liputan tentang kampanye "Gemoy" Prabowo, di mana media nasional seperti Kumbaran dan media internasional seperti BBC News memiliki perbedaan yang jelas dalam framing dan penekanan narasi mereka dalam menggambarkan citra Prabowo Subianto melalui kampanye "Gemoy". Perbedaan ini pada akhirnya dapat mempengaruhi pandangan publik, penilaian, dan bahkan preferensi politik terhadap calon tersebut.

Latar belakang masing-masing media memainkan peran penting dalam hal ini. Kumbaran adalah salah satu media digital nasional terkemuka di Indonesia, yang didirikan pada tahun 2017. Dengan konsep jurnalisme kolaboratif dan pemanfaatan maksimal teknologi digital, Kumbaran memposisikan diri sebagai platform media yang responsif terhadap tren komunikasi daring, terutama yang menasar generasi muda. Gaya pelaporan Kumbaran cenderung

menekankan pendekatan yang ringan, visual, dan personal dengan bahasa yang komunikatif dan judul yang menarik. Fokus editorialnya tidak hanya pada isu politik, tetapi juga pada konten populer yang dapat dengan mudah diakses dan dikonsumsi secara cepat melalui platform digital dan media sosial. Hal ini membuat Kumbaran sangat terhubung dengan publik digital, terutama milenial dan Gen Z, yang merupakan kelompok pemilih besar dalam kontes politik [8]. Di sisi lain, BBC News adalah bagian dari British Broadcasting Corporation, organisasi penyiaran publik tertua dan terbesar di dunia yang berbasis di Inggris. BBC terkenal dengan laporan yang mendalam, analitis, dan berorientasi global. Laporan BBC ditujukan untuk audiens internasional dan seringkali membingkai isu-isu dalam konteks geopolitik, historis, dan hak asasi manusia. BBC juga mempertahankan misi editorial untuk menjaga netralitas, tetapi dalam praktiknya sering kali menyajikan nada investigatif dan perspektif kritis, terutama dalam meliput tokoh politik dengan implikasi kontroversial atau global. Dalam konteks liputan politik di negara berkembang seperti Indonesia, BBC cenderung membingkai isu domestik dengan mengaitkannya dengan citra internasional tokoh politik, seperti yang terlihat dalam liputan kampanye "Prabowo Gemoy" yang dilaporkan bersamaan dengan rekam jejak hak asasi manusia yang kontroversial. Perbedaan posisi, orientasi audiens, dan nilai editorial ini menjadikan Kumbaran dan BBC News perbandingan yang menarik untuk penelitian framing. Menganalisis kedua outlet ini tidak hanya membuka wawasan tentang bagaimana narasi politik dibangun secara lokal dan global, tetapi juga bagaimana media dapat mempengaruhi pembentukan citra politik di berbagai budaya.

Analisis framing adalah pendekatan dalam studi komunikasi yang digunakan untuk memahami bagaimana media massa membangun realitas sosial melalui pemilihan, penonjolan, dan penyusunan elemen-elemen informasi dalam teks berita. Menurut [9], framing adalah proses memilih aspek-aspek tertentu dari realitas dan membuatnya lebih menonjol dalam pesan komunikasi untuk membangun definisi masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan memberikan rekomendasi solusi. Untuk memastikan ketelitian teoretis, fungsi-fungsi ini dioperasionalkan ke dalam indikator analitis tertentu. Define problems menangkap bagaimana persona "Gemoy" diterjemahkan secara tekstual dan visual; diagnose causes memeriksa penjelasan untuk kemunculannya, termasuk mediatization strategis dan daya tarik yang ditargetkan kepada pemilih muda; moral judgments mengidentifikasi penilaian nilai yang tertanam dalam narasi dan pilihan leksikal; dan treatment recommendations merujuk pada petunjuk normatif yang ditawarkan kepada audiens, seperti melegitimasi komunikasi politik berbasis hiburan atau menekankan akuntabilitas sejarah. Pengoperasionalan ini mengintegrasikan teori framing langsung ke dalam prosedur analitis, memungkinkan penilaian sistematis tentang bagaimana setiap outlet media membangun citra publik Prabowo.

Dalam buku *Framing Analysis: Construction, Ideology, and Media Politics*, [10] menekankan bahwa framing bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi adalah cara media membangun makna, memperkuat interpretasi tertentu, dan mengarahkan bagaimana audiens memahami suatu isu. Framing bukan hanya tentang apa yang dilaporkan, tetapi bagaimana suatu isu dikemas secara strategis untuk membentuk perspektif audiens [11]. Proses ini sangat dipengaruhi oleh kepentingan editorial, budaya organisasi media, dan orientasi ideologis media yang bersangkutan. Dalam politik, framing menjadi alat penting bagi media untuk membangun citra calon, membimbing opini publik, dan memperkuat narasi tertentu dalam kompetisi elektoral [12]. Di Indonesia, framing media sering kali mencerminkan kedekatan media dengan aktor politik, seperti yang dijelaskan oleh [13], yang menemukan bahwa konstruksi berita politik dipengaruhi oleh afiliasi ekonomi dan kepentingan struktural media. Oleh karena itu, analisis framing sangat relevan untuk mempelajari bagaimana media nasional seperti Kumbaran dan outlet internasional seperti BBC News membangun narasi yang berbeda tentang isu yang sama.

Penelitian ini mengkaji bagaimana framing kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto berbeda antara media nasional Kumbaran dan media internasional BBC News, berdasarkan model analisis framing Robert M. Entman. Berdasarkan rumusan masalah ini, penelitian bertujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana kedua media, dengan karakteristik yang berbeda, membingkai kampanye "Prabowo Gemoy" dalam pelaporan mereka dan membandingkan perspektif, narasi, dan gaya penyampaian dari kedua outlet. Kontribusi penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang perbedaan konstruksi narasi antara media nasional dan internasional dalam membingkai isu politik, khususnya kampanye "Prabowo Gemoy". Secara akademis, penelitian ini memperkaya studi komunikasi politik dan media, serta memberikan wawasan tentang dampak framing media terhadap citra tokoh publik. Temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif yang sensitif terhadap konteks media dan meningkatkan kesadaran publik akan pentingnya konsumsi informasi politik yang kritis di era digital.

Penelitian sebelumnya telah mengutip penelitian yang relevan untuk memberikan kerangka teoretis dan metodologis dalam menganalisis framing media. Penelitian pertama oleh (Reformansyah & Widiarti, 2022) [14] menggunakan model framing Entman untuk menganalisis berita tentang kasus "IDI Kacung WHO", yang menunjukkan bagaimana Detik.com fokus pada pelanggaran hukum Jerinx, sementara Kompas.com memberikan ruang untuk pembelaannya. Penelitian ini relevan karena menggunakan teori framing yang sama dan membandingkan media lokal, yang berguna untuk menganalisis Kumbaran dan BBC News dalam penelitian ini. Penelitian kedua oleh (Oktaviant & Sufyanto, 2024) [15] menganalisis bagaimana Liputan6.com dan Republika.co.id membingkai berita Formula-E Anies Baswedan, menggambarkannya baik sebagai tokoh yang kooperatif di bawah tekanan politik atau

sebagai korban dari proses yang tidak adil. Penelitian ini relevan untuk menganalisis kampanye "Prabowo Gemoy", karena mengeksplorasi bagaimana framing media membentuk citra publik tokoh politik. Penelitian ketiga oleh (Prastyanto, 2024) [16] menganalisis framing penampilan Ganjar Pranowo saat siaran Azan di Okezone dan Tribunnews, yang fokus pada politik identitas dan narasi yang kontras. Penelitian keempat oleh (Putri & Hariyanto, 2024) [17] membandingkan framing aksi mahasiswa terkait pengusiran pengungsi Rohingya di Tirto.id dan BBC Indonesia, yang menekankan ketidakresponsifan pemerintah versus sisi kemanusiaan. Terakhir, (DARMAWAN, 2021) [18] membandingkan framing protes di Papua oleh Tempo.co dan Reuters, yang menunjukkan fokus yang berbeda berdasarkan skala media. Semua penelitian ini relevan karena menggambarkan berbagai teknik framing dan perbandingan media, memberikan dasar yang kokoh untuk menganalisis Kumparan dan BBC News.

Perbedaan atau keunikan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah: Pertama, fokus utama penelitian ini adalah pada kampanye politik melalui citra politik yang dibangun dalam kampanye "Prabowo Gemoy", sebuah fenomena politik unik yang mempromosikan citra yang santai, humoris, dan dapat diterima oleh generasi muda (milenial dan Gen Z). Kedua, penelitian ini membandingkan Kumparan (media nasional) dengan BBC News (media internasional), memberikan ruang untuk analisis yang lebih dalam tentang perbedaan framing berdasarkan skala media dan orientasi audiens, serta konteks internasional versus domestik dalam framing isu politik. Ketiga, dalam hal media dan pendekatan, penelitian ini menekankan citra politik calon melalui strategi visual dan media sosial, yang merupakan bagian dari personal branding dan kampanye politik modern, dengan setiap outlet media memiliki interpretasi mereka sendiri tentang pendekatan ini. Sementara banyak penelitian di Indonesia menganalisis framing isu politik, kebanyakan fokus pada debat kebijakan konvensional atau konflik. Sedikit yang mengkaji bagaimana humor visual, personal branding, dan estetika viral membentuk konstruksi identitas politik. Selain itu, perbandingan framing antara media Indonesia dan media global masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana Kumparan dan BBC News membangun makna yang berbeda dari kampanye "Gemoy" melalui model framing Entman yang dioperasionalkan ke dalam empat dimensi analitis. Pengoperasionalan ini memungkinkan penelitian untuk bergerak lebih jauh dari deskripsi teori menuju identifikasi sistematis tentang bagaimana masing-masing media mendefinisikan masalah, mengatribusi penyebab, mengevaluasi moralitas, dan mengusulkan solusi implisit.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis teks media, dengan model framing Entman sebagai kerangka analisis utama. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menangkap makna, wacana, dan konstruksi simbolik yang tidak dapat sepenuhnya direduksi ke dalam kategori numerik atau indikator yang terukur [19]. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna dan pengalaman individu atau kelompok dalam konteks sosial mereka, dengan fokus pada fenomena yang tidak dapat diukur dengan metode kuantitatif. Teks media dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi apa pun yang disampaikan melalui media massa, baik dalam bentuk tulisan, gambar, video, atau bentuk lain yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Teks media tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk opini, konstruksi sosial, dan bahkan framing isu-isu tertentu. [20] dalam *Introduction to Communication Studies* menambahkan bahwa teks media adalah objek komunikasi yang berfungsi sebagai alat untuk membentuk pemahaman tentang dunia, dan interpretasinya sangat bergantung pada konteks sosial dan budaya. Dalam konteks analisis teks media, penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana pesan media, dalam bentuk tulisan, gambar, atau video, diproduksi, diterima, dan diinterpretasikan oleh audiens. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memeriksa makna yang terkandung dalam teks media, mengidentifikasi pola komunikasi, dan memahami bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap isu tertentu. Oleh karena itu, penelitian kualitatif sangat relevan untuk menganalisis teks media guna memahami dinamika sosial, ideologi, dan framing yang ada di dalam media.

Penelitian ini mengoperasionalkan empat fungsi framing Entman ke dalam serangkaian indikator analitis yang jelas untuk memandu proses pengkodean. Pertama, *define problems* diidentifikasi melalui judul, pembukaan narasi, dan label yang digunakan untuk membangun citra publik Prabowo. Kedua, *diagnose causes* diperiksa melalui pernyataan yang menjelaskan mengapa gaya "Gemoy" muncul dan faktor-faktor apa yang berkontribusi pada prominensinya. Ketiga, *make moral judgments* dinilai dengan menganalisis kata sifat evaluatif, pilihan tonal, dan posisi moral yang tertanam dalam teks. Terakhir, *treatment recommendations* diamati melalui solusi eksplisit atau implisit, peringatan, atau arahan normatif yang disarankan oleh pemberitaan. Bersama-sama, indikator-indikator ini memastikan hubungan yang kuat dan konsisten antara konsep teori framing dan analisis data empiris.

Penelitian ini menggunakan artikel dan berita yang diterbitkan selama periode pemilu, yang mencakup beberapa tahap penting dalam proses pemilu, dari 19 Oktober 2023, awal pencalonan presiden dan wakil presiden, hingga periode kampanye, dan hingga penghitungan suara dan rekapitulasi pada 20 Maret 2024 [21]. Korpus data terdiri dari delapan item berita yang dipilih secara purposif yang mencakup persona kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto. Empat di antaranya diterbitkan oleh Kumparan sebagai outlet media nasional, sementara empat lainnya diproduksi

oleh BBC News sebagai outlet internasional. Artikel-artikel yang dipilih meliputi: "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo" yang diterbitkan pada 23 November 2023 [22], "TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran" pada 25 November 2023 [23], "Saat Prabowo Berpose Siap Goyang Gemoy di Hadapan Jokowi" pada 24 Januari 2024 [24], dan "Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK" yang diterbitkan pada 10 Februari 2024 [25] dari Kumparan; serta: "Prabowo Subianto: Indonesia's 'Cuddly Grandpa' with a Bloody Past," diterbitkan pada 7 Februari 2024 [26], "Watch: 'Cuddly Grandpa' Dances Away Dark Past in Indonesian Election," pada 7 Februari 2024 [27], "Prabowo Subianto on Track to Win Indonesia Presidential Race - Early Results" [28] dan "Prabowo Subianto: The Tainted Ex-Military Chief Who Will Be Indonesia's New Leader," [29] yang diterbitkan pada 15 Februari 2024, dari BBC News. Item-item ini dipilih berdasarkan tiga kriteria: (1) referensi langsung terhadap persona "Gemoy" atau "cuddly grandpa" melalui representasi tekstual atau visual, (2) publikasi dalam periode pemilu inti dari November 2023 hingga Februari 2024, dan (3) kontinuitas petunjuk framing dalam masing-masing outlet tersebut.

Unit analisis mencakup elemen-elemen tekstual seperti judul, lead, paragraf kunci, sumber yang dikutip, dan deskripsi evaluatif; komponen visual termasuk foto, thumbnail, keterangan, dan overlay video; serta fitur kontekstual terkait wacana hak asasi manusia, kinerja pemilu, keterlibatan pemilih muda, dan aspek-aspek stylistik dari kampanye. Prosedur analitis dimulai dengan pembacaan awal yang komprehensif dari seluruh korpus untuk mengidentifikasi narasi dominan dan pola tematik. Setiap artikel kemudian dikodekan berdasarkan empat fungsi framing Entman—define problems, diagnose causes, moral judgments, dan treatment recommendation—dengan lembar pengkodean yang mendokumentasikan indikator tekstual dan visual, termasuk istilah-istilah seperti "gemoy," "cuddly grandpa," "tainted," atau referensi kepada pelanggaran hak asasi manusia di masa lalu.

Setelah tahap pengkodean, analisis komparatif dilakukan pada dua tingkat: konsistensi intra-media dalam Kumparan dan dalam BBC, serta perbandingan antar-media antara kedua outlet berdasarkan setiap fungsi framing Entman. Untuk memperkuat kredibilitas, penelitian ini menggunakan triangulasi dengan memeriksa silang framing dalam beberapa artikel dalam setiap outlet dan membandingkannya dengan perspektif teoretis dari framing, media hibrida, dan literatur populisme [30]. Refleksi memoing juga diterapkan sepanjang proses analitis untuk meminimalkan bias peneliti, terutama saat menginterpretasikan petunjuk normatif yang tertanam dalam teks. Prosedur sistematis dan eksplisit ini meningkatkan transparansi dan ketelitian dalam penerapan teori framing dalam analisis media.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini menganalisis empat artikel dari media nasional Kumparan dan empat artikel dari media internasional BBC News mengenai kampanye "Prabowo Gemoy". Empat artikel dari Kumparan meliputi yang pertama berjudul "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo" yang diterbitkan pada 23 November 2023, diikuti dengan "TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran" pada 25 November 2023, "Saat Prabowo Berpose Siap Goyang Gemoy di Hadapan Jokowi" pada 24 Januari 2024, dan "Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK" yang diterbitkan pada 10 Februari 2024. Empat artikel dari BBC News meliputi yang pertama berjudul "Prabowo Subianto: Indonesia's 'Cuddly Grandpa' with a Bloody Past" yang diterbitkan pada 7 Februari 2024, artikel video "Watch: 'Cuddly Grandpa' Dances Away Dark Past in Indonesian Election" pada 7 Februari 2024, serta artikel-artikel "Prabowo Subianto on Track to Win Indonesia Presidential Race – Early Results" dan "Prabowo Subianto: The Tainted Ex-Military Chief Who Will Be Indonesia's New Leader" yang keduanya diterbitkan pada 15 Februari 2024. Menggunakan analisis framing Robert M. Entman, peneliti mengeksplorasi bagaimana empat dimensi kunci framing, mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan merekomendasikan pengobatan, diterapkan oleh masing-masing media untuk membentuk citra Prabowo Subianto.

A. Analisis Framing Media Kumparan

Artikel 1: "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo" (23 November 2023)

Dalam artikel ini, define problems yang dilakukan oleh Kumparan yaitu mendefinisikan masalah bahwa kampanye politik di Indonesia sedang mengalami transformasi besar dari gaya formal dan kaku menjadi lebih cair, ekspresif, dan populis. Hal ini tampak dalam kutipan: "Prabowo menari mengikuti irama lagu-lagu viral seperti Ojo Dibandingke dan Aku Bukan Jodohnya." Gaya kampanye yang menampilkan kandidat sebagai figur yang bisa menari dan mengikuti tren media sosial dipotret sebagai fenomena baru dalam komunikasi politik. Media membingkai peristiwa untuk menunjukkan bahwa ada isu penting yang perlu diperhatikan publik, biasanya berdasarkan nilai-nilai sosial yang berlaku [14]. Dalam konteks ini, media membingkai bahwa politik tradisional tidak lagi efektif, dan munculnya gaya "Gemoy" adalah respons terhadap perubahan selera public [10].

Diagnose causes, yang dilakukan oleh Kumparan yaitu mendiagnosis penyebab perubahan gaya kampanye Prabowo sebagai respons terhadap dinamika pemilih muda, terutama generasi Z yang sangat terhubung dengan tren digital dan budaya populer [31]. Disebutkan bahwa perubahan gaya ini adalah upaya sadar untuk menarik perhatian kelompok demografis ini. Perubahan gaya kampanye dikaitkan dengan upaya menarik perhatian terutama generasi Z. Dalam hal ini, perubahan gaya komunikasi politik dikaitkan langsung dengan kebutuhan untuk menjangkau pemilih muda dan dunia media sosial dan dominasi media telah memaksa politisi untuk mengadaptasi gaya mereka agar sesuai dengan logika media, yakni visual, cepat, dan menghibur [32].

Make Moral Judgments, yang dilakukan artikel Kumparan ini adalah membingkai gaya kampanye “Gemoy” Prabowo secara positif, sebagai strategi yang membuat politik terasa lebih dekat, menyenangkan, dan ringan. Pernyataan seperti: “Gaya ini dinilai sebagai bentuk kedekatan emosional dengan anak muda yang akrab dengan konten media sosial” menunjukkan bahwa media memberikan evaluasi normatif terhadap kampanye tersebut. Kumparan menampilkan Prabowo sebagai sosok yang adaptif dan mampu menciptakan kedekatan emosional, yang secara implisit mengandung penilaian moral positif. Dalam kampanye politik modern, kandidat yang dinilai ramah, lucu, atau relatable lebih mudah mendapat dukungan karena memenuhi ekspektasi moral publik dalam konteks demokrasi populer [33].

Treatment Recommendation, yang dilakukan artikel Kumparan ini adalah menyiratkan bahwa politisi perlu menyesuaikan pendekatan kampanye mereka agar lebih selaras dengan kultur digital, media sosial, dan gaya komunikasi visual. Meskipun tidak secara eksplisit memberikan saran, narasi artikel dan pemilihan visual (Prabowo tersenyum lebar di atas panggung, menari di tengah kerumunan) menunjukkan bahwa pendekatan kampanye yang cair, menyenangkan, dan visual sangat efektif di era digital [34].

Artikel Kumparan “Melihat Gaya Kampanye ‘Gemoy’ Prabowo” membingkai kampanye tersebut sebagai bentuk inovasi dalam politik kontemporer. Media memposisikan perubahan gaya sebagai respons adaptif terhadap konteks sosial yang berubah, mengaitkannya dengan kebutuhan untuk meraih pemilih muda, memberi penilaian moral positif terhadap pendekatan ini, serta menyarankan secara tersirat bahwa politisi lain juga sebaiknya mengikuti jejak ini demi relevansi dan efektivitas komunikasi politik di era digital.

Artikel 2: “TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran” (25 November 2023)

Define problems disini, mendefinisikan bahwa politik di Indonesia sering kali terlalu kaku dan formal, sehingga menjauh dari pemilih muda yang lebih menyukai gaya komunikasi yang santai dan personal. Ketegangan, jarak sosial, dan gaya komunikasi yang konvensional dianggap sebagai hambatan dalam membangun kedekatan emosional antara politisi dan Masyarakat [35]. Artikel ini menciptakan kontradiksi antara citra politik lama yang kaku dengan pendekatan kampanye “Gemoy” yang lebih menyenangkan, yang menjadikan gaya tersebut tampak sebagai solusi terhadap masalah komunikasi politik yang terlalu formal.

Diagnose Causes di artikel ini, yaitu terletak pada kurangnya pendekatan personal dan strategi komunikasi yang ramah dari politisi. Kumparan menyampaikan bahwa gaya “Gemoy” merupakan strategi pencitraan positif yang disengaja oleh Tim Kampanye Daerah (TKD) untuk memunculkan kesan bahwa Prabowo adalah sosok yang tidak kaku, melainkan hangat, lucu, dan akrab dengan publik. Dalam hal ini, diagnosis diarahkan pada pentingnya strategi komunikasi yang sesuai dengan preferensi khalayak muda [36].

Make Moral Judgments dalam artikel ini, menyampaikan penilaian moral secara positif terhadap gaya “Gemoy”, dengan menyatakan bahwa kesan lucu dan bersahabat merupakan nilai tambah bagi seorang kandidat. Dalam penjelasan TKD, disebutkan bahwa pendekatan ini membuat Prabowo tampak lebih dekat dengan masyarakat, terutama dengan generasi muda yang lebih responsif terhadap karakter yang menyenangkan dan tidak formal. Penilaian ini bisa ditampilkan secara eksplisit melalui kata-kata, atau secara implisit lewat visualisasi dan simbol [9].

Treatment Recommendation, dalam artikel ini yaitu rekomendasi tersirat bahwa politik perlu dikemas dengan gaya yang lebih ringan, menyenangkan, dan tidak menakutkan agar dapat lebih diterima oleh kalangan muda. Visual yang ditampilkan dalam artikel Prabowo dan Gibran berdiri berdampingan di depan spanduk bertuliskan “Gemoy Menang” dengan latar emoji dan warna pastel memberikan sinyal bahwa kampanye bisa dibuat lebih lembut secara visual dan emosional tanpa kehilangan pesan politik. Rekomendasi ini tidak selalu harus bersifat eksplisit, tetapi dapat dilihat dari cara media menggambarkan solusi sebagai sesuatu yang efektif, menyenangkan, atau layak dicontoh [37].

Artikel “TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran” membingkai gaya “Gemoy” sebagai solusi atas kekakuan politik konvensional. Dengan mendiagnosis penyebabnya sebagai kurangnya pendekatan yang humanis dalam komunikasi politik, dan memberikan penilaian moral positif terhadap citra lucu dan bersahabat Prabowo, Kumparan merekomendasikan—secara implisit—bahwa gaya kampanye yang ringan dan digital-friendly merupakan kunci untuk menjangkau pemilih muda. Framing ini sejalan dengan teori Entman serta berbagai kajian komunikasi politik kontemporer yang menekankan pentingnya pencitraan, pendekatan visual, dan kedekatan emosional dalam strategi kampanye modern [6]

Artikel 3: “Saat Prabowo Berpose Siap Goyang Gemoy di Hadapan Jokowi” (24 Januari 2024)

Define problems, dalam artikel ini, Kumbaran membingkai bahwa politik formal kini mulai diberi sentuhan visual-populer. Acara formal seperti HUT ke-51 HIPMI yang dihadiri Presiden Jokowi menjadi latar ketika Prabowo menampilkan pose khas Goyang Gemoy di hadapan hadirin. Momen ini membingkai bagaimana ruang-ruang politik yang sebelumnya sangat serius dan kaku mulai dikemas lebih fleksibel dan atraktif secara visual. "Dalam acara HUT ke-51 HIPMI, Prabowo tampak memamerkan pose khas ‘Goyang Gemoy’ di depan Presiden Jokowi dan para tamu undangan". Dalam konteks ini, politik gaya lama yang formal diposisikan sebagai hal yang mulai “bergeser”, dan gaya kampanye visual-populer menjadi simbol perubahan komunikasi politik. Pendefinisian masalah bisa dilihat dari bagaimana media memposisikan suatu peristiwa sebagai gejala perubahan sosial yang perlu diperhatikan [9], [10]. Dalam hal ini, “pose gemoy” di forum formal menciptakan kesan bahwa batas antara hiburan dan politik semakin kabur.

Diagnose causes, di artikel ini menjelaskan tentang penyebab dari munculnya gaya visual-populer di ruang politik formal diidentifikasi sebagai inisiatif personal kampanye dari Prabowo untuk membangun pencitraan sebagai tokoh yang bersahabat dan luwes. Kumbaran menekankan bahwa pose yang ditampilkan di depan Presiden Jokowi bukanlah spontanitas tanpa makna, melainkan bagian dari strategi membentuk citra publik yang relatable dan atraktif. Dalam konteks ini, media mengaitkan tindakan Prabowo sebagai strategi sadar yang diarahkan pada pembentukan citra [32].

Make Moral Judgments, Kumbaran memberikan framing moral yang positif terhadap tindakan Prabowo. Dengan menggunakan kata-kata seperti “memamerkan pose khas” dan menyandingkannya dengan ekspresi senyum Jokowi, media membingkai tindakan ini sebagai keberanian dan keluwesan. Dalam konteks acara formal, tindakan tersebut bukan dinilai sebagai tidak pantas, melainkan sebagai bentuk keluwesan politik [38]. Di sini, gaya Prabowo diposisikan bukan hanya sah, tapi juga cerdas secara strategis dan diterima oleh rekan politisi senior seperti Jokowi. Ini juga membuktikan bahwa kampanye yang menampilkan sisi personal dan humanis dari kandidat biasanya lebih efektif dalam membentuk citra positif [33].

Treatment Recommendation, secara tersirat, Kumbaran merekomendasikan bahwa politik dapat dikemas secara santai tanpa menghilangkan nilai formalitas. Artikel ini tidak menyarankan penghapusan etika politik, tetapi memperlihatkan bahwa gaya santai dan humor bisa menjadi pelengkap dari politik formal yang efektif. Momen ketika Prabowo berjoget di depan Jokowi dibingkai bukan sebagai lelucon politik, tetapi sebagai strategi komunikasi visual yang cerdas dan menarik. Artikel memperlihatkan foto Prabowo yang sedang mengangkat tangan kanan sambil bersandar ke kiri, dalam posisi siap berjoget. Di sampingnya, Presiden Jokowi tersenyum, menciptakan momen visual simbolik yang memperlihatkan sinyal politik tersirat. Dalam kasus ini, media merekomendasikan melalui narasi visual bahwa strategi politik yang fleksibel dan visual bisa memperkuat kedekatan kandidat dengan publik, tanpa menurunkan derajat formalitas acara.

Artikel 4: “Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK” (10 Februari 2024)

Define Problems, dalam artikel Kumbaran ini mendefinisikan bahwa kampanye politik saat ini telah bergeser menjadi panggung hiburan dan mobilisasi massa yang bersifat spektakuler. Hal ini tergambar dalam pernyataan bahwa acara kampanye akbar di Stadion GBK diposisikan sebagai puncak perayaan politik dengan kemasan hiburan. Momen “joget gemoy” Prabowo dilihat bukan sekadar hiburan, tetapi sebagai alat komunikasi massa yang meriah dan terstruktur secara visual. Dalam hal ini, artikel menempatkan acara kampanye sebagai alat mobilisasi emosi kolektif, menggambarkan bahwa keberhasilan kampanye tidak hanya diukur dari pesan politik, tapi juga dari kemampuannya menciptakan keterlibatan emosional dan visual dengan publik [39].

Diagnose Causes, dalam artikel ini yaitu penyebab munculnya gaya kampanye berbasis hiburan ini yang dijelaskan sebagai ekspresi kegembiraan dan kedekatan Prabowo dengan rakyat. Kumbaran menulis bahwa "Dengan mengenakan baju putih dan peci hitam, Prabowo berjoget di atas panggung diiringi lagu-lagu ceria dan koreografi khas TikTok.", yang menyiratkan bahwa gaya ini bukan pencitraan kosong, melainkan representasi emosional dari keterlibatannya bersama publik. Dalam konteks ini, artikel menggambarkan bahwa inisiatif Prabowo menari dan tampil ekspresif adalah respons terhadap kebutuhan membangun keterhubungan emosional dengan massa pendukung. Kampanye politik kini diarahkan untuk membangun pengalaman kolektif yang mudah dikonsumsi dan viral [40].

Make Moral Judgments, artikel Kumbaran ini memberikan penilaian moral positif terhadap gaya kampanye ini, dengan menggambarkan aksi Prabowo sebagai bentuk keterbukaan dan kerendahan hati. Visualisasi senyum lebar di tengah sorakan massa, ditambah penggunaan busana sederhana (baju putih dan peci hitam), memperkuat narasi bahwa Prabowo adalah pemimpin yang mau menyatu dengan rakyat tanpa sekat simbolik atau birokratis. Dalam hal ini, framing media menekankan bahwa tindakan Prabowo adalah positif karena menunjukkan sisi manusiawi dan inklusif seorang tokoh politik. Dalam komunikasi politik modern, karakteristik seperti humility (kerendahan hati) dan emotional approachability adalah kunci untuk membangun daya tarik personal yang kuat [33].

Treatment Recommendation, disini yaitu Kumbaran secara implisit merekomendasikan bahwa kampanye politik tidak hanya harus substansial dari segi program, tetapi juga atraktif secara emosional dan visual. Framing dalam artikel ini mengarah pada pemahaman bahwa massa tidak cukup hanya diberi pidato atau janji politik, tetapi juga perlu

merasakan kebersamaan dan keterlibatan emosional secara langsung. Dalam hal ini, momen Prabowo berjoget dianggap sebagai contoh ideal dari politik masa kini: komunikatif, visual, dan mampu membangun koneksi emosi secara cepat dan massal [41].

Artikel “Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK” membingkai acara kampanye besar sebagai puncak mobilisasi massa yang sukses karena menggabungkan substansi politik dengan gaya hiburan. Media menampilkan gaya ekspresif Prabowo bukan hanya sebagai hiburan, tapi sebagai strategi komunikasi visual dan emosional yang efektif. Dengan penilaian moral yang positif dan rekomendasi implisit untuk mengemas politik secara atraktif, artikel ini mencerminkan pola framing media yang sesuai dengan perubahan budaya komunikasi politik di era digital dan visual. Keseluruhan framing memperlihatkan bahwa kedekatan emosional dan pertunjukan visual kini menjadi bagian integral dari strategi kampanye yang berhasil.

B. Analisis Framing Media BBC News

Artikel 1: “Prabowo Subianto: Indonesia’s ‘Cuddly Grandpa’ with a Bloody Past” (7 Februari 2024)

Define Problems, dalam artikel ini BBC menggarisbawahi dan membingkai permasalahan utama sebagai kontradiksi antara citra baru Prabowo yang lucu dan menggemaskan dengan masa lalunya sebagai jenderal dengan tuduhan pelanggaran HAM. Dalam kutipan, BBC menyebut: “He is a former general accused of human rights abuses — now being embraced as a cuddly grandpa.” Dengan menekankan paradoks ini, BBC memperlihatkan bagaimana perubahan wajah publik Prabowo menciptakan kegelisahan naratif, antara masa lalu yang penuh kontroversi dan masa kini yang dibingkai melalui persona “kakek lucu”. Ini adalah bentuk framing yang mengajak pembaca melihat adanya ketidakkonsistenan dalam persepsi publik terhadap tokoh politik. Dalam hal ini, isu yang dianggap penting oleh BBC adalah upaya mencuci ulang citra seorang tokoh politik dengan masa lalu bermasalah. Pendefinisian masalah dalam media framing tidak selalu bersifat eksplisit, tetapi bisa dibaca dari cara media membangun latar isu dan diksi yang digunakan untuk membentuk persepsi terhadap tokoh atau peristiwa [10].

Diagnose Causes, dalam artikel ini BBC mendiagnosis perubahan citra ini sebagai bagian dari strategi rebranding politik, yang bertujuan untuk mengaburkan sejarah kekerasan dan pelanggaran HAM yang pernah dikaitkan dengan Prabowo. Dalam artikelnya, BBC menyebut: “Dancing away a dark past — critics say his current image masks past abuses.” Di sini, BBC mengaitkan perubahan citra dengan strategi kampanye yang dirancang untuk mengesampingkan narasi lama tentang pelanggaran HAM. Hal ini menunjukkan bahwa politisi dengan latar belakang militer atau otoriter cenderung menggunakan strategi media populis untuk menciptakan citra baru [42].

Make Moral Judgments, dalam artikel ini BBC memberikan penilaian moral yang kritis dan tajam terhadap perubahan citra Prabowo. Dalam kalimat: “The fiery ex-special forces commander dogged by allegations of human rights abuses and disappearances has become a cute grandfather made for memes.” terdapat nada sinis dan skeptis terhadap transformasi ini, seolah menyiratkan bahwa citra “kakek lucu” adalah bentuk disguise dari masa lalu yang kelam. Dalam hal ini, BBC menyoroti bahwa strategi kampanye Prabowo membawa risiko menyesatkan publik, dan dengan demikian mengandung unsur manipulatif secara moral. Hal ini termasuk dalam istilah populisme sosial, dalam politik modern, yakni penggunaan kesan visual yang menyenangkan untuk menutupi sejarah atau substansi yang problematis [43].

Treatment Recommendation, dalam artikel ini BBC tidak secara eksplisit memberikan solusi, tetapi secara implisit merekomendasikan bahwa publik harus tetap kritis dan tidak tertipu oleh citra media, meskipun kampanye kandidat tampak menarik secara visual atau emosional. Melalui pemilihan visual kontras yakni perbandingan antara foto Prabowo tersenyum saat kampanye dan arsip dirinya berseragam militer, BBC menyiratkan bahwa masa lalu tetap relevan dan tidak boleh diabaikan dalam menilai kualitas kandidat. Di sini, BBC tidak menawarkan solusi kebijakan, tetapi menyampaikan pesan normatif: pemilih perlu menyadari kompleksitas sejarah dan tidak terjebak dalam pencitraan semata. Disini menandakan bahwa dalam era politik yang dikendalikan oleh media, narasi kampanye sering kali memotong konteks sejarah dan hanya fokus pada citra visual [44].

BBC News dalam artikelnya membingkai kampanye Prabowo melalui lensa kritis terhadap transformasi citra politik. Dengan menekankan paradoks antara persona “cuddly grandpa” dan latar belakang sebagai komandan militer dengan dugaan pelanggaran HAM, BBC membangun narasi yang mengingatkan publik bahwa rebranding politik bisa menjadi alat untuk menyembunyikan masa lalu. Artikel ini menggunakan visual, narasi sinis, dan kontras sejarah untuk menyampaikan penilaian moral yang tajam serta rekomendasi agar publik tetap berpikir kritis. Ini menunjukkan bahwa framing media Barat, khususnya dari BBC, cenderung fokus pada dimensi sejarah, etika, dan akuntabilitas dalam menilai politisi di negara demokrasi berkembang.

Artikel 2: “Watch: ‘Cuddly grandpa’ dances away dark past in Indonesian election” (7 Februari 2024)

Define Problems, artikel video ini, BBC membingkai transformasi visual Prabowo sebagai alat pengalihan dari masa lalu yang kontroversial, terutama terkait tuduhan pelanggaran hak asasi manusia (HAM). BBC menggunakan narasi dan simbol visual untuk menunjukkan bahwa framing visual termasuk tarian, filter Instagram, dan caption lucu,

berperan dalam membelokkan fokus publik dari catatan historis yang serius. “Cuddly grandpa dances away dark past...” menjadi frasa simbolik yang memperlihatkan ketimpangan antara visual yang menyenangkan dengan substansi sejarah yang berat. Di sini, media menunjukkan adanya masalah serius: publik mulai mengabaikan sejarah kelam seorang kandidat karena terseret dalam euforia visual kampanye. Ini adalah bentuk kritik terhadap normalisasi politisi kontroversial melalui media visual yang memanipulasi persepsi. Media framing membentuk masalah dengan cara menyusun realitas dalam oposisi simbolik di mana aspek “lucu” dan “gelap” disandingkan untuk menyoroti adanya paradoks dalam persepsi public [10].

Diagnose Causes, dalam artikel ini yaitu, BBC mengidentifikasi strategi digital dan kampanye visual sebagai penyebab utama dari naiknya popularitas Prabowo. Dalam video, ditampilkan bagaimana filter Instagram, meme, dan gerakan menari digunakan sebagai sarana untuk membangun citra “ramah” dan “menyenangkan”, namun mengalihkan perhatian dari isu HAM dan kekerasan politik masa lalu. Di sini, kampanye politik yang terstruktur secara digital dan visual disebut sebagai aktor utama dalam membentuk narasi baru, menutupi masa lalu dengan humor dan sensasi media sosial. Video kampanye tidak lagi bertujuan menyampaikan kebijakan, melainkan menyuguhkan pertunjukan visual yang membentuk citra [32].

Make Moral Judgments, dalam artikel ini yaitu BBC memberikan penilaian moral yang tegas dan kritis dalam video ini. Kalimat: “While many young voters laugh and dance with Prabowo’s memes, human rights groups say this is whitewashing history.” Menyiratkan bahwa transformasi citra tersebut bukan hanya dangkal, tapi secara moral bermasalah karena dianggap sebagai upaya mencuci bersih sejarah kelam. Dalam kasus ini, tindakan kampanye Prabowo tidak hanya dinilai sebagai bentuk rebranding biasa, tapi sebagai manipulasi memori kolektif. Penilaian moral dari BBC menjadi teguran etis agar publik tidak mengkonsumsi politik seperti infotainment, apalagi jika itu melibatkan tokoh dengan rekam jejak kekerasan [43].

Treatment Recommendation, di artikel ini yaitu BBC tidak memberikan saran secara eksplisit, namun melalui teknik visual yang kuat — kontras antara potongan video lucu Prabowo menari dan footage pelanggaran HAM serta wawancara aktivis — media menyiratkan bahwa publik harus tetap mengingat sejarah dan tidak tertipu oleh kampanye visual yang menyenangkan. Ini adalah bentuk rekomendasi framing implisit agar pemilih mempertimbangkan rekam jejak masa lalu dalam menilai figur politik. Dalam video ini, meski tidak berbentuk ajakan langsung, struktur narasi visual BBC menunjukkan bahwa peringatan terhadap amnesia sejarah adalah pesan utama yang ingin disampaikan.

BBC, melalui video “Watch: ‘Cuddly grandpa’ dances away dark past in Indonesian election”, mbingkai transformasi citra Prabowo sebagai bentuk pelarian visual dari masa lalu yang gelap. Dengan menggabungkan footage kampanye yang menyenangkan dan transisi ke arsip pelanggaran HAM serta pernyataan kritis dari aktivis, video ini menyusun narasi bahwa media visual tidak netral, melainkan bisa menjadi instrumen manipulasi persepsi politik. Framing yang disampaikan menekankan pentingnya ingatan sejarah, kehati-hatian etis, dan resistensi terhadap pencitraan palsu dalam demokrasi visual kontemporer.

Artikel 3: “Prabowo Subianto: The tainted ex-military chief who will be Indonesia’s new leader” (15 Februari 2024)

Define Problem, BBC mbingkai bahwa kemenangan Prabowo tidak hanya mencerminkan keberhasilan elektoral, tetapi juga menandakan kemunduran dalam kesadaran kolektif publik terhadap isu hak asasi manusia (HAM). Dalam kalimat: “Prabowo Subianto: The tainted ex-military chief who will be Indonesia’s new leader”, BBC secara langsung menekankan bahwa kemenangan ini bukan hanya soal politik elektoral biasa, tetapi menyimpan paradoks sejarah. Dalam hal ini menempatkan “melupakan sejarah pelanggaran HAM” sebagai masalah utama sebuah bentuk amnesia kolektif demokrasi. Dalam hal ini dapat bahwa media dapat mendefinisikan masalah tidak hanya melalui data atau informasi eksplisit, tetapi melalui kontras dan simbolisasi, misalnya menyandingkan foto kemenangan dengan sorotan pelanggaran HAM dalam bentuk infografis [10].

Diagnose Causes, dalam artikel ini, BBC menyebut bahwa penyebab dari situasi ini adalah hilangnya fokus publik terhadap pelanggaran HAM masa lalu, terutama di kalangan generasi muda yang tidak cukup mengetahui sejarah kandidat. Ini digambarkan sebagai hasil dari lemahnya pendidikan politik dan dominasi narasi media sosial yang bersifat visual dan dangkal. Di sini, BBC menyiratkan bahwa defisit memori sejarah dan pengaruh kampanye populis-visual adalah penyebab utama terjadinya pemutihan (whitewashing) masa lalu, informasi historis yang kompleks sering kalah oleh citra dan simbol populis yang mudah dikonsumsi [32].

Make Moral Judgments, dalam artikel ini BBC memberikan penilaian moral yang tajam dalam menyatakan bahwa kemenangan Prabowo bisa menjadi preseden berbahaya bagi impunitas di Indonesia. Kalimat: “Activists fear his presidency may set a dangerous precedent for impunity.” Di sini, BBC memposisikan bahwa demokrasi yang membiarkan tokoh dengan rekam jejak pelanggaran HAM berkuasa tanpa pertanggungjawaban akan mengikis nilai-nilai keadilan dan transisi demokrasi. Media framing dalam konteks pemilu seharusnya menyajikan tidak hanya aspek citra, tetapi juga latar historis dan konsekuensi etis dari pilihan politik [33].

Treatment Recommendation, dalam artikel ini yaitu BBC tidak menyampaikan saran eksplisit, namun dengan menyajikan infografis garis waktu yang menampilkan perjalanan karier Prabowo dengan sorotan merah pada tahun-

tahun pelanggaran HAM, serta menyandingkannya dengan foto perayaan kemenangannya, BBC menyampaikan pesan implisit: isu HAM harus tetap diangkat secara konsisten dalam kehidupan demokrasi, bahkan setelah pemilu usai. Dalam hal ini, BBC merekomendasikan agar publik, aktivis, dan media tidak berhenti menuntut akuntabilitas atas pelanggaran HAM, meskipun figur politik tersebut berhasil secara elektoral. Artikel ini menunjukkan bahwa substance harus tetap dikedepankan dibanding sekadar spectacle dalam politik [37].

BBC melalui artikel ini menyusun framing bahwa kemenangan politik tidak bisa dilepaskan dari masa lalu kandidat. Dengan membingkai kemenangan Prabowo sebagai kemenangan yang disertai bayang-bayang sejarah kelam, BBC menyoroti krisis memori dalam demokrasi, serta pentingnya membangun kesadaran kritis terhadap rekam jejak HAM. Artikel ini menggunakan kombinasi narasi dan visual dari infografis sejarah hingga simbol perayaan untuk menyampaikan pesan moral bahwa keberhasilan elektoral tidak boleh menjadi dalih bagi impunitas.

4. Artikel: “Prabowo Subianto on track to win Indonesia presidential race – early results” (15 Februari 2024)

Define Problems, dalam artikel ini, BBC membingkai kemenangan Prabowo sebagai representasi dari pergeseran selera politik masyarakat Indonesia, terutama generasi muda. Hal ini tercermin dari narasi: “Unofficial results suggest a landslide win for Prabowo, despite concerns over his military past.” Masalah yang diangkat di sini bukan semata soal kemenangan itu sendiri, tetapi bahwa kemenangan tersebut terjadi meskipun terdapat kekhawatiran serius atas masa lalunya yang penuh kontroversi. BBC membingkai fenomena ini sebagai tanda lemahnya daya ingat publik terhadap sejarah politik dan pelanggaran HAM, yang mulai tersisih oleh gaya kampanye populer dan menyenangkan. BBC secara halus mengangkat problem demokratis: bagaimana daya tarik personal dan visual dapat menutupi jejak kelam seorang kandidat. Artikel ini menunjukkan bahwa media dapat membentuk definisi masalah melalui simbol-simbol visual dan narasi kontras seperti juxtaposition (teknik menyandingkan dua objek, ide, atau gambar) antara stiker lucu di Instagram story Prabowo dan grafik kemenangan quick count [45].

Diagnose Causes, dalam artikel ini, BBC mengidentifikasi bahwa dukungan luas terhadap Prabowo sebagian besar dipengaruhi oleh keberhasilannya menjangkau pemilih muda melalui media sosial. Strategi ini menciptakan citra yang humoris, ringan, dan mudah didekati — karakteristik yang sangat resonan dengan audiens digital dan generasi Z. Di sini, kampanye digital berbasis media sosial (termasuk meme, story, TikTok-style video) menjadi instrumen yang menyumbang terhadap “kelupaan” publik atas isu HAM. Artikel ini menunjukkan bahwa komunikasi politik berbasis visual dan humor adalah cara paling efektif menjangkau pemilih muda, meskipun bisa berdampak mengaburkan isu-isu struktural seperti hak asasi manusia [36].

Make Moral Judgments, dalam artikel ini, BBC memberikan penilaian moral bahwa gaya kampanye yang humoris dan menarik secara visual berpotensi “mengaburkan” fokus publik terhadap rekam jejak masa lalu seorang kandidat. Dalam kutipan: “Despite his past, many young Indonesians are drawn to his humorous and approachable campaign.” BBC menyiratkan kekhawatiran bahwa persona media sosial dapat menutupi substansi politik, dan dalam hal ini, menjadi sarana rebranding bagi tokoh dengan rekam jejak problematik. Penilaian moral BBC cukup tajam namun terselubung: mereka tidak menyebut kampanye itu “buruk,” namun menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara penilaian emosional dan penilaian historis dari publik.

Treatment Recommendation, artikel BBC ini menyiratkan bahwa demokrasi yang sehat harus tetap mengangkat ingatan kolektif terhadap pelanggaran HAM dan sejarah kelam masa lalu. Ini tampak dalam penggunaan visual yang kontras: Instagram story Prabowo dengan stiker lucu dan caption ceria disandingkan dengan analisis pengamat HAM yang menekankan perlunya evaluasi kritis terhadap figur pemimpin. Dalam hal ini, BBC merekomendasikan perlunya refleksi nasional terhadap cara publik menilai pemimpin tidak hanya berdasarkan gaya kampanye, tetapi juga berdasarkan akuntabilitas sejarah dan media berperan penting dalam mencegah hilangnya konteks historis melalui seleksi visual yang menyeluruh dan narasi yang seimbang [8].

C. Perbandingan Analisis Framing Antara Kumparan & BBC News

Hasil perbandingan antara framing dari empat artikel Kumparan sebagai media nasional dan empat artikel BBC News sebagai media internasional, berdasarkan empat elemen teori framing dari Robert M. Entman (1993): Define Problems, Diagnose Causes, Make Moral Judgments, dan Treatment Recommendation, peneliti telah menjabarkannya dengan tabel komparatif sebagai berikut;

Tabel 1. Hasil Perbandingan Framing

No	Elemen Framing	Kumparan (4 Artikel)	BBC News (4 Artikel)
1	Define Problems	“Gemoy” sebagai inovasi	“Gemoy/kakek menggemaska

		komunikasi kampanye yang menyegarkan, ceria, dan ramah bagi kaum muda	n” sebagai paradoks dan pengalih perhatian
2	Diagnose Causes	Adaptasi strategis terhadap budaya digital dan pemilih muda	Manajemen citra strategis yang mengeksploitasi kesadaran sejarah yang rendah dan logika media viral
3	Make Moral Judgments	Positif; memantapkan Prabowo dan mempromosikan demokrasi yang menyenangkan	Kritis; berisiko membersihkan citra dan menormalkan impunitas
4	Treatment Recommendation	Secara implisit mendukung gaya kampanye yang menghibur, visual, dan mempengaruhi	Mendorong evaluasi kritis dan pelestarian wacana hak asasi manusia

Secara keseluruhan, hasil analisis framing terhadap pemberitaan kampanye “Gemoy” Prabowo Subianto menunjukkan kontras tajam antara media lokal (Kumparan) dan internasional (BBC News) dalam membongkar fenomena tersebut. Kumparan secara konsisten membongkar gaya kampanye Prabowo sebagai bentuk inovasi positif dalam komunikasi politik digital yang dinilai efektif menjangkau generasi muda, dengan narasi moral yang menekankan kedekatan emosional, keluwesan, dan humanisasi tokoh politik. Sebaliknya, BBC menggunakan pendekatan kritis dengan menyoroti bahaya transformasi citra tersebut sebagai strategi rebranding yang berpotensi menutupi sejarah pelanggaran HAM dan menciptakan preseden impunitas, terutama di tengah rendahnya kesadaran sejarah di kalangan pemilih muda. Jika Kumparan menekankan efektivitas kampanye visual dalam membangun keterlibatan publik, maka BBC mengingatkan akan pentingnya kesadaran historis dan akuntabilitas etis dalam demokrasi. Perbedaan ini mencerminkan perbedaan orientasi nilai: Kumparan berfokus pada keberhasilan komunikasi politik dalam konteks budaya digital lokal, sementara BBC menekankan peran media sebagai pengingat memori kolektif dan penjaga integritas demokrasi.

IV. SIMPULAN

Penelitian ini menyoroti perbedaan mencolok antara bagaimana media nasional Kumparan dan media internasional BBC News membongkar kampanye “Gemoy” Prabowo Subianto. Kumparan menggambarkan kampanye tersebut sebagai bentuk komunikasi politik yang inovatif yang secara efektif melibatkan pemilih muda melalui daya tarik visual, humor, dan emosional, dengan menekankan kemampuan Prabowo untuk beradaptasi dengan budaya digital dan membangun kedekatan emosional dengan publik. Sebaliknya, BBC News menyajikan perspektif kritis, dengan fokus pada paradoks antara persona baru Prabowo yang ramah dan masa lalunya yang kontroversial, khususnya terkait dengan pelanggaran hak asasi manusia. BBC mengkhawatirkan bahwa transformasi visual kampanye ini mungkin

merupakan upaya untuk mengaburkan sejarah, yang berpotensi menciptakan preseden berbahaya bagi impunitas politik. Perbedaan dalam framing ini dipengaruhi oleh karakteristik dan audiens sasaran masing-masing outlet: Kumparan menyasar pemilih muda Indonesia dengan pendekatan yang ringan dan mudah diterima, sementara BBC mengambil perspektif yang lebih investigatif dan kontekstual secara global. Pada akhirnya, temuan ini menyoroti peran penting framing media dalam membentuk persepsi publik dan membangun citra tokoh politik, serta menunjukkan bagaimana media tidak hanya melaporkan, tetapi juga aktif mempengaruhi komunikasi politik dalam kampanye modern.

REFERENSI

- [1] A. Chadwick, *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press, 2017.
- [2] A. J. Suhardi, "Political Communication Strategies of Young Candidates to Win the Hearts of Millennial and Gen Z Voters," *J. Am. Instr.*, vol. 2, no. 9, pp. 1332–1341, 2025.
- [3] S. Papatthanassopoulos and I. Giannouli, "Political Communication in the Age of Platforms," *Encyclopedia*, vol. 5, no. 2, p. 77, 2025.
- [4] I. Ademosu, H. Bodunde, and B. Sotiloye, "Framing as cues: Engaging audiences on Environmental Issues where it Matters," *Commun. Cult. Africa*, vol. 3, no. 1, 2023.
- [5] S. Salahuddin, "Understanding Media Framing of political landscape and Audience Perception: A case of Pakistani Politics," *J. Soc. Sci. Humanit. Innov.*, vol. 4, pp. 1–18, 2024.
- [6] F. W. Roosinda and Y. S. Suryandaru, "Framing of propaganda and negative content in Indonesian media," *J. Stud. Komun.*, vol. 4, no. 1, pp. 63–74, 2020.
- [7] M. Ibrahim, B. Wang, M. Xu, and H. Xu, "A multidimensional analysis of media framing in the Russia-Ukraine war," *J. Comput. Soc. Sci.*, vol. 8, no. 2, pp. 1–27, 2025.
- [8] R. A. Nugroho, *Media Digital dan Generasi Muda: Strategi Komunikasi Politik di Era Platform*. Jakarta: Pustaka Komunika, 2023.
- [9] R. M. Entman, "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm," *J. Commun.*, vol. 43, no. 4, pp. 51–58, 1993.
- [10] Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Edisi Revi. Jakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2012.
- [11] K. Hallahan, "Political public relations and strategic framing," in *Political public relations*, Routledge, 2011, pp. 186–222.
- [12] D. Tewksbury and D. A. Scheufele, "News framing theory and research," in *Media effects*, Routledge, 2019, pp. 51–68.
- [13] D. Hariyanto, F. A. Dharma, I. Yussof, and F. Muharram, "The Hyperreality of Identity Politics on Social Media," *Commun. J. Ilmu Komun.*, vol. 8, no. 1, pp. 19–38, 2024.
- [14] M. A. Reformansyah and P. W. Widiarti, "Analisis framing Robert Entman tentang berita Kompas.com dan detik.com tentang kasus 'IDI Kacung WHO,'" *Lekt. J. Ilmu Komun.*, vol. 5, no. 4, 2022.
- [15] N. R. P. N. E. Oktaviant and S. Sufyanto, "Analysis of the Framing of Anies Baswedan's Formula-E News in Liputan6.com and Republika.co.id Media," *Procedia Soc. Sci. Humanit.*, vol. 7, pp. 715–733, 2024.
- [16] L. B. C. Prastyanto, "Analisis framing pemberitaan kemunculan Ganjar Pranowo dalam tayangan azan stasiun televisi pada media daring Okezone dan Tribunnews." Widya Mandala Surabaya Catholic University, 2024.
- [17] S. R. Putri and D. Hariyanto, "A Framing Analysis of Reporting on Student Actions to Forcefully Expel Rohingya in Tirta.id and BBC Indonesia," *Procedia Soc. Sci. Humanit.*, vol. 7, pp. 79–91, 2024.
- [18] A. R. DARMAWAN, "The Framing of Papua Protests on Tempo.co and Reuters." Universitas Gadjah Mada, 2021.
- [19] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications, 2017.
- [20] J. Fiske, *Introduction to communication studies*. Routledge, 2010.
- [21] K. P. U. (KPU) R. Indonesia, "Tahapan Pemilu 2024." 2023.
- [22] Kumparan, "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo," 2023.
- [23] Kumparan, "TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran," 2023.
- [24] Kumparan, "Saat Prabowo Berpose Siap Goyang Gemoy di Hadapan Jokowi," 2024.
- [25] Kumparan, "Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK," 2024.
- [26] B. B. C. News, "Prabowo Subianto: Indonesia's 'Cuddly Grandpa' with a Bloody Past," 2024.
- [27] B. B. C. News, "Watch: 'Cuddly grandpa' dances away dark past in Indonesian election," 2024.
- [28] B. B. C. News, "Prabowo Subianto on track to win Indonesia presidential race - early results," 2024.
- [29] B. B. C. News, "Prabowo Subianto: The tainted ex-military chief who will be Indonesia's new leader," 2024.
- [30] U. Flick, "An introduction to qualitative research," 2022.
- [31] C. P. Tinambunan, S. Syailendra, and F. S. Pratiwi, "Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik," *Sosio e-Kons*, vol. 16, no. 3, pp. 325–337, 2024.
- [32] J. Strömback and F. Esser, "Mediatization of politics: Towards a theoretical framework," in *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies*, Springer, 2014, pp. 3–28.
- [33] L. L. Kaid, *Handbook of political communication research*. Routledge, 2004.
- [34] A. N. Hidayati, "Personal Branding Anies Baswedan Calon Presiden Indonesia 2024 melalui Media Sosial Instagram," *J. Desain*, vol. 11, no. 2, pp. 433–440, 2024.
- [35] A. Meifilina, "Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik," *J. Komun. Nusant.*, vol. 3, no. 2, pp. 101–110, 2021.
- [36] K. Hasan, "Komunikasi politik dan pencitraan (analisis teoritis pencitraan politik di Indonesia)," *J. Online Din. fisip Unbara Palembang, Vol. 2 Nomor 4*, 2009.
- [37] C. Holtz-Bacha and P. Norris, "To Entertain, Inform and Educate": Still the Role of Public Television in the 1990s? Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, 2000.
- [38] I. Haryanto, "Independensi dan framing media massa dalam pemberitaan politik," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 8, no. 1, pp. 15–28, 2011.
- [39] A. Wahyuningtyas, M. W. Ramadhan, M. B. Suprihono, and A. Putranto, "Efektivitas Strategi Kampanye Pasangan Sherly Laos-Sarbin Sehe di Pilgub Maluku Utara: Kajian Media, Taktik, dan Mobilisasi Massa," *J. Indones. Manaj. Inform. dan Komun.*, vol. 6, no. 1, pp. 610–621, 2025.
- [40] P. Robin, S. Fendista, and A. Adiwinata, "Manuver dan Momentum Politik Joko Widodo: Analisis Wacana Kritis#JKWVLOG," *Calathu J. Ilmu Komun.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–58, 2020.

- [41] L. Tambawang, M. Sawir, and R. Pongtuluran, "Melihat ke Belakang: Panggung Gemoy dan Dinamika Politik Masa Kini.," *J. Ilmu Hukum, Hum. dan Polit.*, vol. 4, no. 3, 2024.
- [42] D. McCargo, *Media and politics in Pacific Asia*. Routledge, 2003.
- [43] J. Corner and D. Pels, "Mediated persona and political culture," in *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism*, SAGE Publications Ltd, 2003, pp. 67–84.
- [44] N. M. Septiyani *et al.*, *Manifestasi Public Relations Di Era Digital 4.0*. Nas Media Pustaka, 2024.
- [45] I. L. Alamsyah, N. Aulya, and S. H. Satriya, "Transformasi media dan dinamika komunikasi dalam era digital: Tantangan dan peluang ilmu komunikasi," *J. Ilm. Res. Student*, vol. 1, no. 3, pp. 168–181, 2024.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.