



## Similarity Report

### Metadata

Name of the organization

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

Title

**Artikel Jurnal\_Esa Rezki Habibillah (222022000172)**

Author(s) Coordinator





**perpustakaan umsidairta**

Organizational unit

**Perpustakaan**

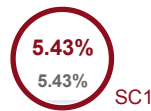
### Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		0
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		22

### Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.



**25**  
The phrase length for the SC 2

**11349**  
Length in words

**86184**  
Length in characters

### Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

#### The 10 longest fragments

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)	Color of the text
1	<a href="https://dergipark.org.tr/en/pub/turcom/issue/60262/803338">https://dergipark.org.tr/en/pub/turcom/issue/60262/803338</a>	28 0.25 %	
2	<a href="https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/4193/3189/">https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/4193/3189/</a>	26 0.23 %	
3	<a href="http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/1267">http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/1267</a>	26 0.23 %	
4	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM PENCITRAAN PARTAI POLITIK DAN CALON LEGISLATIF PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024 DI KABUPATEN BANYUWANGI I Nyoman Ananda, Relin D.E,Putra Hari Iryanto;	22 0.19 %	

5	Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Keadilan Sejahtera (DPC PKS) dalam Rekrutmen Kader di Medan Denai Ritonga Elfi Yanti,M. Saripuddin;	22 0.19 %
6	<a href="https://pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/media-framing-and-ethics/">https://pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/media-framing-and-ethics/</a>	22 0.19 %
7	Political Communication Strategies through Video Podcast Campaign: A Case Study of Partai Perindo in Indonesia Celly Sompotan, Alvin Silvanus;	21 0.19 %
8	<a href="https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-32-9076-1_3">https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-32-9076-1_3</a>	20 0.18 %
9	<a href="http://katalogjurnal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/6144">http://katalogjurnal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/6144</a>	20 0.18 %
10	<a href="https://repository.ukwms.ac.id/view/divisions/fi=5Fkom1/2024.html">https://repository.ukwms.ac.id/view/divisions/fi=5Fkom1/2024.html</a>	19 0.17 %

from RefBooks database (1.11 %)



NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

Source: Paperity

1	PENGARUH KEBERADAAN WANITA DALAM DEWAN KOMISARIS, DEWAN DIREKSI DAN KUALITAS AUDITOR EKSTERNAL TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK TAHUN 2021-2023 Ariefiansyah Tridipa Mannaroy, Sofie;	30 (2) 0.26 %
2	Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Keadilan Sejahtera (DPC PKS) dalam Rekrutmen Kader di Medan Denai Ritonga Elfi Yanti,M. Saripuddin;	22 (1) 0.19 %
3	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM PENCITRAAN PARTAI POLITIK DAN CALON LEGISLATIF PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024 Di KABUPATEN BANYUWANGI I Nyoman Ananda, Relin D.E.,Putra Hari Iryanto;	22 (1) 0.19 %
4	Political Communication Strategies through Video Podcast Campaign: A Case Study of Partai Perindo in Indonesia Celly Sompotan, Alvin Silvanus;	21 (1) 0.19 %
5	Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Wajib Pajak Bumi dan Bangunan pada Badan Pendapatan Daerah Kota Kendari Nurhani, St. Fatmawati.L, M. Yusuf;	11 (1) 0.10 %
6	Transformasi aktivitas K-Popers di media sosial: analisis drone emprit dalam framing isu UU Cipta Kerja: Transformation of K-Popers activities in social media: analysis of drone emprit in framing issues of Work Copyration Syarifuddin Tengku Imam,Pora Sahrul, Saputra Herdin Arie, Niken Nurmiyati;	10 (2) 0.09 %
7	Perancangan dan Pembuatan Website dan Sosial Media di Desa Wisata Angsana Vito Jericho, Vartin Suhandi, Budi Setiawan,Rich Deshan Djuardi;	10 (1) 0.09 %

from the home database (0.00 %)



NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Database Exchange Program (0.60 %)



NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

1	Een kritische en historisch-criminologische framingsanalyse van cocaïne in de Belgische krant De Standaard van 1919-1939. 1/16/2024 Universiteit Gent (Dissertations)	17 (1) 0.15 %
---	---	---------------

2	Nikita Stepanov 6/2/2024 Estonian Business School Group AS (Estonian Business School)	13 (1) 0.11 %
3	дипломна робота «Психологічні чинники динаміки політичних конфліктів» 12/17/2024 University of Modern Knowledge (University of Modern Knowledge)	12 (1) 0.11 %
4	Tolubaeva_291_Solovyh_24112021.pdf 11/24/2021 V. N. Karazin Kharkiv National University (KGNU) (ННІ КІМБ та ТБ - кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу)	11 (1) 0.10 %
5	SKRIPSI 18 2/3/2025 Sekolah Tinggi Intelijen Negara (PERPUSTAKAAN SEKOLAH TINGGI INTELIJEN NEGARA)	8 (1) 0.07 %
6	SKRIPSI 18 2/3/2025 Sekolah Tinggi Intelijen Negara (PERPUSTAKAAN SEKOLAH TINGGI INTELIJEN NEGARA)	7 (1) 0.06 %

from the Internet (3.72 %)



NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	<a href="https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-32-9076-1_3">https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-32-9076-1_3</a>	41 (3) 0.36 %
2	<a href="https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/4193/3189/">https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/4193/3189/</a>	37 (2) 0.33 %
3	<a href="http://www.strategicjournals.com/index.php/journal/article/view/836">http://www.strategicjournals.com/index.php/journal/article/view/836</a>	31 (2) 0.27 %
4	<a href="https://dergipark.org.tr/en/pub/turcom/issue/60262/803338">https://dergipark.org.tr/en/pub/turcom/issue/60262/803338</a>	28 (1) 0.25 %
5	<a href="http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/1267">http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/1267</a>	26 (1) 0.23 %
6	<a href="https://repository.ukwms.ac.id/view/divisions/fi=5Fkom1/2024.html">https://repository.ukwms.ac.id/view/divisions/fi=5Fkom1/2024.html</a>	25 (2) 0.22 %
7	<a href="https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/209521">https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/209521</a>	25 (2) 0.22 %
8	<a href="https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002764217744838">https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002764217744838</a>	23 (2) 0.20 %
9	<a href="https://pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/media-framing-and-ethics/">https://pagecentertraining.psu.edu/public-relations-ethics/media-framing-and-ethics/</a>	22 (1) 0.19 %
10	<a href="http://katalogjurnal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/6144">http://katalogjurnal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/6144</a>	20 (1) 0.18 %
11	<a href="https://openjournals.maastrichtuniversity.nl/Marble/article/view/642">https://openjournals.maastrichtuniversity.nl/Marble/article/view/642</a>	18 (1) 0.16 %
12	<a href="https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/25456">https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/25456</a>	17 (1) 0.15 %
13	<a href="https://www.rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/20">https://www.rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/20</a>	16 (2) 0.14 %
14	<a href="https://glasgow.rl.talis.com/lists/81CEBA4A-F093-D6E2-0A64-72CEA06F6E0A/bibliography.html?style=nature">https://glasgow.rl.talis.com/lists/81CEBA4A-F093-D6E2-0A64-72CEA06F6E0A/bibliography.html?style=nature</a>	16 (1) 0.14 %
15	<a href="https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2831/20008/22336">https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2831/20008/22336</a>	16 (1) 0.14 %
16	<a href="https://iupress.istanbul.edu.tr/tr/journal/connectist/article/the-role-of-the-media-following-the-second-nagorno-karabakh-war-the-cases-of-azadliqradiosu-and-meydantv-news-sites-in-azerbaijan">https://iupress.istanbul.edu.tr/tr/journal/connectist/article/the-role-of-the-media-following-the-second-nagorno-karabakh-war-the-cases-of-azadliqradiosu-and-meydantv-news-sites-in-azerbaijan</a>	15 (1) 0.13 %
17	<a href="http://repository.ub.ac.id/id/eprint/145093/6/DAFTAR_PUSTAKA.pdf">http://repository.ub.ac.id/id/eprint/145093/6/DAFTAR_PUSTAKA.pdf</a>	14 (1) 0.12 %
18	<a href="https://ar5iv.labs.arxiv.org/html/2402.11621">https://ar5iv.labs.arxiv.org/html/2402.11621</a>	13 (1) 0.11 %
19	<a href="https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/649">https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/649</a>	10 (1) 0.09 %

## List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
	<p>Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 00 Nomor 0 (20xx) 000-000 DOI: 10.33508/jk.vxxx-xxxx <a href="http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF">http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF</a> E-ISSN 2597-6699 (Online) [nama author, font : goudy old style, 9pt, italic] [Judul maks 4 kata pertama, 9 pt, italic]</p>	
	<p>Analisis Framing Pemberitaan Kampanye Gemoy Prabowo Subianto pada Media Kumparan dan BBC News</p>	
	<p>Esa Rezki Habibillah1, Dr. Sufyanto2 1,2 <b>Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61215</b> *e-mail: esarezkihabillah@gmail.com</p>	
	<p>Framing Analysis of Prabowo Subianto's Gemoy Campaign in the Kumparan and BBC News</p>	
	<p>ABSTRACT</p> <p>The "Prabowo Gemoy" campaign has emerged as one of Indonesia's most prominent examples of political communication innovation, especially in targeting young voters through humorous, expressive, and highly visual content. This study aims to analyze how two media with contrasting institutional backgrounds, Kumparan (national) and BBC News (international) frame the "Gemoy" campaign using Robert M. Entman's framing analysis model. By applying a qualitative media text method, the study explores four key elements of framing: defining problems, diagnosing causes, making moral judgments, and suggesting remedies. The findings reveal that Kumparan presents the campaign in a favorable light, framing it as a modern, emotionally resonant strategy to connect with Gen Z and millennial voters. Through light-hearted language and visual personalization, the campaign is depicted as a breakthrough in digital political marketing. In contrast, BBC News adopts a critical perspective, highlighting the ethical risks of image rebranding and warning of potential whitewashing of Prabowo's controversial human rights record. The international media outlet frames the campaign as a cautionary tale about memory loss and impunity in post-authoritarian democracies. These divergent frames reflect deeper differences in cultural orientation, journalistic norms, and audience expectations. The study underscores that media do not merely report political events—they actively shape meaning and public perception through structured narratives and strategic visuals, influencing how political figures are understood and evaluated.</p> <p>Keywords: Framing Analysis; political campaign; Prabowo Gemoy; Digital political campaign; Prabowo Subianto; Visual political communication; youth voters; national vs international media; human rights.</p>	
	<p>ABSTRAK</p> <p>Fenomena kampanye "Prabowo Gemoy" menjadi salah satu inovasi komunikasi politik yang menyita perhatian publik, terutama generasi muda di Indonesia. Kampanye ini menampilkan sisi humoris, ekspresif, dan visual dari Prabowo Subianto sebagai calon presiden, yang secara strategis dikonstruksi untuk membangun citra baru yang lebih dekat dan ramah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana dua media dengan karakteristik berbeda. Kumparan sebagai media nasional dan BBC News sebagai media internasional, membingkai kampanye tersebut melalui pendekatan analisis framing Robert M. Entman. Dengan menggunakan metode kualitatif teks media, penelitian ini <b>mengidentifikasi dan membandingkan empat elemen framing: pendefinisian masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, dan</b> rekomendasi penanganan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kumparan membingkai kampanye "Gemoy" secara positif sebagai simbol modernisasi politik yang komunikatif dan efektif menjangkau pemilih muda, melalui narasi yang ringan, humanis, dan emosional. Sebaliknya, BBC News menggunakan framing kritis yang menyoroti bahaya transformasi citra sebagai bentuk whitewashing atas masa lalu Prabowo yang kontroversial, terutama terkait dugaan pelanggaran HAM. BBC menekankan pentingnya kesadaran historis dan akuntabilitas moral dalam demokrasi yang sehat. Perbedaan framing ini mencerminkan orientasi nilai, audiens sasaran, dan latar budaya masing-masing media. Temuan ini menegaskan bahwa media tidak bersifat netral dalam membentuk opini publik; sebaliknya, mereka memainkan peran aktif dalam membingkai persepsi politik melalui strategi visual dan naratif yang dipilih.</p> <p>Kata kunci: Analisis Framing; Kampanye politik; Prabowo Gemoy; Kampanye politik digital; Prabowo Subianto; Komunikasi politik visual; Pemilih muda; Media nasional vs internasional; Hak asasi manusia.</p>	
	<p>LATAR BELAKANG</p> <p><b>Dalam era digital yang terus berkembang, inovasi dalam kampanye politik menjadi kunci untuk</b> memenangkan perhatian dan dukungan pemilih. Strategi kampanye tidak lagi hanya berpusat pada penyampaian program kerja atau visi-misi, tetapi juga pada bagaimana kandidat mampu menarik perhatian audiens melalui pendekatan yang kreatif dan relevan dengan perkembangan zaman. Pemilih muda, terutama generasi milenial dan Gen Z, lebih cenderung terhubung dengan kampanye yang menawarkan konten visual menarik, humor, dan interaksi yang humanis (Van Dijck, 2013). Dalam konteks ini, penggunaan strategi baru seperti framing humoris dan pendekatan emosional menjadi sangat penting untuk membangun kedekatan dan keterlibatan dengan audiens (McCombs &amp; Shaw, 1972)</p> <p>Pemilih muda, terutama generasi milenial dan Gen Z, lebih cenderung terhubung dengan kampanye yang menawarkan konten yang menarik. Konten</p>	

bersifat humoris, visual, dan mudah dibagikan lebih efektif dalam menarik perhatian mereka dibandingkan dengan pendekatan tradisional (Prensky, 2010). Dalam konteks ini, penggunaan strategi baru seperti framing humoris dan pendekatan emosional menjadi sangat penting untuk membangun kedekatan dan keterlibatan dengan audiens. Fenomena kampanye "Prabowo Gemoy" menjadi salah satu contoh menarik dari inovasi ini. Visualisasi yang digunakan dalam kampanye ini tidak hanya menarik secara estetis tetapi juga dirancang untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Kampanye "Prabowo Gemoy" menggunakan berbagai elemen visual dan aksi kreatif untuk menciptakan daya tarik yang kuat terhadap pemilih muda. Dalam beberapa acara kampanye, Prabowo menampilkan aksinya dengan berjoget di panggung, disertai musik yang energik dan gaya yang menghibur. Aksi ini viral di media sosial dan dianggap mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens muda. Salah satu elemen paling mencolok dari kampanye ini adalah baliho animasi yang menampilkan gambar karikatur Prabowo dengan ekspresi lucu dan desain ala film kartun. Visual ini dirancang untuk menarik perhatian pemilih muda di ruang publik dan media sosial. Strategi visualisasi ini mencerminkan perubahan besar dalam cara kandidat politik memosisikan diri. Prabowo, yang sebelumnya dikenal dengan citra militeristik, melalui kampanye ini mencoba mengubah persepsi publik menjadi lebih positif, dekat, dan relatable dengan generasi muda. Fenomena ini sekaligus menjadi "magnet" yang menarik perhatian berbagai media, termasuk media massa.

Media massa sendiri, memainkan peran penting dalam membentuk opini dan persepsi publik terhadap isu-isu politik, terutama dalam konteks pemilu. Media tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi aktor yang aktif dalam membentuk opini publik melalui cara penyajian pesan yang disebut dengan framing. Proses ini melibatkan pemilihan, penonjolan, dan pengemasan ulang informasi untuk menciptakan makna tertentu dalam benak audiens (McQuail, 2010). Dalam konteks komunikasi politik, framing menjadi strategi yang kuat dalam mempengaruhi cara publik memahami isu, tokoh, dan agenda tertentu (Scheufele & Tewksbury, 2007). Hal ini ditegaskan pula oleh (Haryanto, 2011), yang menyatakan bahwa framing media di Indonesia sering kali tidak netral, tetapi membawa kepentingan tertentu yang dapat mengarahkan opini masyarakat. Oleh karena itu, menganalisis framing media menjadi penting, khususnya dalam momentum politik seperti pemilu, di mana media memainkan peran ganda sebagai penyampai informasi dan pembentuk citra kandidat.

Seperti halnya media nasional dan internasional, yang sering kali memiliki pendekatan berbeda dalam menyajikan berita masing-masing, proses framing yang dilakukan oleh media nasional dan internasional pun dapat berbeda secara signifikan, tergantung pada orientasi audiens, konteks budaya, dan perspektif geopolitik masing-masing media (Van Gorp, 2007). Media nasional cenderung lebih fokus pada isu-isu domestik dan pendekatan yang sesuai dengan nilai lokal, sementara media internasional lebih sering menyoroti aspek global, historis, atau kontroversial dari suatu peristiwa. Perbedaan inilah yang mempengaruhi cara media dalam menonjolkan dan memberitakan informasi, salah satunya adalah tentang Pemberitaan Kampanye Gemoy yang dilakukan oleh Prabowo. Dalam konteks pemberitaan ini, media seperti Kumparan sebagai media nasional, dan BBC News sebagai media internasional, memiliki potensi perbedaan dan penekanan narasi dalam membingkai citra Prabowo Subianto melalui kampanye "Gemoy"-nya, yang nantinya dapat memengaruhi cara pandang, penilaian, bahkan preferensi politik pembaca terhadap sosok kandidat yang diberitakan.

Latar belakang masing-masing media, sangat berpengaruh dalam hal ini. Kumparan, merupakan salah satu media digital nasional terkemuka di Indonesia yang didirikan pada tahun 2017. Mengusung konsep collaborative journalism dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, Kumparan memosisikan diri sebagai media yang adaptif terhadap perkembangan tren komunikasi daring, khususnya yang menyoroti generasi muda. Karakteristik pemberitaan Kumparan cenderung menonjolkan pendekatan yang ringan, visual, dan personal dengan gaya bahasa yang komunikatif serta headline yang atraktif. Fokus redaksionalnya tidak hanya pada isu-isu politik, tetapi juga pada konten populer yang mudah diakses dan dikonsumsi secara cepat melalui platform digital dan media sosial. Hal ini membuat Kumparan lebih dekat dengan khalayak digital, terutama generasi milenial dan Gen Z, yang merupakan segmen pemilih besar dalam konteks politik elektoral (Nugroho, 2023). Di sisi lain, BBC News adalah bagian dari British Broadcasting Corporation, lembaga penyiaran publik tertua dan terbesar di dunia yang berbasis di Inggris. BBC dikenal dengan reputasinya dalam menyajikan berita yang mendalam, analitis, dan berorientasi global. Berita yang diproduksi oleh BBC ditujukan untuk audiens internasional dan sering kali menempatkan suatu isu dalam kerangka geopolitik, historis, dan hak asasi manusia. BBC juga menjalankan misi editorial untuk menjaga netralitas, namun dalam praktiknya sering mengedepankan investigative tone dan perspektif kritis dalam melaporkan isu-isu politik, terutama terkait tokoh yang memiliki jejak kontroversial atau berdampak global. Dalam konteks pemberitaan kampanye politik di negara berkembang seperti Indonesia, BBC cenderung membingkai isu dengan menyisipkan konteks masa lalu dan persepsi internasional, bukan semata-mata berdasarkan dinamika politik domestik. Perbedaan posisi, orientasi audiens, serta nilai redaksional inilah yang membuat Kumparan dan BBC News menjadi objek yang menarik untuk dibandingkan dalam penelitian framing. Analisis terhadap kedua media ini tidak hanya membuka wawasan tentang bagaimana narasi politik dibentuk secara lokal dan global, tetapi juga bagaimana media dapat memengaruhi konstruksi citra politik secara lintas budaya.

Analisis framing merupakan pendekatan dalam studi komunikasi yang digunakan untuk memahami bagaimana media massa membentuk realitas sosial melalui pemilihan, penonjolan, dan penyusunan elemen informasi dalam sebuah teks pemberitaan. Menurut (Entman, 1993), framing adalah proses memilih **aspek-aspek tertentu dari realitas dan membuatnya lebih menonjol dalam** pesan komunikasi guna membangun definisi masalah, mengidentifikasi penyebab, membuat penilaian moral, serta merekomendasikan penanganan isu. Dalam buku **Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media**, (Eriyanto, 2012) menegaskan bahwa **framing** bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi merupakan cara media menyusun makna, memperkuat penafsiran tertentu, serta mengarahkan cara pembaca memahami isu. Framing bukan hanya tentang apa yang diberitakan, tetapi juga bagaimana sebuah isu dikemas secara strategis untuk membentuk cara pandang audiens. Proses ini sangat dipengaruhi oleh kepentingan redaksional, budaya organisasi media, hingga orientasi ideologis media yang bersangkutan (Shoemaker & Reese, 1996). Dalam konteks politik, framing menjadi alat penting bagi media untuk membangun citra kandidat, mengarahkan opini publik, dan memperkuat narasi tertentu dalam kompetisi elektoral (Tewksbury & Scheufele, 2019). Di Indonesia, framing media sering kali tidak netral dan cenderung mencerminkan kedekatan media dengan aktor politik, seperti dijelaskan oleh (Haryanto, 2011) yang menemukan bahwa konstruksi pemberitaan politik dipengaruhi oleh afiliasi ekonomi dan kepentingan struktural media. Oleh karena itu, analisis framing sangat relevan digunakan untuk mengkaji bagaimana media nasional seperti Kumparan dan media internasional seperti BBC News membentuk narasi berbeda terhadap isu yang sama.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana perbedaan framing pemberitaan kampanye Gemoy Prabowo Subianto oleh media daring Kumparan sebagai media nasional dan BBC News sebagai media internasional, berdasarkan model analisis framing Robert M. Entman. Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana dua media dengan karakteristik yang berbeda yakni Kumparan sebagai media nasional dan BBC News sebagai media internasional membingkai kampanye "Prabowo Gemoy" dalam pemberitaan mereka dan membandingkan sudut pandang, narasi, serta gaya penyampaian dari kedua media tersebut. Manfaat dari penelitian ini adalah,

untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai perbedaan konstruksi narasi media nasional dan internasional dalam membongkar isu politik, khususnya kampanye "Prabowo Gemoy". Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi politik dan media, serta dapat memahami dampak framing media terhadap citra tokoh publik. Hasil temuan dapat digunakan untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan peka terhadap konteks media, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih kritis dalam mengonsumsi informasi politik di era digital.

Alasan peneliti dalam pemilihan media Kumparan dan BBC News dalam penelitian ini, didasarkan pada pertimbangan yang strategis dan relevan secara akademik. Kumparan, sebagai salah satu media digital nasional yang tumbuh pesat sejak didirikan pada 2017, memiliki karakteristik khas dalam menasar pembaca muda, terutama generasi milenial dan Gen Z. Fokus redaksional Kumparan yang adaptif terhadap tren media sosial dan penggunaan gaya bahasa ringan menjadikannya representasi media lokal yang dekat dengan realitas digital masyarakat Indonesia. Kumparan juga secara aktif mengangkat narasi politik dengan pendekatan yang lebih personal dan visual, menjadikannya media yang relevan untuk mengkaji bagaimana isu kampanye dikonstruksi dalam konteks lokal dan budaya populer. Sementara itu, BBC News dipilih karena merupakan salah satu media internasional paling berpengaruh di dunia, dengan reputasi sebagai penyedia berita global yang analitis, kritis, dan independen. BBC sering menempatkan isu dalam kerangka geopolitik dan historis, serta menyampaikan informasi dengan kedalaman konteks yang melampaui batas negara. Dalam konteks pemberitaan politik Indonesia, BBC memiliki kecenderungan untuk mengaitkan isu domestik dengan citra internasional tokoh politik, seperti dalam kasus kampanye "Prabowo Gemoy" yang diberitakan bersamaan dengan rekam jejak HAM masa lalu. Dengan memilih kedua media ini, peneliti dapat mengeksplorasi dan membandingkan kontras framing antara media nasional yang berorientasi domestik dengan media internasional yang berorientasi global, sehingga menghasilkan analisis yang lebih kaya dan kontekstual terhadap dinamika komunikasi politik dan konstruksi citra kandidat dalam era digital.

Analisis Framing berhubungan dengan Teks Media. Teks media merupakan hasil konstruksi yang tidak netral, melainkan sarat dengan nilai, ideologi, dan kepentingan tertentu. Dalam konteks pemberitaan, teks tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai ruang di mana makna dibentuk, dipertukarkan, dan dipengaruhi oleh kepentingan institusional serta orientasi audiens media tersebut (Fairclough, 1995). Dalam pandangan (Eriyanto, 2012), teks berita bukan sekadar laporan faktual, melainkan produk diskursif yang mencerminkan cara pandang tertentu terhadap suatu realitas. Di sinilah analisis framing menjadi alat penting untuk membedah teks media karena framing bekerja melalui teks: mulai dari pilihan kata (diksi), struktur narasi, penempatan kutipan narasumber, hingga urutan informasi yang disajikan. Melalui teks, media dapat membongkar suatu isu secara halus namun berdampak, dengan menekankan aspek tertentu sambil mengaburkan atau mengecilkan aspek lainnya. Framing dalam teks media tidak hanya menjelaskan apa yang diberitakan, tetapi bagaimana suatu peristiwa diceritakan dan untuk kepentingan siapa narasi itu dibangun. Oleh karena itu, analisis teks media dalam kerangka framing memungkinkan peneliti memahami cara media mengonstruksi makna, membentuk persepsi publik, dan membangun realitas sosial-politik melalui bahasa dan narasi yang dipilihnya. Dengan kata lain, hubungan antara framing dan teks media bersifat inheren: teks adalah medium di mana framing beroperasi, dan framing adalah mekanisme ideologis yang mengatur bagaimana teks disusun dan dipahami. Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks penelitian terhadap pemberitaan politik, di mana wacana media berperan besar dalam membentuk citra kandidat dan memengaruhi opini publik.

Dalam konteks ini, Robert M. Entman (1993) menjelaskan bahwa framing adalah proses menyeleksi dan menonjolkan elemen tertentu dari realitas untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu isu. Robert M. Entman menguraikan bahwa framing memiliki empat fungsi utama: mendefinisikan masalah (define problems), mengidentifikasi penyebab (diagnose causes), membuat penilaian moral (make moral judgments), dan menyarankan penyelesaian atau penanganan (treatment recommendation). Keempat elemen tersebut beroperasi melalui teks media dan menjadi struktur yang membentuk cara audiens memahami suatu peristiwa. Oleh karena itu, analisis teks media dalam kerangka framing memungkinkan peneliti memahami cara media mengonstruksi makna, membentuk persepsi publik, dan membangun realitas sosial-politik melalui bahasa dan narasi yang dipilihnya. Dengan kata lain, hubungan antara framing dan teks media bersifat inheren: teks adalah medium di mana framing beroperasi, dan framing adalah mekanisme ideologis yang mengatur bagaimana teks disusun dan dipahami. Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks penelitian terhadap pemberitaan politik, di mana wacana media berperan besar dalam membentuk citra kandidat dan memengaruhi opini publik.

Peneliti memaparkan penelitian terdahulu yang relevan untuk memberikan gambaran teoretis dan metodologis yang relevan, sekaligus memperkuat landasan ilmiah dalam menganalisis framing pemberitaan media. Penelitian terdahulu pertama, membahas tentang framing berjudul "**Analisis Framing Robert Entman tentang Berita Kompas.com dan Detik.com tentang Kasus 'IDI Kacung WHO'**" oleh (Reformansyah & Widiarti, 2022) dari Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan model framing Robert M. Entman, hasilnya menunjukkan bahwa Detik.com lebih menonjolkan pelanggaran hukum yang dilakukan Jerinx, sementara Kompas.com memberi ruang untuk penjelasan Jerinx terkait kritiknya. Penelitian ini relevan karena menggunakan teori framing yang sama, yaitu model Entman, dan fokus pada analisis framing media lokal. Selain itu, pendekatan komparatif yang digunakan, yaitu membandingkan dua media, dapat menjadi referensi dalam menganalisis perbedaan framing antara Kumparan dan BBC News dalam penelitian ini. Penelitian kedua yang relevan, adalah penelitian yang dilakukan oleh (Oktavian & Sufyanto, 2024) yang berjudul "Analysis of the Framing of Anies Baswedan's Formula-E News in Liputan6.com and Republika.co.id Media" hasil penelitian menunjukkan bahwa Liputan6.com membongkar Anies sebagai sosok kooperatif tetapi di bawah tekanan politik, sementara Republika.co.id menonjolkan narasi bahwa Anies adalah korban proses yang tidak adil. Penelitian ini relevan dengan penelitian tentang kampanye "Prabowo Gemoy," karena keduanya menganalisis bagaimana framing media memengaruhi persepsi publik terhadap figur politik, sekaligus menunjukkan bagaimana media membangun narasi yang memengaruhi citra kandidat dalam kontestasi politik. Penelitian ketiga, yaitu (Prastyanto, 2024) meneliti framing kemunculan Ganjar Pranowo dalam tayangan azan oleh Okezone dan Tribunnews menggunakan teori Entman. Penelitian ini relevan karena fokus pada politik identitas dan memperlihatkan bagaimana dua media lokal mengonstruksi narasi yang berlawanan, seperti yang dianalisis dalam konteks kampanye "Prabowo Gemoy". Penelitian keempat, yaitu (Putri & Hariyanto, 2024) meneliti framing aksi mahasiswa dalam pengusiran pengungsi Rohingya di Aceh oleh Tirta.id dan BBC Indonesia menggunakan model Entman. Hasilnya menunjukkan perbedaan penekanan narasi: Tirta.id fokus pada latar belakang aksi dan ketidakresponsifan pemerintah, sedangkan BBC menonjolkan sisi kemanusiaan dan penderitaan pengungsi. Penelitian ini relevan karena membandingkan framing media nasional dan internasional dengan teori yang sama, meskipun fokus isunya berbeda. Penelitian kelima, yaitu penelitian dari (DARMAWAN, 2021) yang membandingkan framing media lokal (Tempo.co) dan internasional (Reuters) terhadap protes di Papua. Tempo fokus pada narasi nasionalisme, sementara Reuters menonjolkan aktivisme. Penelitian ini relevan karena menunjukkan perbedaan framing berdasarkan skala media, sebagaimana penelitian ini membandingkan Kumparan dan BBC News.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan teori framing, khususnya model framing Robert M. Entman,

penelitian ini juga menggunakan pendekatan komparatif dalam membandingkan pemberitaan oleh dua media yang berbeda, menganalisis bagaimana framing mempengaruhi persepsi publik terhadap figur, terutama figur politik. Perbedaan atau keunikan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya, antara lain, Fokus utama penelitian ini adalah pada kampanye politik melalui citra politik yang dibangun dalam kampanye "Prabowo Gemoy", sebuah fenomena politik unik yang mengusung citra santai, humoris, dan dekat dengan masyarakat khususnya generasi muda (milenial dan Gen Z). Kedua, penelitian ini membandingkan Kumparan (media nasional) dengan BBC News (media internasional), yang memberi ruang untuk analisis lebih dalam mengenai perbedaan framing berdasarkan skala dan audiens media, serta konteks internasional vs domestik dalam framing isu politik. Ketiga, dalam konteks media dan pendekatan, penelitian ini lebih menekankan pada pencitraan politik kandidat melalui strategi visual dan media sosial, yang merupakan bagian dari personal branding dan kampanye politik modern, yang masing-masing media mempunyai interpretasi sendiri dalam mengartikannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis framing antara media nasional Kumparan dan media internasional BBC News dalam membongkar pemberitaan kampanye "Prabowo Gemoy", dengan fokus pada perbedaan narasi yang dibangun oleh kedua media terhadap citra Prabowo Subianto. Penelitian ini akan membandingkan bagaimana masing-masing media mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, memberikan penilaian moral, dan menyarankan solusi terkait kampanye tersebut, serta mengungkap pengaruh media terhadap persepsi publik, khususnya terkait pemilih muda yang menjadi target utama kampanye. Dengan menggunakan metode kualitatif teks media dan analisis framing, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana Kumparan dan BBC News mengarahkan narasi dan mempengaruhi persepsi audiens melalui pemilihan elemen berita, gaya penyampaian, serta penekanan tertentu dalam pemberitaan politik. Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi perbedaan dalam cara kedua media menggambarkan kampanye tersebut, serta bagaimana framing yang berbeda dapat membentuk pandangan publik terhadap figur politik yang diberitakan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif teks media dengan pendekatan analisis framing. Menurut (Creswell & Creswell, 2017), **penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk** menyelidiki fenomena sosial dengan menggali perspektif dari individu yang terlibat. 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 segala bentuk komunikasi yang disampaikan melalui media massa, baik itu dalam bentuk tulisan, gambar, video, atau bentuk lainnya yang memiliki tujuan untuk mengkomunikasikan pesan kepada audiens. Teks media **tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat** pembentukan opini, konstruksi sosial, dan bahkan framing suatu isu. (Fiske, 2010) dalam Introduction to Communication Studies menambahkan bahwa teks media merupakan 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, baik berupa tulisan, gambar, atau video, diproduksi, diterima, dan diinterpretasikan oleh audiens. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang terkandung dalam teks media, mengidentifikasi pola komunikasi, serta memahami bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap isu-isu tertentu. Oleh karena itu, penelitian kualitatif sangat relevan dalam menganalisis teks media untuk memahami dinamika sosial, ideologi, dan framing yang ada dalam media.

Di tengah kompleksitas dunia media yang semakin berkembang, cara informasi disajikan dan dikemas memiliki kekuatan yang luar biasa dalam membentuk pandangan dan opini publik, disinilah awal mula lahirnya analisis framing. Sejarah framing dimulai dengan pemikiran [Erving Goffman dalam bukunya \*Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience\* \(Goffman, 1974\)](#), di mana ia pertama kali memperkenalkan gagasan bahwa individu dan kelompok menggunakan "kerangka" atau frame untuk memahami dunia di sekitar mereka. Konsep ini kemudian berkembang lebih jauh dengan Robert M. Entman yang pada tahun 1990-an mengembangkan framing sebagai alat analisis media, dengan menekankan bahwa framing adalah proses seleksi dan penekanan elemen-elemen tertentu dalam isu untuk membentuk interpretasi audiens. (Entman, 1993) melibatkan empat elemen utama, antara lain, definisi masalah, yaitu cara media mendefinisikan isu; penyebab masalah, yang mengidentifikasi pihak yang bertanggung jawab; penilaian moral, yang menilai keadilan isu; dan rekomendasi penanganan masalah, yaitu solusi yang diajukan media. Keempat elemen ini membentuk bagaimana audiens menginterpretasi dan merespons isu yang disajikan. Atas dasar tersebut, peneliti menggunakan metode yang telah dijelaskan diatas, untuk pembahasan analisis framing tentang pemberitaan kampanye gemoy yang dilakukan Prabowo Subianto di media Kumparan dan BBC News.

Objek Penelitian disini, dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian, yang ingin dipahami, dianalisis, dan dijelaskan lebih dalam. Lebih lanjut, objek penelitian adalah segala hal yang menjadi sumber informasi yang akan dikaji dalam penelitian, baik itu berupa kejadian, fenomena, ataupun komunikasi yang disampaikan dalam media (Sutopo, 2006). Dalam penelitian ini, objek yang dimaksud adalah representasi media tentang kampanye Prabowo Gemoy, yang dibongkar oleh dua media nasional dan internasional, yaitu Kumparan dan BBC News. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kedua media tersebut membongkar isu kampanye unik ini melalui framing, yang menjadi fenomena penting dalam media massa dan mempengaruhi persepsi publik, terutama generasi muda.

Disisi lain, subjek dalam suatu penelitian adalah individu atau unit analisis yang terlibat dalam penelitian, baik itu manusia, kelompok, organisasi, atau fenomena yang menjadi titik fokus observasi (Creswell & Creswell, 2017). Subjek penelitian juga adalah elemen yang secara langsung terlibat dalam proses penelitian untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti. Subjek penelitian ini sangat bergantung pada desain penelitian yang digunakan, apakah itu kualitatif, kuantitatif, atau campuran (Sukmadinata, 2019). Dalam penelitian kualitatif, subjek ini bisa berupa peserta wawancara, objek yang diamati, atau fenomena yang diteliti melalui berbagai metode. Subjek penelitian ini adalah teks dan visualisasi dari artikel dan berita daring tentang pemberitaan kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto. Fenomena kampanye ini merupakan hal yang unik, terutama karena Prabowo Subianto, yang dikenal dengan citra yang sangat berbeda, kini tampil dengan pendekatan yang humoris dan menarik, yang menciptakan kontras dengan citra militernya. Kampanye ini menggunakan visualisasi yang mengundang perhatian, mengangkat sisi pribadi yang lucu dan menarik untuk generasi muda, terutama milenial dan Gen Z. Untuk analisis pemberitaan, media yang terlibat adalah Kumparan sebagai media nasional dan BBC News sebagai media internasional. Kedua media ini dipilih untuk menganalisis perbedaan framing yang mereka bangun, mengingat keduanya memiliki audiens dan perspektif yang berbeda. Penelitian ini menggunakan artikel dan berita yang diterbitkan selama periode pemilu, yang meliputi beberapa tahapan penting dalam proses pemilu, yaitu pada 19 Oktober 2023, awal masa pencalonan Presiden dan Wakil Presiden, masa kampanye pemilu, hingga masa rekapitulasi hasil perhitungan suara di tanggal 20 Maret 2024 (Website KPU, 2023). Periode artikel yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua media yang berbeda: Kumparan sebagai media nasional dan BBC News sebagai media internasional. Artikel-artikel dari Kumparan dipublikasikan antara

November 2023 sampai Februari 2024. Artikel pertama adalah "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo" yang diterbitkan pada 23 November 2023 (Kumparan, 2023a), diikuti oleh artikel "TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran" pada 25 November 2023 (Kumparan, 2023b), artikel "Saat Prabowo Berpose Siap Goyang Gemoy di Hadapan Jokowi" pada 24 Januari 2024 (Kumparan, 2024b), dan artikel "Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK" yang dipublikasikan pada 10 Februari 2024 (Kumparan, 2024a). Di sisi lain, artikel-artikel dari BBC News diterbitkan antara Desember 2023 sampai Februari 2024, yang mencakup beberapa topik terkait kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto, antara lain: artikel "Prabowo Subianto: Indonesia's 'cuddly grandpa' with a bloody past" yang diterbitkan pada 7 Februari 2024 (BBC News, 2024a), artikel video "Watch: 'Cuddly grandpa' dances away dark past in Indonesian election" pada 7 Februari 2024 (BBC News, 2024b), serta 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", keduanya diterbitkan pada 15 Februari 2024 (BBC News, 2024c, 2024d).

Observasi dan dokumentasi merupakan dua metode penting dalam pengumpulan data pada penelitian kualitatif, yang berfokus pada fenomena sosial, perilaku, dan interaksi antar individu atau kelompok dalam konteks tertentu. Observasi adalah proses pengamatan langsung terhadap subjek yang sedang diteliti untuk mengumpulkan data yang tidak bisa diperoleh dengan metode lain (Creswell & Creswell, 2017). Dalam penelitian ini, observasi berfokus pada pemberitaan media mengenai kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto, yang dilakukan baik di media nasional seperti Kumparan maupun media internasional seperti BBC News. Peneliti mengamati bagaimana kedua media ini membingkai kampanye tersebut, bagaimana narasi dikembangkan, serta pesan yang disampaikan kepada audiens yang berbeda, khususnya pemilih muda. Melalui observasi ini, peneliti tidak hanya mengumpulkan data berupa teks, tetapi juga memperhatikan aspek visualisasi dan gaya penyampaian informasi dalam artikel-artikel yang diterbitkan oleh kedua media. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menilai bagaimana framing media bekerja dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap tokoh politik dan kampanye mereka. Observasi dalam penelitian kualitatif berfokus pada pengumpulan data melalui pengalaman langsung di lapangan, yang memberikan peneliti kesempatan untuk merasakan dan melihat fenomena dalam konteks aslinya (Patton, 2014).

Dokumentasi, di sisi lain, merujuk pada proses pengumpulan dan penyimpanan data dari berbagai sumber yang relevan untuk analisis lebih lanjut. Dokumentasi dalam penelitian sosial bertujuan untuk menyimpan informasi yang dapat digunakan sebagai bukti atau referensi dalam pengambilan kesimpulan penelitian (Babbie, 2020). Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan artikel-artikel dari Kumparan dan BBC News selama periode pemilu, yang meliputi berbagai pemberitaan terkait kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto. Selain itu, dokumentasi juga mencakup pengumpulan data mengenai reaksi audiens terhadap artikel-artikel yang diterbitkan, baik itu melalui komentar di media sosial atau respons publik yang tercatat dalam laporan atau survey. Proses dokumentasi ini sangat penting untuk menjaga keakuratan dan integritas data, serta memberikan akses kepada peneliti untuk merujuk kembali ke sumber data yang asli. Dalam hal ini, dokumentasi memungkinkan peneliti untuk melacak perubahan dalam framing yang digunakan oleh media sepanjang periode kampanye. Dokumentasi yang terorganisir dengan baik membantu peneliti untuk memastikan bahwa semua data yang relevan telah tercatat dan dapat diakses kembali dengan mudah selama proses analisis (Yin, 2017).

Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk melihat bagaimana kedua media mempersepsikan dan menyajikan sosok Prabowo Subianto dalam konteks kampanye "Gemoy". Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk menyimpan dan mengelola artikel-artikel yang diterbitkan selama periode pemilu, yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis framing. Kedua metode ini saling melengkapi dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana framing media mempengaruhi persepsi publik, serta bagaimana perbedaan media nasional dan internasional dapat membentuk pandangan politik yang beragam di kalangan audiens yang berbeda. Secara keseluruhan, observasi dan dokumentasi dalam penelitian ini berfungsi untuk mengumpulkan data secara sistematis, menganalisis bagaimana kampanye "Gemoy" dibingkai oleh media, dan memberikan pemahaman mengenai dampak framing terhadap opini publik dan citra kandidat politik. Ini menjadi landasan yang kuat untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana media membentuk dan mengarahkan persepsi publik terhadap isu-isu politik melalui pemberitaan yang mereka sajikan.

Framing adalah proses yang digunakan oleh media untuk menyusun atau membingkai informasi dengan tujuan membentuk makna tertentu dalam pikiran audiens. Menurut Robert M. Entman (1993), framing adalah "proses memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas dalam komunikasi guna membangun definisi masalah, mengidentifikasi penyebab, membuat penilaian moral, serta menawarkan solusi atau penanganan isu." Entman mengemukakan bahwa framing beroperasi dalam empat fungsi utama: pertama, mendefinisikan masalah, yang berarti media memilih dan menyusun peristiwa untuk memberikan kerangka pemahaman bagi audiens; kedua, mengidentifikasi penyebab, yaitu media menyoroti pihak yang dianggap bertanggung jawab atas masalah tersebut; ketiga, membuat penilaian moral, dengan memberikan penilaian tentang apakah suatu tindakan dianggap baik atau buruk berdasarkan nilai yang ada; dan keempat, menyarankan solusi atau penanganan masalah, di mana media memberikan rekomendasi terkait langkah yang harus diambil untuk mengatasi masalah yang dibahas.

Analisis framing adalah adalah suatu pendekatan untuk melihat bagaimana media mengemas, menyusun, dan menampilkan informasi atau peristiwa, sehingga menciptakan makna tertentu di benak publik. Analisis ini menunjukkan bahwa media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi membingkai realitas dengan sudut pandang tertentu, berdasarkan ideologi, nilai, dan kepentingan (Eriyanto, 2012). Framing dalam media sangat penting dalam komunikasi politik karena media berperan besar dalam membentuk opini publik, khususnya mengenai tokoh politik atau kebijakan tertentu. Framing politik bisa berupa episodik (membahas masalah dalam konteks individual) atau struktural (melihat masalah dalam konteks yang lebih luas) (Ansolabehere et al., 1991). Framing mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami isu-isu politik, dan media berperan dalam membentuk pandangan tersebut. (Scheufele & Tewksbury, 2007) lebih lanjut menjelaskan bahwa framing bekerja melalui tiga elemen utama: seleksi (pemilihan informasi), penonjolan (penguatan pesan tertentu), dan pengemasan ulang (cara penyajian informasi untuk membentuk pandangan audiens).

Dalam penelitian ini, teori framing Entman dipilih karena modelnya yang komprehensif dan sistematis, yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara mendalam bagaimana media membingkai kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto. Teori ini relevan untuk menggali bagaimana Kumparan dan BBC News, sebagai media dengan audiens yang berbeda, menyajikan narasi yang berbeda terkait kampanye tersebut. Salah satu alasan utama memilih teori ini adalah karena pendekatannya yang jelas dalam menganalisis empat elemen framing yang terdiri dari: defining the problem (pendefinisian masalah), framing merujuk pada bagaimana media memilih dan menggambarkan suatu peristiwa sebagai isu yang perlu mendapat perhatian, dengan menonjolkan aspek-aspek tertentu yang dianggap penting. Dalam diagnosing causes (mendiagnosis penyebab), framing mengidentifikasi aktor atau faktor yang dianggap bertanggung jawab atas terjadinya masalah, memberikan konteks mengenai penyebab peristiwa tersebut. Making moral judgments (penilaian moral) melibatkan media yang memberikan evaluasi terhadap peristiwa atau isu yang dihadirkan, seperti penilaian apakah peristiwa tersebut

dianggap positif atau negatif menurut nilai-nilai sosial yang berlaku. Terakhir, dalam treatment recommendation (rekomendasi penanganan), framing memberikan solusi atau saran untuk mengatasi masalah, seperti langkah-langkah yang perlu diambil untuk menyelesaikan isu yang diangkat. Hal ini memberikan kerangka yang jelas untuk menganalisis bagaimana media menyoroiti aspek-aspek tertentu dari kampanye "Gemoy" untuk membentuk persepsi publik, terutama di kalangan pemilih muda. Selain itu, teori ini juga memungkinkan peneliti untuk memahami perbedaan framing yang muncul antara media nasional dan internasional, mengingat Kumparan cenderung lebih dekat dengan konteks lokal, sedangkan BBC News menyajikan pandangan yang lebih global. Teori Entman juga dipilih karena fleksibilitasnya dalam penerapan analisis framing pada pemberitaan politik, memungkinkan peneliti untuk menilai secara menyeluruh bagaimana media membentuk makna dan mempengaruhi opini publik. Dengan menggunakan teori ini, penelitian dapat menggali secara mendalam bagaimana media nasional dan internasional membingkai kampanye "Gemoy" dan membentuk persepsi publik terhadap Prabowo Subianto sebagai calon presiden. Dengan demikian, hanya fakta-fakta yang mendukung tujuan berita yang akan dipilih untuk ditampilkan. Setelah tahap seleksi, langkah berikutnya adalah menuliskan fakta-fakta tersebut dengan cara yang efektif, melibatkan pemilihan kata-kata, struktur kalimat, dan elemen visual seperti gambar yang dapat memperkuat pesan yang disampaikan. Cara penyajian ini sangat menentukan bagaimana khalayak akan memahami dan membentuk pandangan mereka terhadap realitas yang ditampilkan oleh media.

Dalam penelitian ini, peneliti perlu mengevaluasi kredibilitas data yang diperoleh dengan beberapa langkah penting. Pertama, peneliti harus memverifikasi sumber data untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan berasal dari sumber yang sah dan dapat dipercaya, seperti artikel dari media terkemuka atau wawancara dengan narasumber yang kompeten. Selanjutnya, peneliti perlu melakukan triangulasi data, yang berarti membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber atau metode yang berbeda, misalnya dengan memadukan artikel berita, wawancara, dan observasi untuk memastikan kesahihan temuan (Flick, 2022). Selain itu, peneliti juga harus mengevaluasi keandalan dan validitas data, yang berarti memeriksa konsistensi dan relevansi data yang dikumpulkan terhadap masalah yang diteliti, serta memastikan bahwa data tersebut mencerminkan kenyataan secara akurat. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian tentang framing kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto adalah kredibel dan dapat diandalkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan keakuratan dan kualitas temuan penelitian.

## HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini menganalisis empat artikel dari media nasional Kumparan dan empat artikel dari media internasional BBC News terkait kampanye "Prabowo Gemoy". Empat artikel dari Kumparan antara lain, yang pertama berjudul "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo" yang diterbitkan pada 23 November 2023 (Kumparan, 2023a), diikuti oleh artikel "TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran" pada 25 November 2023 (Kumparan, 2023b), artikel "Saat Prabowo Berpose Siap Goyang Gemoy di Hadapan Jokowi" pada 24 Januari 2024 (Kumparan, 2024b), dan artikel "Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK" yang dipublikasikan pada 10 Februari 2024 (Kumparan, 2024a). Dan empat artikel dari BBC News antara lain, yang pertama berjudul "Prabowo Subianto: Indonesia's 'cuddly grandpa' with a bloody past" yang diterbitkan pada 7 Februari 2024 (BBC News, 2024a), artikel video "Watch: 'Cuddly grandpa' dances away dark past in Indonesian election" pada 7 Februari 2024 (BBC News, 2024b), serta 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", keduanya diterbitkan pada 15 Februari 2024 (BBC News, 2024c, 2024d). Dengan menggunakan analisis framing Robert M. Entman, peneliti mengeksplorasi bagaimana keempat dimensi utama framing yaitu define problems, diagnose causes, make moral judgments, dan treatment recommendation, dioperasikan oleh masing-masing media untuk membentuk citra Prabowo Subianto.

## 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 (Minza & Febriani, 2022). Media membingkai peristiwa untuk menunjukkan bahwa ada isu penting yang perlu diperhatikan publik, biasanya berdasarkan nilai-nilai sosial yang berlaku (Reformansyah & Widiarti, 2022). Dalam konteks ini, media membingkai bahwa politik tradisional tidak lagi efektif, dan munculnya gaya "Gemoy" adalah respons terhadap perubahan selera public (Eriyanto, 2012).

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 (Tinambunan et al., 2024). 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 (Strömbäck & Esser, 2014).

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 (Kaid, 2004).

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 (Hidayati, 2024).

Artikel Kumparan "Melihat Gaya Kampanye 'Gemoy' Prabowo" membingkai kampanye tersebut sebagai bentuk inovasi dalam politik kontemporer. Media memosisikan 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 (Meifilina, 2021). 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 (Hasan, 2009).

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 symbol (Entman, 1993).

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 (Holtz-Bacha & Norris, 2000).

Artikel "TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran" membongkar 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 (Fitri et al., 2024).

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

Define problems, dalam artikel ini, Kumparan membongkar 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 membongkar 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 memosisikan suatu peristiwa sebagai gejala perubahan sosial yang perlu diperhatikan (Entman, 1993; Eriyanto, 2012). 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. Kumparan 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 (Strömbäck & Esser, 2014).

Make Moral Judgments, Kumparan memberikan framing moral yang positif terhadap tindakan Prabowo. Dengan menggunakan kata-kata seperti "memamerkan pose khas" dan menyandingkannya dengan ekspresi senyum Jokowi, media membongkar tindakan ini sebagai keberanian dan keluwesan. Dalam konteks acara formal, tindakan tersebut bukan dinilai sebagai tidak pantas, melainkan sebagai bentuk keluwesan politik (Nurrohman Syarif, 2011). 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 (Kaid, 2004)

Treatment Recommendation, secara tersirat, Kumparan 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 dibongkar 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 Kumparan 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 (Wahyuningtyas et al., 2025).

Diagnose Causes, dalam artikel ini yaitu penyebab munculnya gaya kampanye berbasis hiburan ini yang dijelaskan sebagai ekspresi kegembiraan dan kedekatan Prabowo dengan rakyat. Kumparan 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 ini diarahkan untuk membangun pengalaman kolektif yang mudah dikonsumsi dan viral (Robin et al., 2020).

Make Moral Judgments, artikel Kumparan 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 (Kaid, 2004).

Treatment Recommendation, disini yaitu Kumparan 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 (Tambawang et al., 2024).

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.

#### 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 (Eriyanto, 2012).

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 (McCargo, 2003).

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 (Corner & Pels, 2003).

Treatment Recommendation, dalam artikel ini BBC tidak secara eksplisit memberikan solusi, tetapi secara implisit merekomendasikan bahwa publik harus tetap kritis dan tidak teripu 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 (Septiyani et al., 2024).

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 publik (Eriyanto, 2012).

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 (Strömbäck & Esser, 2014).

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 mengonsumsi politik seperti infotainment, apalagi jika itu melibatkan tokoh dengan rekam jejak kekerasan (Corner & Pels, 2003).

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", membingkai 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 membingkai 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 (Eriyanto, 2012).

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 (Strömbäck & Esser, 2014).

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 (Kaid, 2004).

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 (Holtz-Bacha & Norris, 2000).

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 (Nawar, 2024).

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 (Lim, 2017).

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 pesona 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 (Bennett, 2016).

#### 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;

##### 1. Define Problems

Kumparan      BBC News

Kumparan melihat transformasi gaya kampanye sebagai fenomena positif dan progresif, dari yang formal-kaku ke arah yang ekspresif dan cair. "Gemoy" diposisikan sebagai jawaban atas kejenuhan publik terhadap politik lama. BBC justru melihat perubahan citra ini sebagai paradoks. Masalah yang dibingkai adalah adanya kontras antara masa lalu Prabowo (tuduhan pelanggaran HAM) dengan citra "kakek lucu". Ini bukan inovasi politik, tetapi potensi bahaya manipulasi citra.

Kumparan memaknai gaya kampanye sebagai bagian dari modernisasi politik, sedangkan BBC menganggapnya sebagai bentuk pelupaan sejarah dan distorsi memori kolektif.

##### 2. Diagnose Causes

Kumparan      BBC News

Kumparan mendiagnosis penyebab munculnya gaya kampanye "Gemoy" sebagai upaya sadar tim sukses untuk menjangkau pemilih muda yang dekat dengan budaya media sosial. BBC melihat popularitas ini sebagai akibat dari kampanye visual yang sengaja dibuat untuk mengalihkan perhatian dari isu-isu serius seperti HAM, dan karena lemahnya pengetahuan generasi muda tentang sejarah politik.

Kumparan menekankan pada adaptasi politisi terhadap selera zaman, sementara BBC menyoroti bahaya rebranding tanpa akuntabilitas historis.

##### 3. Make Moral Judgments

Kumparan      BBC News

Kumparan memberikan framing moral positif. Prabowo dinilai sebagai pemimpin yang luwes, menyenangkan, dan berhasil membangun kedekatan emosional dengan publik. BBC memberikan framing moral kritis. Perubahan citra dianggap manipulatif, menyamarkan masa lalu, dan menciptakan preseden impunitas atas pelanggaran HAM.

Penilaian moral Kumparan memperkuat legitimasi simbolik Prabowo, sedangkan BBC menyuarakan kekhawatiran etis dan sejarah terhadap dampak dari pencitraan ini.

##### 4. Treatment Recommendation

Kumparan      BBC News

Kumparan secara implisit mendorong politisi lain untuk mengikuti gaya kampanye "Gemoy": atraktif secara visual, ringan, dan dekat dengan publik. BBC merekomendasikan perlunya kesadaran kritis atas sejarah masa lalu tokoh, serta pentingnya mempertahankan diskursus HAM dalam demokrasi- meskipun sang tokoh telah populer secara elektoral.

Kumparan mendorong penyesuaian gaya komunikasi politik dengan era digital, sementara BBC mengingatkan perlunya keseimbangan antara pencitraan dan pertanggungjawaban sejarah dalam demokrasi.

Aspek Media Kumparan (4 Artikel) Media BBC News (4 Artikel)

Fokus Narasi Menonjolkan kampanye yang menyenangkan, humoris, dan dekat dengan pemilih muda, serta citra Prabowo yang ramah.

Menyoroti paradoks antara citra Prabowo yang humoris dan masa lalunya yang penuh kontroversi, serta dampak sejarah.

Framing Visualisasi Foto-foto Prabowo berjoget di panggung, tersenyum, dengan latar belakang lampu sorot, penonton yang bersorak, dan desain grafis cerah. Video, foto, dan infografis yang menciptakan kontras antara Prabowo masa kini (senyum dan joget) dan masa lalu militeristiknya.

Bahasa & Diksi "Gemoy", "berjiwa muda", "santai", "dekat rakyat", "enerjik" "Tainted", "bloody past", "whitewashing", "impunity", "critics fear"

Penilaian Moral Positif: Framing kampanye yang inovatif dan menarik untuk pemilih muda, mempermudah politik yang lebih inklusif. Kritis:

Menyatakan bahwa citra Prabowo yang baru dapat mengaburkan masa lalu yang kelam, dan mengingatkan tentang potensi impunitas.

Solusi/ Anjuran Kampanye sebaiknya lebih ringan, atraktif, dan menyentuh sisi emosional pemilih muda. Perlunya refleksi atas masa lalu pemimpin dan konsistensi dalam memperjuangkan hak asasi manusia dan keadilan.

Target Audiens Pemilih muda, generasi Z, masyarakat Indonesia, pengguna media sosial. Masyarakat internasional, pengamat HAM, pemilih muda Indonesia, dan komunitas global demokrasi.

Secara keseluruhan, hasil analisis framing terhadap pemberitaan kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto menunjukkan kontras tajam antara media lokal (Kumparan) dan internasional (BBC News) dalam membingkai fenomena tersebut. Kumparan secara konsisten membingkai 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.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mendasar dalam cara media nasional Kumparan dan media internasional BBC News membingkai kampanye "Gemoy" Prabowo Subianto. Kumparan membingkai kampanye ini sebagai bentuk inovasi komunikasi politik yang efektif untuk menjangkau pemilih muda melalui pendekatan visual, humoris, dan emosional. Framing yang dibangun oleh Kumparan cenderung positif, menekankan pada kedekatan kandidat dengan masyarakat serta kemampuannya beradaptasi dengan kultur digital. Sebaliknya, BBC News membingkai kampanye "Gemoy" secara kritis dengan menyoroti paradoks antara citra baru Prabowo yang ramah dan sejarah masa lalunya yang kontroversial, terutama terkait dugaan pelanggaran HAM. BBC memperingatkan bahwa transformasi visual semacam ini dapat menjadi bentuk whitewashing sejarah dan menciptakan preseden impunitas. Perbedaan framing ini dipengaruhi oleh karakteristik media masing-masing: Kumparan yang menyoroti pemilih muda Indonesia dengan pendekatan ringan dan populer, sementara BBC mengadopsi pendekatan investigatif dan kontekstual dengan cakupan global. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa framing media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk makna, memengaruhi opini publik, dan berperan dalam konstruksi citra politik seorang kandidat.

## REFERENSI

- Ansolabehere, S., Behr, R., & Iyengar, S. (1991).** *Mass media and elections: An overview.* *American Politics Quarterly*, 19( 1), 109-139.
- Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research.* Cengage Au.
- Bennett, W. L. (2016).** *News: The politics of illusion.* University of Chicago Press.
- Corner, J., & Pels, D. (2003).** *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism.* Sage.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017).** *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.* Sage publications.
- DARMAWAN, A. R. (2021). The Framing of Papua Protests on Tempo. co and Reuters. Universitas Gadjah Mada.
- Entman, R. M. (1993).** *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm.* *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Eriyanto. (2012).** *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media (Edisi Revi).* LKiS Pelangi Aksara.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse.* Edward Arnold London.
- Fiske, J. (2010). *Introduction to communication studies.* Routledge.
- Fitri, H., Ichsan, M., & Yunita, R. (2024). Analisis **Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten Tiktok dalam Political Branding Prabowo-Gibran** Di Pemilihan Umum 2024. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 4825-4844.
- Flick, U. (2022). *An introduction to qualitative research.*
- Goffman, E. (1974).** *Frame analysis: An essay on the organization of experience.* Harvard University Press.
- Haryanto, I. (2011). Independensi dan framing media massa dalam pemberitaan politik. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 8, Issue 1, pp. 15-28). <https://doi.org/10.24002/jik.v8i1.446>
- Hasan, K. (2009).** *Komunikasi politik dan pencitraan (analisis teoritis pencitraan politik di Indonesia).* *Jurnal Online Dinamika Fisip Unbara Palembang, Volume 2 Nomor 4.*
- Hidayati, A. N. (2024). Personal Branding Anies Baswedan Calon Presiden Indonesia 2024 melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Desain*, 11(2), 433-440.
- Holtz-Bacha, C., & Norris, P. (2000).** *"To Entertain, Inform and Educate": Still the Role of Public Television in the 1990 s? Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy.*
- Indonesia, K. P. U. (KPU) R. (2023). Tahapan Pemilu 2024. [https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta\\_pemilu?utm\\_source=chatgpt.com](https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu?utm_source=chatgpt.com)
- Kaid, L. L. (2004).** *Political advertising.* In *Handbook of political communication research* (pp. 155-202). Routledge.
- Kumparan. (2023a). Melihat Gaya Kampanye "Gemoy" Prabowo. <https://kumparan.com/kumparannews/melihat-gaya-kampanye-gemoy-prabowo-21dNVHgR5Wm>
- Kumparan. (2023b). TKD Ungkap Makna Kampanye Gemoy Prabowo-Gibran. <https://kumparan.com/kumparannews/tkd-ungkap-makna-kampanye-gemoy-prabowo-gibran-21dtmSr1xt6>

- Kumparan. (2024a). Joget Gemoy Pamungkas Prabowo saat Kampanye Akbar di GBK. <https://kumparan.com/kumparannews/joget-gemoy-pamungkas-prabowo-saat-kampanye-akbar-di-gbk-228bUKXLnj7>
- Kumparan. (2024b). Saat Prabowo Berpose Siap Goyang Gemoy di Hadapan Jokowi. <https://kumparan.com/kumparannews/saat-prabowo-berpose-siap-goyang-gemoy-di-hadapan-jokowi-221pK1bQ9JJ>
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411-427.**
- McCargo, D. (2003). Media and politics in Pacific Asia. Routledge.**
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.**
- Meifilina, A. (2021). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101-110.**
- Minza, W. M., & Febriani, A. (2022). Dari Milenial Tentang Milenial: Perspektif Psikologi. PT Kanisius.
- Nawar, M. F. (2024). Analisis Kualitatif terhadap Fenomena "Peringatan Darurat Garuda Biru": Memahami Peran Framing dan Resonansi Emosional dalam Membentuk Opini Publik. KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi, 13(2), 235-250.**
- News, B. B. C. (2024a). Prabowo Subianto: Indonesia's 'Cuddly Grandpa' with a Bloody Past.
- News, B. B. C. (2024b). Prabowo Subianto: The tainted ex-military chief who will be Indonesia's new leader. <https://www.bbc.com/news/world-asia-68237141>
- News, B. B. C. (2024c). Prabowo Subianto on track to win Indonesia presidential race - early results. <https://www.bbc.com/news/world-asia-68293800>
- News, B. B. C. (2024d). Watch: 'Cuddly grandpa' dances away dark past in Indonesian election. <https://www.bbc.com/news/av/world-asia-68213255>
- Nugroho, R. A. (2023). Media Digital dan Generasi Muda: Strategi Komunikasi Politik di Era Platform. Pustaka Komunika.
- Nurrohman Syarif, N. (2011). Politik Islam dalam Cita dan Realita. *Jurnal Al-Qurba, Jurnal Peradaban Dan Kebudayaan Islam*, 2(1), 14-30.
- Oktaviant, N. R. P. N. E., & Sufyanto, S. (2024). Analysis of the Framing of Anies Baswedan's Formula-E News in Liputan6. com and Republika. co. id Media. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 7, 715-733.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications.**
- Prastyanto, L. B. C. (2024). Analisis framing pemberitaan kemunculan Ganjar Pranowo dalam tayangan azan stasiun televisi pada media daring Okezone dan Tribunnews. Widya Mandala Surabaya Catholic University.**
- Putri, S. R., & Hariyanto, D. (2024). A Framing Analysis of Reporting on Student Actions to Forcefully Expel Rohingya in Tirto. id and BBC Indonesia. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 7, 79-91.**
- Reformansyah, M. A., & Widiarti, P. W. (2022). Analisis framing Robert Entman tentang berita kompas. com dan detik. com tentang kasus "IDI Kacung WHO." Lektur: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(4).**
- Robin, P., Fendista, S., & Adiwinata, A. (2020). Manuver dan Momentum Politik Joko Widodo: Analisis Wacana Kritis# JKWVLOG. Calathu: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 43-58.**
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. In *Journal of Communication* (Vol. 57, Issue 1, pp. 9-20). <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>**
- Septiyani, N. M., Kom, S. I., Prismadani, N. G., Prasetyo, N. C. A., Salsabila, O. L., Listiyoningsih, R., Putri, R. D. K., Ananingsih, R., Absari, R., & Kom, S. I. (2024). Manifestasi Public Relations Di Era Digital 4.0. Nas Media Pustaka.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message*. White Plains, NY: Longman.**
- Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Mediatization of politics: Towards a theoretical framework. In *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies* (pp. 3-28). Springer.**
- Sukmadinata, N. S. (2019). Metode penelitian pendidikan.
- Sutopo, H. B. (2006). Penelitian kualitatif: Dasar teori dan terapannya dalam penelitian. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.**
- Tambawang, L., Sawir, M., & Pongtuluran, R. (2024). **Melihat ke Belakang: Panggung Gemoy dan Dinamika Politik Masa Kini. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik (JIHHP)*, 4(3).**
- Tewksbury, D., & Scheufele, D. A. (2019). News framing theory and research. In *Media effects* (pp. 51-68). Routledge.**
- Tinambunan, C. P., Syailendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik. *Sosio E-Kons*, 16(3), 325-337.
- Van Dijck, J. (2013). ***The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.**
- Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78.**
- Wahyuningtyas, A., Ramadhan, M. W., Suprihono, M. B., & Putranto, A. (2025). Efektivitas Strategi Kampanye Pasangan Sheryl Laos-Sarbin Sehe di Pilgub Maluku Utara: Kajian Media, Taktik, dan Mobilisasi Massa. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 610-621.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage publications.**