



Analisis Framing Model Robert N. Entman dalam Representasi Politisi Muda Verrell Bramasta di Instagram

Nia Nandar Hidayah¹, Rosita Nur Azizah^{2*}

^{1,2} Universitas Paramadina

*Korespondensi penulis: rosita.azizah313@gmail.com²

Abstract. *This study aims to analyze the political framing strategy employed by Verrell Bramasta through his personal Instagram account during the 2024 Election campaign, utilizing Robert N. Entman's framing model. Social media, particularly Instagram, was selected as it serves as a strategic platform for young politicians to build their image, foster emotional connections, and garner public support. This study adopts a qualitative descriptive method, employing digital documentation techniques on five Instagram posts from @bramastavr1 that received the highest interactions during the campaign period. The analysis was conducted using Entman's four framing indicators: defining the problem, diagnosing the cause, making moral judgments, and offering treatment recommendations. This study reveals that: 1) A distinct framing pattern exists on Verrel Bramasta's Instagram account. 2) Overall, the content shared during the campaign period conveys a positive image of Verrel Bramasta as a young politician capable of representing the younger generation in the political arena. 3) Verrel Bramasta effectively utilizes Instagram through captions, photos, videos, and jingles to shape favorable public perceptions and secure political support.*

Keywords: Campaign; Framing; Robert Entman; Social Media; Verrel Bramasta.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi framing politik yang dilakukan oleh Verrell Bramasta melalui akun Instagram pribadinya dalam kampanye Pemilu 2024 dengan menggunakan model framing Robert N. Entman. Media sosial, khususnya Instagram, dipilih karena menjadi ruang strategis bagi politisi muda dalam membangun citra, kedekatan emosional, dan dukungan publik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik dokumentasi digital terhadap lima unggahan Instagram @bramastavr1 yang memiliki interaksi tertinggi selama periode kampanye. Analisis dilakukan melalui empat indikator framing Entman, yaitu *define problem*, *diagnose cause*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*. Penelitian ini menunjukkan bahwa ; 1) Adanya pola pembingkai pada akun Instagram Verrel Bramasta. 2) Secara keseluruhan konten-konten yang diunggah pada masa kampanye menyajikan persepektif citra positif Verrel Bramasta sebagai politis muda yang mampu mewakili generasi muda di ranah politik. 3) Verrel Bramasta memanfaatkan Instagram secara maksimal melalui caption, foto, video, hingga jingle untuk membentuk persepsi publik yang positif guna memperoleh dukungan politik.

Kata kunci: Framing; Kampanye; Media Social; Robert Entman; Verrel Bramasta.

1. LATAR BELAKANG

Pemilihan umum di Indonesia (Pemilu) menjadi indikator terbentuknya sistem negara yang demokratis dan inklusif yang mencerminkan semangat reformasi serta partisipasi aktif masyarakat dalam proses politik. Event akbar seperti Pemilu memegang peranan penting untuk mengubah dinamika politik dan memberikan kesempatan bagi seluruh lapisan masyarakat untuk memilih wakil rakyat yang bertanggung jawab terhadap keadilan dan kebenaran serta dapat mewakili aspirasi, kepentingan, dan harapan rakyat (Mahfud, 2019).

Secara umum, pemilihan yang berlangsung di seluruh tingkatan memiliki tujuan untuk membentuk pemerintahan negara yang mencerminkan berbagai aspek masyarakat. Pemerintahan tersebut diharapkan responsif terhadap kebutuhan rakyat, tetapi tetap

berlandaskan prinsip demokrasi. Proses panjang ini bukan hanya sekadar memilih, melainkan juga wujud nyata partisipasi masyarakat dalam menentukan arah kemajuan dan perkembangan negara (Surbakti & Supriyanto, 2020). Dalam konteks pemilihan umum, kemajuan teknologi informasi dalam penyebaran informasi menjadi faktor penting yang membantu masyarakat dalam memilih kandidat dan memahami isu-isu politik (Nurdin & Handayani, 2021).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah mengubah cara pandang masyarakat terhadap komunikasi politik di era digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media strategis dalam membentuk opini publik, pencitraan, serta komunikasi antara aktor politik dengan masyarakat. Menurut (Zusrieka et al., 2024), media sosial telah menjadi wadah diskusi publik yang signifikan, terutama dalam konteks Pemilu 2024.

Di antara berbagai platform yang ada, Instagram menjadi salah satu media yang banyak dimanfaatkan karena memiliki fitur visual, interaktif, serta mampu menjangkau kelompok usia muda secara masif. Data digital Indonesia menunjukkan pengguna Instagram mencapai 103 juta orang, membuktikan bahwa platform ini memiliki peran besar dalam ranah politik digital. Kondisi ini menjadi semakin menarik ketika muncul generasi politisi muda yang aktif menggunakan media sosial untuk membangun identitas politik mereka (Haryanto, 2022). Menurut (Indrawan et al., 2023), Instagram dengan fitur yang sederhana telah menjadikannya sebagai platform utama generasi milenial untuk mengakses informasi politik. Lebih lanjut, (Indrawan et al., 2023) menegaskan bahwa media sosial berpeluang besar meningkatkan komunikasi eksternal yang lebih efektif dan efisien dalam politik digital, karena politik konvensional tidak memiliki spektrum seluas media sosial.

Hadirnya seorang selebritas di dunia politik sudah menjadi hal yang lumrah, dari tahun ketahun angka partisipasi selebritas yang masuk ke dunia politik semakin meningkat (Darmawan, 2015). Berikut merupakan table partisipasi selebritas yang terlibat dalam pemilu legislatif DPR RI

Tabel 1. Partisipasi Selebritas Yang Terlibat Dalam Pemilu Legislatif DPR RI.

Tahun Pemilihan	Jumlah caleg Selebritas	Jumlah yang lolos	Persentase
2004	38	7	18%
2009	61	19	31%
2014	77	22	29%
2019	91	14	15%
2024	82	22	27%

Sumber : Diolah dari KPU RI 2024.

Dari table diatas dapat dilihat bahwa partisipasi selebritas mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, meskipun sempat mengalami penurunan jumlah yang berhasil lolos di tahun 2019 namun di tahun 2024 angka tersebut kembali naik.

Salah satu figure yaitu Verrell Bramasta, seorang artis sekaligus politisi muda yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk membentuk citra diri, membangun kedekatan emosional, serta menarik simpati generasi milenial dan Gen Z. Kehadiran Verrell Bramasta di ranah politik sekaligus memperlihatkan bagaimana media sosial menjadi instrumen penting dalam memasarkan politik (political marketing) sekaligus membingkai isu, peran, dan identitas.

Verrel menjadi salah satu selebritas yang berhasil duduk dibangku DPR RI. Verrel telah dikenal sebagai publik figur dan actor di Indonesia, terjunnya Verrel ke dunia politik tidak bisa lepas dari pengaruh ibunya Venna Melinda yang juga merupakan seorang selebritis sekaligus anggota DPR RI periode 2014-2019 dari Partai Perindo.

Varrel Bramasta lahir di Jakarta 11 September 1996, meski memiliki ibu yang seorang politisi juga Varrel tetap berusaha keras untuk membangun reputasinya sebagai politikus melalui berbagai kegiatan sosialnya serta citranya sebagai publik figure dan actor yang turut membantu Verrel dalam mendapatkan simpatik publik, melalui kampanye yang dilakukan terlihat Verrel begitu luwes menyapa masyarakat terutama dari kalangan generasi muda dan ibu-ibu yang begitu antusias dengan kampanye nya, tidak bisa di pungkiri Varrel memiliki personal yang karismatik dan ramah terhadap masyarakat.

Sementara itu keterlibatan partai juga memberikan kontribusi atas terpilihnya Varrel sebagai anggota DPR RI mewakili dapil Jawa Barat VII, Varrel berasal dari Partai Amanat Nasional (PAN) sebagaimana yang diketahui Partai tersebut juga banyak beranggotakan para selebritas seperti Pasha Ungu, Uya Kuya, Lula Kamal, Jeje Govinda, Nisya Ahmad. PAN dalam hal ini memiliki coattail efect atau efek ekor jas istilah ini digunakan merujuk pada suatu tindakan yang menimbulkan pengaruh untuk tindakan lain (Dwita Apriani, 2019) dalam hal ini ketika seorang kandidat yang populer berhasil mendongkrak elektabilitas kandidat-kandidat lain. Dalam kasus PAN dan anggotanya yang merupakan selebritas bukan hanya menguntungkan secara individu namun menguntungkan PAN secara keseluruhan.

Faktor -faktor terpilihnya Varrel sebagai anggota DPR RI dipengaruhi banyak hal dari popularistasnya sendiri, Partai pengusung, hingga kampanye yang dilakukan baik secara konvensional maupun melalui sosial media, Verrel sendiri memiliki pengikut 28,9 juta di Instagram ini juga memiliki pengaruh yang besar. Verrell melakukan startegi politiknya sendiri dengan membangun interaksi dengan masyarakat melalui sosial media contohnya seperti konten yang memabahas isu-isu trending di masyarakat kemudian megikuti kampanye dengan menggunakan transpotasi umum ini menunjukkan kedekatan sosok seorang wakil rakyat dengan masyarakatnya. Maka modal sosial yang dimiliki Verrel baik dalam hal kedekatannya dengan

anggota partai, masyarakat dan organisasi lainnya tentu ini dapat menunjang karirnya di dunia politik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam strategi varrel bramasta dalam berkampanye di sosial media instagram melalui framing Model Robert N. Entman, Framing adalah teknik yang mempengaruhi pengambilan keputusan ataupun penilaian dengan cara memanipulasi penyajian informasi tersebut (Aisyah, 2024) lebih lanjut Menurut Aditya, R (2024), “Analisis framing adalah suatu analisis yang dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai proses konstruksi media dalam membingkai realitas, merupakan pendekatan untuk melihat bagaimana jurnalis memiliki cara pandang dalam memilih suatu isu yang akan dijadikan berita dan menentukannya dalam menyorot atau menghilangkan fakta sehingga arah berita dapat ditentukan. Analisis framing merupakan proses yang dilakukan media massa dalam membingkai suatu peristiwa atau berita dengan hanya menunjukkan narasi yang lebih khusus dan relevan sesuai dengan apa yang menjadi tujuannya melalui penonjolan dan penghilangan unsur-unsur tertentu. (Widyaya ,I dan Setiawan,W, 2023).

Model Framing Entman dalam konteks media dan politisi memberikan pemahaman bahwa peran penting dimiliki oleh media untuk membentuk persepsi khlayak terhadap seorang politisi. Misalnya, media social seperti Instagram yang digunakan oleh politisi untuk membentuk citra dirinya di masyarakat selama masa Pemilu. Peneliti menggunakan Model Framing Robert Entman untuk mengetahui bagaimana media social pribadi seorang politisi tersebut membingkai dan mempersepsikan politisi tersebut didukung oleh ketiga konsep dengan tahapan mendefinisikan masalah, menentukan sumber masalah, membuat penilaian terhadap masalah dan mencari solusi untuk masalah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis framing model Robert N. Entman untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @bramastavrl membingkai sosok Verrel Bramasta sebagai representasi politisi muda secara mendalam, terperinci, dan lengkap. Kerangka interpretatif penelitian ini menggunakan model framing Robert N. Entman (1993) yang terdiri dari empat dimensi analitik yaitu definisi masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, dan solusi untuk mengkaji bagaimana pemilihan bahasa, visual, dan artikulasi retorik membentuk sebuah narasi digital secara strategis. Objek penelitian ini berupa unggahan di Instagram @bramastavrl selama kampanye Pemilu 2024 yaitu 28 November 2023 s.d. 10 Februari 2024 dan memilih lima unggahan dengan jumlah like dan komentar terbanyak sebagai sampel utama dalam hal ini peneliti menganggap konten dengan

like dan comment terbanyak memperlihatkan atensi masyarakat yang banyak pula terhadap konten yang di unggah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi digital, peneliti melakukan pengarsipan postingan Instagram @bramastavr1 berupa gambar, video, caption (teks), komentar dan studi literatur yang mendalam. Kemudian peneliti melakukan analisis pada setiap postingan yang telah dipilih tersebut berdasarkan empat konsep framing Entman yaitu masalah, penyebab, nilai moral, dan solusi.

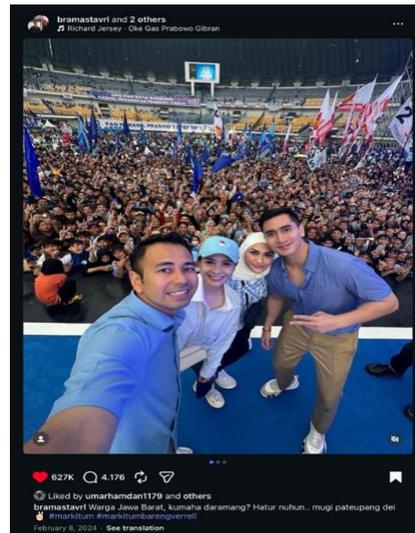
3. TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu *framing* model Robert Entman menurut Eriyanto dalam (Muhammad et al., 2022) Model Robert terbagi terdiri dari empat indikator yaitu: a) *Define of problem Framing* yang artinya *framing* dapat dilakukan dengan menggambarkan sebuah peristiwa, b) *Diagnose cause* yaitu *framing* dapat dilakukan dengan memperkirakan masalah, sumber masalah atau menyebut figur di balik munculnya sebuah masalah, c) *Make moral judgement framing* dapat dilakukan dengan cara memberikan penilaian terhadap sebuah masalah, d) *Treatment recommendation Framing* dapat dilakukan dengan cara memberikan solusi atau jalan keluar dari sebuah masalah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari proses framing adalah mendapati informasi yang berbeda dengan versi informasi lainnya Eriyanto dalam (Reformansyah dan Widiarti, 2022) Model Robert terbagi menjadi empat yaitu Define of problem Framing yang artinya framing dapat dilakukan dengan menggambarkan sebuah peristiwa, Diagnose cause yaitu Framing dapat dilakukan dengan menyebut figur di balik munculnya sebuah masalah, Make moral judgement framing dapat dilakukan dengan cara memberikan penilaian terhadap sebuah masalah, dan yang terakhir Treatment recommendation; Framing dapat dilakukan dengan cara memberikan solusi atau jalan keluar dari sebuah masalah, Peristiwa yang telah di framing akan menghasilkan berita dengan sisi tertentu, berikut adalah hasil framing yang telah peneliti lakukan pada instagram Verrel Bramasta selama kampanye pemilu 2024

Analisis Konten 1



Define Problem (Mendefinisikan Masalah)

Tahap utama dalam melakukan framing pada teori Robert N. Entman adalah mendefinisikan masalah dalam hal ini adalah Verrell melakukan kampanye digital dengan mengunggah konten di Instagram ini menjadi salah satu strategi yang dilakukan Verrell untuk mendapatkan atensi publik demi memperebutkan suara rakyat, Sebab media sosial dapat memberikan kemudahan komunikasi di tingkat nasional maupun masyarakat luas terutama pada kampanye sosial untuk memberikan informasi dan membentuk partisipasi masyarakat (Dwi et al., 2024) lebih lanjut Harding dalam (Dwi et al., 2024) kampanye sosial memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak sasaran yang lebih luas ditambah lagi dengan media sosial jangkauannya akan bertambah sehingga tujuan kampanye akan tercapai.

Diagnose Cause (Memperkirakan Masalah)

Tahap kedua melakukan framing dalam teori Robert N. Entman adalah memperkirakan masalah dalam hal ini Verrell mengunggah salah satu konten bertemakan kampanye pada tanggal 8 February 2024 caption yang ditulis adalah “*Warga Jawa Barat, kumaha daramang? Hatur nuhun.. mug i pateupang dei* “ Verrell menggunakan emoticon untuk mewakili nomor urut Prabowo-Gibran menggunakan hashtag #markitum #markitumbarengverrell serta menambahkan sound yang khas dari nomor urut 2 yaitu Oke Gas Prabowo Gibran. Dalam unggahan tersebut terlihat bahwa Verrell berfoto dengan beberapa tokoh seperti Raffi Ahmad dan Nagita Slavina seorang selebritis dan Putri Zulhas puti dari Zulkifli Hasan Ketua Umum Partai Amanat Nasional sekaligus seorang Menteri, foto yang di unggah tentu menarik perhatian publik karena secara tidak langsung Verrell menunjukkan dirinya sebagai calon legislatif yang mendukung capres Prabowo-Gibran, menurut (Harahap, 2022) kampanye yang

dilakukan di media sosial adalah salah satu cara literasi politik untuk memperkenalkan calon legislatif karena dapat mempengaruhi pandangan serta pola pikir masyarakat untuk memilih.

Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)

Tahap ketiga dalam melakukan framing pada teori Robert N. Entman adalah membuat keputusan moral atau moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah dalam hal ini terlihat dari caption, soundtrack yang digunakan dan kebersamaan Verrel dengan tokoh yang terkenal menjadi strategi dalam membangun citra diri, caption yang digunakan tertulis dengan bahasa sunda yang mewakili dapil Verrel yaitu Dapil Jawa Barat VII tentu bagi masyarakat yang berasal dari Jawa Barat akan secara tidak langsung membangun kedekatan. Menurut (Rabiah, 2016) penggunaan bahasa pada saat kampanye memiliki tujuan untuk membangun simpati, menarik perhatian, dan membuat persepsi terhadap masyarakat dalam menentukan pilihan. Kebersamaan foto Verrel dengan tokoh terkenal juga menjadi strategi tersendiri Verrel terlihat berfoto bersama selebritis yakni Raffi Ahmad yang sekarang juga menjadi bagian dari Kabinet Merah Putih sebagai Utusan Khusus Presiden bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni serta istrinya Nagita Slavina dan Putri Zulhas yang sekarang juga menjadi Wakil Komisi XII DPR RI sekaligus putri dari Zulkifli Hasan Menko Bidang Pangan sekaligus Ketua umum Partai Amanat Nasional atau Partai pengusung dari Verrel Bramasta sendiri. Popularitas menjadi salah satu keunggulan dalam masa kampanye keunggulan ini didapat dari banyaknya liputan baik media massa ataupun media sosial (Kurniawati, 2023). Lebih lanjut dalam jurnalnya pada politik pemasaran selebritis menjadi bagian dari strategi untuk memperoleh suara dari pemilih khususnya pemilih pemula. Kemudian penggunaan jingle Oke Gas Prabowo Gibran serta latar dari tempat foto juga menjadi faktor pendukung unggahan Verrel, penggunaan jingle dan latar foto dimkasudkan untuk memberitahu khalayak bahwa Verrel termasuk pendukung paslon capres Prabowo Gibran hal ini akan mendorong masyarakat yang memilih paslon capres Prabowo Gibran untuk ikut memilih Verrel juga.

Treatment recommendation (Menekankan Penyelesaian)

Tahap terakhir dalam melakukan framing pada teori Robert N. Entman adalah menekankan pada penyelesaian, foto yang di unggah oleh Verrel mendapat like sebanyak 627.000 serta 4.176 comment hal ini memperlihatkan atensi publik pada Verrel sebagai calon legislatif. Pada dasarnya apa yang dilakukan oleh Verrel sah sah saja aturan kampanye sendiri di atur pada Peraturan KPU No.15 Tahun 2023 Pasal 26 bahwa metode kampanye bisa dilakukan melalui sosial media, namun Verrel tetap harus memperhatikan faktor-faktor penting dalam kampanye yang minim di sorot yaitu tetap harus fokus dengan tujuan sebagai perwakilan rakyat artinya dapat menyerap aspirasi rakyat serta fokus kepada visi misi yang telah dibentuk,

bukan hanya mengandalkan popularitas sebagai selebritis, relasinya dan karisma yang dimilikinya, mengingat Verrel belum memiliki jejak di dunia politik hal ini bisa saja terjadi.

Analisis konten 2



Define Problem (Mendefinisikan Masalah)

Tahap pertama define problem pada unggahan konten yang kedua yaitu Verrel kembali melakukan kampanye dengan mengunggah konten memperkenalkan dirinya sebagai calon legislatif, dapat dilihat pada halaman instagram Verrel cukup rutin mengunggah kegiatan yang berkaitan dengan dirinya yang mencalonkan sebagai calon legislatif menurut Perssela dalam(Dwi et al., 2024) penggunaan sosial media yang rutin akan memicu terbentuknya algoritma untuk mempengaruhi opini publik. Algoritma dapat diartikan sebagai langkah-langkah yang tersusun secara logis untuk mencapai tujuan (Al-Fatih et.al, 2024). Lebih lanjut dalam penelitian “Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu” menjelaskan bahwa Algoritma sebagai kunci untuk membentuk pengalaman pengguna media sosial, dan memiliki dampak yang signifikan sebab algoritma memainkan faktor seperti perilaku pengguna, preferensi sebelumnya, dan demografi, untuk memperoleh konten apa yang akan muncul di feed pengguna.

Diagnose Cause (Memperkirakan Masalah)

Pada indikator diagnose cause Verrel mengunggah konten Instagram pada tanggal 4 Desember 2023 dengan gambar dirinya sebagai calon legislatif Verrel mewakili Dapil Jawa Barat VII (Bekasi Karawang Purwakarta) dari Partai Amanat Nasional dengan nomor urut 2, dalam foto tersebut juga terdapat foto Prabowo-Gibran foto yang di unggah bertuliskan “Millennial Terdepan Untuk Masa Depan”, caption yang ditulis pada unggahan tersebut adalah “Tahun 2023 merupakan tahun yang cukup challenging bagi saya. Di awal tahun ini, Saya menghadapi sebuah persimpangan yang cukup sulit baik dalam kehidupan pribadi maupun

karier. Ya, dilema dalam menentukan arah jalan hidup untuk dimasa yang akan datang. Meninggalkan sebuah dunia yang Saya rintis dan membesarkan Saya selama bampir 9 tahun, bukanlah sebuah hal yang mudah. Terlebih lagi, bisa dibbilang karier yang saya geluti pada saat ini mash bisa dibbilang dalam masa produktif. Tetapi dalam hidup, selalu ada sesuatu yang menggerakkan kita sebagai manusia kan?

Sebut saja, mimpi, cita-cita, fame, fortune, you name it! Bagi Saya, ada suatu hal yang menggerakkan hati. Yaitu ajaran dan contoh nyata dari kedua orang tua Saya, bahwa: sebaik-baiknya manusia, adalah mereka yang bisa bermanfaat dan berguna bagi sesama. Dengan mengucapkan kata, BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM Saya VERRELL BRAMASTA mencalonkan diri menjadi Calon Legislatif Anggota DPR RI dari dapil Jawa Barat 7 (Kabupaten Bekasi, Karawang dan Purwakarta) dari PAN. Semoga dengan ini bisa menjadi jalan pengabdian Saya bagi Indonesia. Saya yakin hasilnya sudah ditakdirkan oleh Allah SWT, yang jelas semoga niat baik Saya bisa menjadi semangat untuk kita generasi muda Indonesia untuk sama-sama membangun masa depan bangsa!” Verrel membuat caption yang memperkenalkan dirinya sebagai calon legislatif memperkuat citra diri sebagai generasi muda yang mau membuat perubahan Katz, E., & Lazarsfeld, P. F., 1995 pada Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications dalam (Zusrieka et al., 2024) individu yang memiliki status sosial tinggi cenderung lebih dipercaya sebagai penghubung informasi oleh khalayak masyarakat akan dengan mudah mengenal Verrel dan percaya dengan informasi yang dibawakan.

Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)

Tahap ketiga yaitu *Make Moral Judgment* pada unggahan konten yang kedua ini adalah Verrel mengajak generasi millennial untuk memilihnya sebagai calon legislatif ini terlihat dari caption dalam fotonya “*Millenial Terdepan Untuk Masa Depan* ” Verrel meyakini dirinya dapat mewakili generasi millennial di bangku DPR-RI Verrel juga mengaku bahwa dia mengorbankan karirnya di dunia *entertain* yang masih produktif untuk bergabung ke dunia politik agar bermanfaat bagi sesama Verrel berharap niat baik ini bisa menjadi semangat untuk generasi muda membangun masa depan bangsa. Terjunnya Verrel ke dunia Politik secara tidak langsung dianggap sebagai representasi sebagai politisi muda, postingan ini menimbulkan berbagai macam pandangan ada yang mendukung Verrel sebagai generasi muda yang ingin melakukan perubahan ada juga meragukan kemampuan Verrel, mengingat Verrel tidak memiliki rekam jejak di dunia politik. Pada dasarnya Verrel memang sudah terkenal ia memiliki banyak fans dan penggemar Verrel memanfaatkan popularitasnya untuk menarik perhatian khususnya generasi Z Sekar dalam (Zusrieka et al., 2024). Sementara itu generasi Z

lebih banyak bersikap apatis terhadap isu politik strategi sosial media dapat menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian mereka Tindakan Verrell ini menunjukkan pentingnya politik beradaptasi dengan era digital. Pemilih muda dapat dijangkau dengan cara yang lebih personal dan mendalam (Zusrieka et al., 2024) terlebih lagi caption yang digunakan memang merujuk pada generasi muda sehingga target yang dituju oleh Verrel adalah generasi muda.

Treatment recommendation (Menekankan Penyelesaian)

Tahap terakhir framing pada teori Robert N. Entman adalah menekankan pada penyelesaian pada unggahan kedua ini Verrel mendapatkan 341.000 like dan 2.729 membuktikan atensi publik yang cukup ramai melihat fenomena selebritis terjun ke dunia politik, sebaiknya Verrel dapat membuat visi dan misi di awal sebelum menentukan target suara ke generasi muda sehingga rakyat dapat memilih Verrel bukan hanya dari popularitas sebagai selebritis namun juga dipilih karena memiliki program dan visi misi yang jelas, Verrel sendiri merupakan representasi dari anak muda yang bergabung pada politik, anak muda yang belum mahir di dunia politik terkesan masih labil dan mudah dimanfaatkan menurut (Kausar, 2023) sering kali anak muda menjadi target bagi permainan politik, politikus sering memperebutkan anak muda dengan berbagai cara demi meraup suara para pemilih pemula. Sehingga dalam hal ini Verrel bisa saja terpengaruh politikus senior untuk bergabung ke dunia politik tanpa mementingkan mementingkan idealisme politiknya sendiri, melainkan mengikuti arahan pihak tertentu.

Analisis Konten 3



Define Problem (Mendefinisikan Masalah)

Tahap pertama define problem pada unggahan konten yang ketiga Verrel melakukan kampanye dengan kembali memperkenalkan dirinya sebagai generasi muda yang bersemangat untuk membangun gerakan dalam mewujudkan Indonesia emas

Diagnose Cause (Memperkirakan Masalah)

Pada indikator diagnose cause pada unggahan yang ketiga yaitu Verrel mengunggah konten pada tanggal 5 Desember 2023 dengan foto dirinya, unggahan kembali bertemakan promosi dirinya sebagai calon legislatif DPR-RI Dapil Jawa Barat VII terdapat tulisan pada foto yaitu “Yang Muda, Yang Berkarya” dengan caption unggahan “Terima kasih atas dukungan, doa dan atensi dari semuanya. Saran, masukan dan kritik sangat memberikan pencerahan bagi Saya untuk lebih berusaha dan lebih banyak mempelajari hal2 yang berkaitan dengan dunia yang baru ini, agar Saya bisa lebih banyak bermanfaat untuk memperjuangkan kepentingan rakyat. Semoga dengan ini kita semua semakin terpacu untuk terus belajar dan menunjukkan kapasitas anak anak muda dalam membangun Indonesia emas 2045” unggahan mendapatkan 300.000 like dengan kolom komentar yang dibatasi.

Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)

Tahap ketiga yaitu Make Moral Judgment pada unggahan konten yang ketiga adalah Verrel mengunggah konten dengan menggunakan kata “muda” kata ini sering digunakan Verrel diunggah lain menandakan Verrel percaya diri untuk terjun ke dunia politik mewakili generasi muda, pada indikator ini juga dapat dilihat bahwa Verrel mendapatkan banyak kritik dan saran ini ditandai dari caption unggahannya yakni “Terima kasih atas dukungan, doa dan atensi dari semuanya. Saran, masukan dan kritik sangat memberikan pencerahan bagi Saya...” mayoritas komentar instagram memberikan seruan ketidakpercayaan Verrel menjadi calon legislatif dengan minim pengalaman dan hanya mengandalkan popularitasnya sebagai seleberitis

Treatment recommendation (Menekankan Penyelesaian)

Tahap keempat yaitu menekankan Penyelesaian Verrel harus dapat menerima seluruh kritik dan saran yang dilontarkan kepadanya kemudian melakukan evaluasi diri kembali apakah mampu menjadi wakil rakyat, apakah benar gerakan tersebut berasal dari hati atau hanya sekedar mengikuti keinginan pihak-pihak tertentu yang ingin mendapatkan keuntungan, Verrel juga harus memberikan statement yang jelas terkait program dan visi-misi yang hampir tidak dijelaskan di unggahan manapun Verrel terlihat hanya fokus membranding dirinya sebagai politikus muda tanpa tujuan dan substansi yang belum terarah serta mengandalkan kekuatan yang dimiliki oleh Partai dan menjadi pendukung capres paslon 2 yaitu Prabowo dan Gibran.

Analisis konten 4



Define Problems (Pendefinisian Masalah)

Konten tersebut mengangkat masalah utama yaitu adanya penilaian negatif terhadap penampilan calon presiden Prabowo Subianto dalam debat capres, khususnya terkait isu pertahanan. Verrel mengawali narasinya dengan menyatakan, "Banyak yang bilang bahwa Pak Prabowo itu tidak perform, dia tidak bagus, and so on and so on." Kemudian ia pertegas dengan menyebutkan skor rendah yang diberikan oleh calon presiden lain, yaitu 11/100 dari Anies Baswedan dan 5/10 dari Ganjar Pranowo. Inti masalah yang dibicarakan dalam konten tersebut adalah persepsi publik bahwa Prabowo Subianto dianggap tidak kompeten atau kurang memadai dalam bidang pertahanan, yang kemudian direspons oleh Verrel sebagai sesuatu yang perlu diluruskan.

Diagnose Causes (Memperkirakan Penyebab Masalah)

Pembahasan penyebab terbentuknya persepsi publik yang negatif terhadap Prabowo adalah kurangnya pemahaman dari para kritikus dimana Verrel secara eksplisit menyebutkan bahwa pendapat-pendapat negatif tersebut berasal dari calon presiden lain yang notabene-nya tidak datang dari background pertahanan sehingga menunjukkan bahwa kritik yang dilontarkan dianggap tidak berlandaskan pada pengalaman dan pemahaman yang mendalam. Kemudian, penilaian negatif tersebut muncul karena adanya framing negatif untuk kepentingan politik, Verrel menuduh adanya upaya "framing sedemikian rupa" dari lawan politik untuk menjatuhkan citra Prabowo dengan kritik tentang penggunaan alutsista bekas (alat utama sistem persenjataan bekas). Verrel berpendapat bahwa "data pertahanan Indonesia tidak bisa dibuka hanya untuk kepentingan debat pemilu demi keamanan negara." Hal tersebut menunjukkan bahwa penyebab masalah bukan terletak pada kekurangan Prabowo, melainkan

pada ketidakmampuan dan motif tertentu dari pembentukan persepsi public yang negatif terhadap Prabowo Subianto.

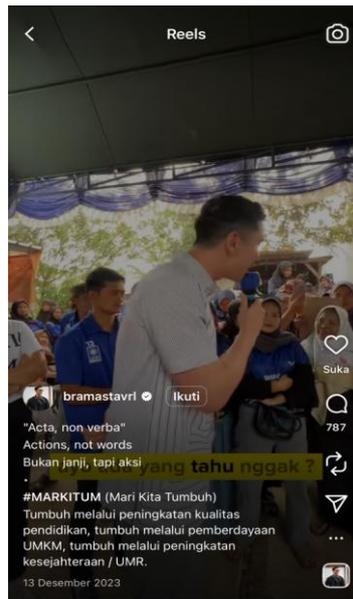
Make Moral Judgment (Membuat Pilihan Moral)

Moral yang disajikan dalam konten tersebut adalah Verrel membingkai Prabowo Subianto sebagai sosok yang sangat kompeten dan patriotik dengan menekankan pengalaman Prabowo selama 28 tahun di dunia militer dan statusnya sebagai Menteri Pertahanan, menyebutkan banyak keputusan Prabowo sudah diperhitungkan "dengan sangat matang" demi menjaga keamanan nasional di tengah keadaanglobal yang tidak pasti. Prabowo digambarkan sebagai pemimpin yang peduli pada keselamatan prajurit dan tidak akan mengorbankan rahasia negara demi popularitas politik. Sedangkan Verrel menilai calon presiden lain secara moral sebagai pihak yang tidak memiliki kompetensi memadai di bidang pertahanan. Verrel secara implisit menilai bahwa tindakan mereka memberikan skor rendah dan melontarkan kritik ia nilai sebagai tindakan yang menunjukkan kurangnya tanggung jawab dan tidak memahami prioritas keamanan nasional. Kemudian, Verrel memosisikan dirinya sebagai seorang yang objektif dan rasional dengan menyebutkan dirinya memandang penilaian Prabpwp dari sudut pandang lain sehingga secara moral membenarkan posisinya sebagai pendukung Prabowo yang memiliki pemikiran kritis dan mendalam, bukan sekadar ikut-ikutan.

Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)

Rekomendasi penyelesaian yang disuguhkan dalam konten yaitu bersifat persuasif dan re-framing terhadap persepsi publik dengan ajakan secara langsung oleh Verrel untuk menolak framing negatif yang ada dan menggantinya dengan penilaian yang benar. Ia secara tegas memberikan skor 100/100 untuk Prabowo, sebagai perlawanan terhadap skor rendah dari kandidat lain. Kemudian secara tidak langsung, video ini mengajak audiens untuk berpikir lebih kritis dan melihat rekam jejak serta kemampuan calon pemimpin dari kaca mata yang berbeda, bukan hanya dari satu momen debat saja. Dengan membela Prabowo, ia menampilkan dirinya sebagai politisi muda yang sejalan dengan visi kepemimpinan yang kuat dan peduli pada pertahanan negara. Hashtag #markitum dan #markitumbarengverrelbramasta menjadi ajakan eksplisit untuk mendukung dirinya, yang secara tidak langsung terhubung dengan dukungan terhadap Prabowo.

Analisis konten 5



Define Problems (Pendefinisian Masalah)

Konten tersebut mengangkat masalah utama yaitu terdapat kenyataan bahwa masyarakat masih menghadapi sejumlah persoalan vital, khususnya dalam bidang pendidikan yang belum merata, keterbatasan daya saing UMKM, dan tingkat kesejahteraan masyarakat yang belum memadai yang menjadi hambatan utama bagi terciptanya pertumbuhan kualitas hidup masyarakat Indonesia. Video ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini "belum tumbuh" secara maksimal yang artinya masih banyak masalah yang perlu diselesaikan.

Konsep Diagnose Causes (Memperkirakan Penyebab Masalah)

Video tersebut menunjukkan bahwa masalah muncul karena kurangnya kebijakan pemerintah yang tepat untuk mengatasi persoalan yang menghambat pertumbuhan kualitas hidup masyarakat dalam bidang pendidikan, ekonomi (UMKM), peningkatan kesejahteraan (UMKM). Selain itu, Verrel menyinggung bahwa politisi terlalu banyak berjanji bukan aksi nyata yang dapat mengatasi tantangan dan persoalan yang dihadapi masyarakat. Hal tersebut ditunjukkan pada kalimatnya, "Sekarang Verrel enggak mau banyak ngomong karena daripada banyak janji, mendingan banyak aksi enggak sih? ". Kemudian, Verrel secara langsung menyatakan bahwa ia berharap "dengan adanya keterwakilan anak muda di parlemen di DPR, bisa merubah masa depan kita menjadi lebih baik lagi." Hal tersebut menunjukkan bahwa generasi muda di Lembaga legislatif sangat kurang sehingga sangat membutuhkan suara dan perspektif baru untuk membawa perubahan di masyarakat.

Konsep Make Moral Judgment (Membuat Pilihan Moral)

Moral yang disajikan dalam konten tersebut adalah terdapat pada slogan “Acta, non verba” yang terdapat penilaian moral bahwa integritas pemimpin diukur dari tindakan, bukan kata-kata. Dengan demikian, secara moral publik diarahkan untuk menilai bahwa sikap apatis atau hanya berwacana adalah tindakan yang tidak tepat, sedangkan keberpihakan pada rakyat melalui aksi langsung merupakan pilihan moral yang benar. Verrel Bramasta membingkai dirinya sebagai politisi yang memiliki komitmen moral tinggi terhadap aksi nyata serta memosisikan dirinya sebagai sosok yang tulus, peduli, dan berintegritas. Ia juga dinilai positif sebagai perwakilan generasi muda yang ingin membawa perubahan. Sedangkan, kampanye "Mari Kita Tumbuh" dinilai sebagai solusi moral yang benar, yaitu sebuah gerakan dalam upaya pertumbuhan masyarakat di bidang pendidikan, UMKM, dan kesejahteraan.

Konsep Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)

Rekomendasi penyelesaian yang disuguhkan dalam konten yaitu ajakan bersama melalui gerakan #Markitum (Mari Kita Tumbuh) dalam bentuk program peningkatan kualitas pendidikan melalui akses dan fasilitas yang lebih baik, penguatan daya saing dan pemberdayaan UMKM, peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui kebijakan yang lebih berpihak sebagai komitmen aksi nyata yang akan diwujudkan. Selain itu, solusi yang ditawarkan adalah agar masyarakat memberikan suara mereka kepada Verrel Bramasta. Dengan memilihnya, masyarakat akan memiliki perwakilan anak muda di DPR yang dapat merubah masa depan menjadi lebih baik lagi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan analisis framing model Robert Entman Dalam Representasi Politisi Muda Verrell Bramasta Di Instagram dibagi menjadi empat fase yaitu: a) Define Problem yaitu Verrel memanfaatkan Instagram sebagai media utama kampanye digital, Verrell mendefinisikan dirinya sebagai politisi yang mewakili generasi milenial dan Gen Z, serta menawarkan perubahan di ranah politik. b) Diagnose Cause yaitu penyebab masalah dikaitkan dengan rendahnya keterwakilan generasi muda di ranah politik, praktik politik yang terlalu banyak janji, serta perlunya pendekatan baru melalui figur populer. Popularitas dan jejaring Verrell (baik sebagai artis maupun kader PAN) dibingkai sebagai modal penting dalam politik terutama untuk mendapatkan suara. c) Make Moral Judgment pada indikator ini Verrell dibingkai secara positif sebagai figur muda, berintegritas, dan peduli rakyat terdapat nilai moral yang ditunjukkan melalui pengorbanannya meninggalkan dunia hiburan demi pengabdian,

penggunaan bahasa lokal (Sunda) untuk membangun kedekatan, serta posisinya yang membela dan mendukung pasangan Prabowo–Gibran. Namun, framing ini juga memunculkan kritik publik karena minimnya rekam jejak politik dan kecenderungan mengandalkan popularitas. d) Treatment Recommendation pada indikator ini penekan solusi yang ditawarkan adalah gerakan politik baru melalui #MARKITUM (Mari Kita Tumbuh), dengan fokus pada pendidikan, UMKM, dan kesejahteraan masyarakat. Verrel harus memberikan gerakan nyata serta visi misi yang matang yang mampu membuat perubahan bukan hanya mengandalkan citranya sebagai public figure namun juga representasi generasi muda yang idealis, melek politik, berintegritas yang mampu membawa perubahan nyata jika duduk di parlemen.

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa Verrell Bramasta berhasil menggunakan Instagram secara efektif untuk framing dirinya sebagai representasi politisi muda yang relevan, kredibel, dan berkomitmen. Verrel Bramasta memanfaatkan Instagram secara maksimal melalui caption, foto, video, hingga jingle untuk membentuk persepsi publik yang positif guna memperoleh dukungan politik agar dirinya dapat menjadi perwakilan generasi muda di bangku parlemen.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, S. (2024). Analisis Framing Robert N. Entman Dalam Pemberitaan Konflik Palestina-Israel Pada Media Online Kompas.Com Edisi 7-9 Oktober 2023. *Al Hikmah Jurnal Dakwah*, 69. <https://Binus.Ac.Id/Bandung/2022/11/Framing/>,
- Darmawan, I. (2015). Keterlibatan Selebriti Dalam Pemilu Indonesia Pasca Orde Baru (Ikhsan Darmawan) Keterlibatan Selebriti Dalam Pemilu Indonesia Pasca Orde Baru. *Sosiohumaniora*, 18, 236–242.
- Dwi, A., Syaban Zulfiqar, A., & Zubaidah, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Kampanye Sosial Dan Keterlibatan Masyarakat: Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang. *Iapa Proceedings Conference*, 278. <https://doi.org/10.30589/Proceedings.2024.1058>
- Dwita Apriani, K. (2019). Bali Membangun Bali Jurnal Bappeda Litbang Efek Ekor Jas Dan Identifikasi Partai Politik Dalam Pemilu Serentak 2019 Di Bali. *Jurnal Bappeda Litbang*, 2.
- Harahap, I. H. (2022). Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 1.
- Haryanto, A. (2022). Media sosial dan perilaku politik generasi muda di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Politik*, 8(2), 115–128.

- Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 109–118. <https://doi.org/10.33822/Jep.V6i1.4519>
- Kausar, M. (2023). *Anak Muda, Pemilu Dan Politik Indonesia* (Vol. 6, Issue 7). <http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id>
- Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Selebritis, Tokoh Politik & Perilaku Memilih Dalam Pemilu Pada Pemilih Pemula. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(2), 61–65. <https://doi.org/10.24912/jssh.v1i2.27800>
- Mahfud, M. D. (2019). *Politik hukum di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad, O. :, Reformansyah, A., Pratiwi, D., Widiarti, W., & Komunikasi, M. S. I. (2022). Analisis Framing Robert Entman Tentang Berita Kompas.Com Dan Detik.Com Tentang Kasus “Idi Kacung Who” Robert Entman’s Framing Analysis On Kompas.Com And Detik.Com News On “Idi Kacung Who” Case. *Lektur Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5, 306–314.
- Nurdin, I., & Handayani, T. (2021). Teknologi informasi dan transparansi pemilu di era digital. *Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 12(1), 45–60.
- Rabiah, S. (2016). *Ragam Bahasa Indonesia Dalam Komunikasi Politik Variety Of Indonesian Language In Political Communication* (Vol. 2, Issue 1).
- Surbakti, R., & Supriyanto, D. (2020). *Demokrasi dan pemilu di Indonesia: Dinamika dan tantangan*. Jakarta: KPU RI.
- Zusrieka, M., Salsabila, A. S., Pramesyanti, C. Z., & Firman. (2024). Analisis Peran Verrel Bramasta Sebagai Public Figure Dalam Kampanye Partai Amanat Nasional (Pan) Di Media Sosial Tiktok. *Indonesian Journal Of Law And Justice*, 02, 1–10.