

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Masa kampanye sudah resmi dilakukan sejak Selasa (28/11/2023). Para calon yang maju dalam kontestasi pemilu diberikan waktu memperkenalkan diri dan misi selama kampanye. Kampanye dilaksanakan secara serentak meliputi kampanye calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres), serta kampanye calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Sejumlah alat peraga kampanye (APK) dan bahan kampanye dengan berbagai bentuk semakin banyak bertebaran di berbagai daerah. menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, menurut Al Madinah M. F, Qoni'ah Nur Wijayanti (2024) kampanye adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta pemilu.

Era digital yang serba cepat ini, media massa memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik. Menurut Mahesh Batta (2020) dengan kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang kecerdasan buatan (AI), cara pemberitaan dan framing berita telah mengalami transformasi signifikan. Salah satu contoh nyata dari fenomena ini adalah kampanye politik Prabowo-Gibran di Indonesia, yang menarik perhatian luas dari berbagai kalangan masyarakat dan media massa (Arif Afandy, 2019).

Framing, dalam konteks pemberitaan, merujuk pada cara media mengemas dan menyajikan informasi untuk memengaruhi pemahaman dan interpretasi audiens. Dalam kampanye politik, framing berita dapat digunakan untuk membangun citra positif atau negatif terhadap kandidat tertentu, serta untuk mengarahkan opini publik sesuai dengan

agenda media tersebut (Al Madinah M, 2024). Gemoy, sebagai istilah yang menggambarkan keimutan atau kelucuan, dalam konteks politik bisa menjadi alat framing yang unik untuk menarik perhatian dan menciptakan kesan tertentu terhadap para kandidat.

Kampanye politik Prabowo-Gibran yang berlangsung menjelang pemilihan presiden berikutnya, menjadi salah satu contoh menarik dalam melihat bagaimana framing berita dan kecerdasan buatan digunakan dalam pemberitaan media (Misiyem & Kurniawati, 2023). Prabowo Subianto, seorang tokoh militer dan politisi berpengalaman, berpasangan dengan Gibran Rakabuming Raka, seorang wali kota muda yang juga merupakan putra Presiden Joko Widodo. Kombinasi ini menciptakan dinamika baru dalam politik Indonesia, yang diwarnai oleh berbagai strategi kampanye, termasuk penggunaan media digital dan AI.

Kata 'gemoy' merupakan bahasa gaul yang tengah populer di kalangan anak muda zaman sekarang. Kata ini telah menjadi ungkapan sehari-hari di tengah masyarakat. 'Gemoy' sebetulnya merujuk pada ungkapan akan sesuatu yang lucu dan menggemaskan. Kata 'gemoy' sendiri merupakan plesetan dari kata gemas, dengan mengganti beberapa huruf agar terlihat lebih imut. Ungkapan ini biasanya disampaikan dengan nada gregetan atau manja. Namun demikian, 'gemoy' dalam konteks bahasa gaul tak mengindikasikan adanya rasa jengkel. Alih-alih rasa jengkel, 'gemoy' di sini menggambarkan ungkapan positif dari tingkah laku seseorang yang memicu reaksi yang menggemaskan atau menggelitik.

Penggunaan AI dalam kampanye politik telah menjadi topik yang semakin menarik perhatian di era digital ini. Tim Kampanye menggunakan teknologi AI memungkinkan kampanye untuk menargetkan pesan dan strategi mereka secara lebih efektif kepada pemilih potensial (Pakpahan, 2021). AI juga dapat digunakan untuk menghasilkan

konten visual seperti gambar dan video dengan cepat, meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pemilih di *platform* media sosial. Penggunaan AI dalam kampanye politik juga menimbulkan beberapa isu dan perdebatan. Salah satunya adalah soal privasi data dan keamanan informasi, terutama dalam pengumpulan dan penggunaan data pribadi pemilih. Kekhawatiran tentang potensi penyebaran *misinformasi* dan *disinformasi* yang dipicu oleh teknologi AI, terutama melalui pembuatan palsu atau manipulasi seperti *deepfake*.

Artificial intelligence (AI) adalah bidang ilmu komputer yang bertujuan untuk menciptakan sistem yang mampu meniru kemampuan manusia dalam memahami, belajar, berpikir, dan mengambil keputusan (Bruun & Duka, 2018). Ai adalah teknologi yang mampu melakukan tugas-tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia, seperti mengenali wajah, suara, atau teks, membuat prediksi, atau menghasilkan konten (Kusumawati, 2018). Seiring dengan perkembangan teknologi, Ai telah menjadi semakin canggih dan memiliki kemampuan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang semakin kompleks. Banyak tantangan yang harus diatasi dalam pengembangan AI, termasuk masalah etika, keamanan, dan dampak sosial. Potensi AI untuk meningkatkan efisiensi, kreativitas, dan kemajuan dalam berbagai bidang membuatnya menjadi salah satu area penelitian dan pengembangan yang paling menarik dan penting dalam ilmu komputer saat ini (Pohan et al., 2023).

Media mengungkapkan ada konteks dalam penggunaan istilah "gemoy" dan "artificial intelligence" (AI) dalam pemberitaan kampanye politik Prabowo-Gibran menghadirkan beberapa masalah penting. Istilah "gemoy," yang sering kali diasosiasikan dengan sesuatu yang lucu atau imut, dapat menggeser fokus dari isu-isu serius dalam kampanye politik dan memberikan kesan yang tidak proporsional terhadap kandidat atau peristiwa yang diberitakan. Di sisi lain, penggunaan AI dalam penyebaran

berita memiliki implikasi yang lebih mendalam, termasuk potensi manipulasi informasi, personalisasi pesan yang ekstrem, dan penyebaran berita palsu. Analisis terhadap pemberitaan di media online akan mengungkap bagaimana faktor ini digunakan dalam framing berita dan dampaknya terhadap persepsi publik mengenai kampanye Prabowo-Gibran.

Media online merupakan sarana komunikasi yang dapat mempengaruhi cara berpikir seseorang saat menyampaikan atau menerima informasi yang dikerjakan. Media online tersebut tidak selalu memberikan sesuatu hal yang positif, perlu diketahui dengan kenyataannya pada perkembangan teknologi yang memunculkan berbagai macam keterkaitan online pada warga. Umumnya dapat memberikan tentang isu yang terjadi dilingkup masyarakat untuk dikomunikasikan pada khalayak. Berita dapat disampaikan dalam bentuk media massa, media cetak, televisi, hingga media online. Sehingga harus disampaikan dan ditampilkan kepada publik (Anisah Nurrasyid Siregar, Solihah Titin Sumanti, 2022). Tidak semua fakta bisa diberitakan oleh media hal tersebut dimuat melalui proses seleksi yang nantinya fakta-fakta mana yang cocok untuk disebarluaskan ke publik. Berita yang dibuat media dapat mengonstruksi informasi yang disajikan. Berita merupakan konstruksi berdasarkan kerangka, pendapat atau sudut pandang dari apa yang dilihat media di lapangan (Nada & Setiawan, 2023).

Pemberitaan tentang hal menjadi pemicu masyarakat untuk membahas tema tersebut di ruang publik sehingga wacana tersebut berkembang (Firli Arrohamani Nursaid, 2019). Seiring perkembangan masyarakat yang mengalami perkembangan pesat dan kompleks, di mana penggunaan media sosial menjadikan kebutuhan penting bagi masyarakat modern. Kecepatan dalam memberikan informasi membuat media sosial banyak digunakan dari berbagai negara dengan mudah didapatkan. Karena itu

banyak perusahaan media di Indonesia bertransisi menjadi media sosial (Farwati et al., 2023).

Framing merupakan cara bagaimana menjelaskan kasus pendekatan komunikasi yang penyajian informasi atau isu dalam memberitakan suatu kejadian berdasarkan perspektif yang ingin diberitakan kepada masyarakat (Wibisono & Rusdi, 2022). Framing memberikan komponen penting, menonjolkan bagaimana sebuah kejadian dapat diinterpretasikan kepada reporter yang berbeda, sehingga dari hasil realitas kejadian akan menjadi berbeda yang dibingkai oleh media (Windari & Setiawan, 2022). *Framing* melihat kepada cara media dalam menceritakan tentang kejadian yang terjadi dan melihat mengonstruksi berita berdasarkan fakta atau kejadian yang ada (Siregar & Qurniawati, 2022). Dalam pemberitaan di media massa, fakta-fakta peristiwa yang disajikan, memberi penekanan pada bagian-bagian tertentu. Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk menganalisis cara-cara atau ideologi media saat mengonstruksi sebuah fakta.

Framing merupakan sesuatu metode untuk melihat bagaimana cara media menceritakan suatu kejadian atau peristiwa (Eriyanto, 2002, p. 293). Bagaimana cara suatu media melihat suatu peristiwa akan digambarkan pada bagaimana suatu media menceritakan peristiwa tersebut dan akan mempengaruhi hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis framing sendiri merupakan cara suatu media untuk membingkai suatu peristiwa (Eriyanto, 2002, p. 293). Analisis framing dilakukan dengan tujuan untuk melihat bagaimana suatu peristiwa dipahami serta dibingkai oleh media. Kita bisa saja melihat berita yang sama diberitakan secara berbeda oleh media. Hal tersebut dikarenakan pemahaman media yang berbeda akan suatu peristiwa dan cara mengonstruksi media akan suatu peristiwa yang berbeda pula. Hal ini terkait dengan bagaimana suatu peristiwa dimaknai dan berhubungan dengan mana peristiwa yang

diliput dan tidak diliput. Hal ini juga bisa berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat serta gambar yang dipakai untuk mendukung gagasan.

Alasan penelitian memilih Media *online* Detik.com dan Suara.com adalah merupakan media berita yang cukup besar di Indonesia. Selain itu media *online* merupakan kumpulan-kumpulan berita terkini yang dapat langsung diakses melalui internet. Berita-berita yang terbit dalam media memang berbeda dengan yang terbit dalam surat kabar, namun dengan media pembaca dapat mengetahui kejadian-kejadian yang baru terjadi tanpa harus menunggu dicetak. Kemudian peneliti ini mengkaji Media Detik.com dalam memberikan makna kepada khalayak melalui pemingkai media dalam peristiwa mengenai pemberitaan gemoy dan AI pada kampanye politik Prabowo-Gibran. Peneliti ingin menganalisis bagaimana media membingkai berita mengenai isu pemberitaan gemoy dan AI pada kampanye politik Prabowo-Gibran.

Penelitian terdahulu pada jurnal yang dilakukan oleh Astuti (2024) Pascasarjana Prodi Ilmu Hukum Universitas Negeri Gorontalo, dengan judul “DISTORIS INFORMASI DI MEDIA SOSIAL DENGAN TEKNOLOGI DIGITAL *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* AI TERKAIT PERILAKU ETIKA POLITIK DARI PERSPEKTIF PERADABAN HUKUM KOMUNIKASI” penelitian ini menggunakan kombinasi sosiologi dan pendekatan hukum media. Penelitian ini menjelaskan penggunaan Artificial Intelligence sebagai fenomena baru bagi kaum millennial gen Z dengan penguasa komunikasi AI dan terjadi pada Distorsi dalam memanfaatkan informasi di ruang digital media sosial AI. Hasil penelitian ini pengaruh terhadap perubahan perilaku dalam jejak digital atas perilaku yang menyimpang, perilaku etika politik mengalami perubahan yang diakibatkan dari komunikasi yang terbuka dan lepas dari ruang media sosial dengan kecepatan teknoligi digital dalam sistem AI.

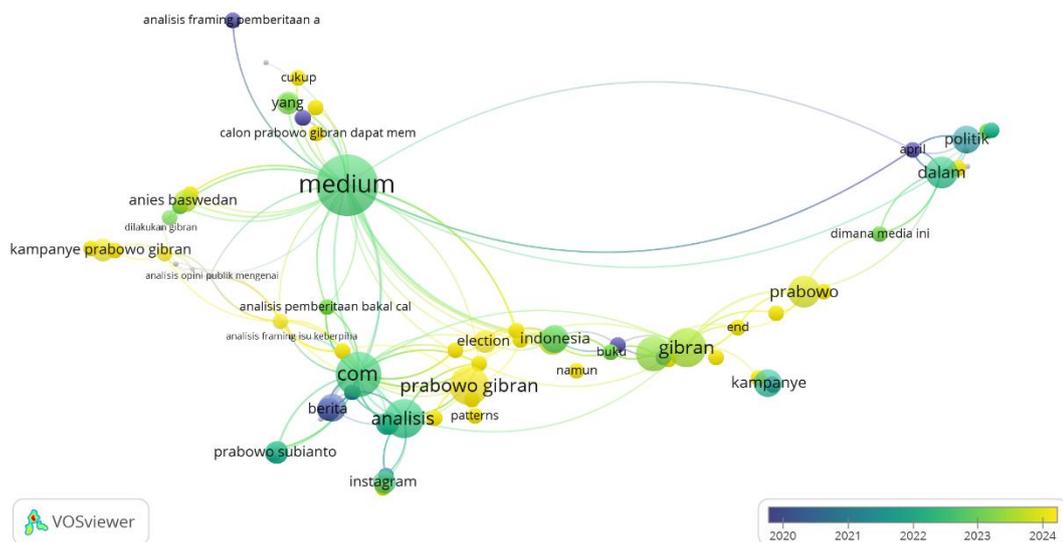
Penelitian terdahulu pada jurnal yang dilakukan oleh Maulana Rizik, Nur Alfa, Kharisma, dan Rismayanti (2023) dari Jurusan Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda, dengan judul “STRATEGI *POSITIONING* “GEMOY” PRABOWO SUBIANTO MELALUI MEDIA DIGITAL” penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Penelitian ini membahas konteks sosial-politik untuk memahami pengaruhnya terhadap persepsi publik dan representasi media pada penggunaan istilah “gemoy” dalam berbagai konteks media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adaptasi citra politik yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kecenderungan pemilih modern merupakan kunci dalam membangun koneksi yang lebih kuat dengan publik.

Penelitian terdahulu pada jurnal yang digunakan oleh Andry Priyadharmad dan Moeh. Iqbal Sultan (2019) Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar, dengan judul “ANALISIS SEMIOTIKA PESAN KAMPANYE POLITIK PADA MEDIA BALIHO PILPRES DAN WAPILPRES JOKOWI-JK 2014 DI KOTA MAKASSAR” penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menjelaskan pemaknaan ikon, indeks, simbol dan interpretasi pesan pada media baliho kampanye Jokowi-JK. Hasil dari penelitian analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon.

Penelitian terdahulu pada jurnal yang digunakan oleh Isoni Muhammad Miraj Mirza (2023) Universitas Lampung, dengan judul “IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM IKLAN POLITIK MENUJU MASYARAKAT Indonesia 5.0” penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menjelaskan perkembangan dan penggunaan AI yang semakin masif serta canggih ke depannya ialah tanda menuju masyarakat 5.0. hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penerapan

teknologi Artificial Intelligence dalam political marketing berupa iklan politik memiliki sejumlah risiko namun juga manfaat bagi perkembangan media iklan politik.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus sebutan Gemoy dengan penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam konteks kampanye politik di Indonesia, khususnya terkait pilpres 2024. Artikel ini menyoroti bagaimana tim sukses dari pasangan calon nomor urut dua, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, mengakui istilah gemoy dan AI sebagai respons terhadap perkembangan zaman. Pendekatan ini mencerminkan sebuah pengakuan akan pentingnya *integrasi* teknologi



Gambar 1.1 VosViewer Bibliografi

dalam politik, yang mungkin belum secara eksplisit diungkapkan atau diteliti secara mendalam dalam penelitian sebelumnya.

Berdasarkan riset Bibliografi data yang telah peneliti lakukan dengan mengumpulkan 512 jurnal yang relevan pada Publish or Perish dalam jangka waktu tahun 2020-2024 untuk melakukan pemetaan penelitian terdahulu terkait penelitian analisis framing gemoy dan Artificial Intelligence. Riset ini dilakukan VOSviewer pada Publish or Perish dengan keywords “Framing-Politik Gemoy-Media Artificial Intelligence”. Hasil riset ialah penelitian framing gemoy dan Artificial Intelligence

menggunakan *network visualization* pada VOSviewer didominasi hanya pada kampanye, berita, medium, politik, Indonesia, analisis, *Instagram* dan sebagainya dari objek gemoy dan penggunaan teknologi AI. Sedangkan untuk penelitian gemoy dan Artificial Intelligence pada kampanye politik Prabowo-Gibran dalam ranah objek politik masih jarang ditemui. Sehingga harapannya penelitian ini memiliki nilai kebaharuan yang berbeda.

Dalam memproduksi berita ini tentunya ada proses di mana media menyusun berita tersebut, di antaranya adalah Media Detik.com dan Suara.com. Di antara banyaknya media yang memberikan hal tersebut, Detik.com merupakan media yang memberitakan kasus tersebut yang diunggah di portal berita pada edisi 26 November 2023 sampai 02 Februari 2024 dan Suara.com edisi 22 November 2023 sampai 04 Februari 2024. Namun dari beberapa berita yang disajikan, penelitian hanya mengambil dua berita untuk diteliti. Karena keterbatasan media yang ditemukan dua berita yang diambil tersebut paling relevan di antara yang lain dan sudah bisa mewakili penjelasan dari keseluruhan berita yang sudah disajikan.

Media memiliki peran penting dalam membingkai pemberitaan yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu tertentu. Dalam konteks kampanye politik Prabowo-Gibran, pemberitaan mengenai "gemoy" dan penggunaan kecerdasan buatan (AI) menjadi sorotan. Analisis terhadap framing pemberitaan di Detik.com dan Suara.com menunjukkan bagaimana media tersebut menyajikan narasi dan sudut pandang yang berbeda, baik dalam menyoroti aspek positif maupun negatif dari penggunaan "gemoy" dan Artificial Intelligence. Pemberitaan "gemoy" mungkin dibingkai dengan bahasa yang ringan dan menghibur untuk menarik perhatian audiens, sementara pemberitaan tentang Artificial Intelligence lebih cenderung membahas implikasi teknologi dan strategis dalam kampanye politik. Melalui penelitian ini, kita

dapat memahami bagaimana framing media dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap inovasi dalam kampanye politik serta persepsi mereka terhadap kandidat yang bersangkutan. Media mempunyai peran kepentingan dan cara pandang sendiri dalam menyampaikan pemberitaan guna disajikan kepada khalayak yang biasa disebut dengan *framing* (pembingkaiian berita) menggunakan pemilihan kata dan kronologi dengan 5W+1H. Metode penelitian di atas menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang menjadi fokus pembahasan penelitian ini dengan pendekatan kualitatif deskriptif, sehingga penjelasan di atas memberikan judul yang diambil yaitu “***Framing Pemberitaan Gemoy Dan Artificial Intelligence Pada Kampanye Politik Prabowo-Gibran Di Media (Analisis Pada Media Detik.com dan Suara.com)***”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka terdapat masalah penelitian yang dituangkan dalam bentuk rumusan masalah sebagai pertanyaan penelitian sebagai berikut : “Bagaimana Framing Pemberitaan Gemoy Dan Artificial Intelligence Pada Kampanye Politik Prabowo-Gibran di media (Analisis pada media Detik.com dan Suara.com)?”.

C. Tujuan Penelitian

“Untuk Mengetahui *Framing Pemberitaan Gemoy Dan Artificial Intelligence Pada Kampanye Politik Prabowo-Gibran di media (Analisis pada media Detik.com dan Suara.com)*”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian framing ini menggunakan model framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada situs website Detik.com dan Suara.com ini dapat memberikan dalam pengetahuan baru dan pemahaman bagaimana informasi yang disajikan dan di terima oleh masyarakat. Pemahaman mengenai kerangka berita pada pemberitaan tentang pemberitaan gemoy dan Artificial Intelligence pada kampanye politik Prabowo-Gibran pada dua situs website. Menggunakan analisis framing dengan kerangka berita pada dua website tersebut memberikan konteks terhadap suatu isu. Penelitian ini dapat mengungkapkan dengan mengidentifikasi framing yang digunakan dalam redaksi berita untuk menonjolkan aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa, membantu memahami pesan yang ditekankan pada media situs web, sehingga lebih dalam terkait bagaimana proses ini memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu penting. Sehingga penelitian ini memberikan informasi tentang media online dan framing oleh peneliti lain atau pembaca secara umum.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini mengenai framing pemberitaan gemoy dan Artificial Intelligence pada kampanye politik Prabowo-Gibran memberikan manfaat praktis substansial. Pemberitaan ini memberikan wawasan praktis perkembangan terbaru dalam gemoy dan teknologi AI, dapat dipastikan pembaca mendapatkan informasi dalam dua portal berita ternama diperoleh melalui analisis framing. Dengan melibatkan dua berita terdapat pola-pola pemberitaan yang bisa mempengaruhi terhadap publik yang dapat membantu dalam memberikan bantuan dalam agar aktivitas manusia lebih mudah. Penelitian ini agar lebih sempurna merekomendasikan manfaat praktis

agar penelitian ini dapat dihasilkan, karena pengetahuan baru kepada pembaca yang digunakan oleh portal berita memberikan informasi pemberitaan yang lebih seimbang dan informatif. Secara praktis penelitian ini tidak hanya menjadi analisis, tetapi manfaat bagi pengelolaan media agar menjadi landasan untuk perbaikan praktis dalam pengelolaan informasi dan berita. Penelitian ini diharapkan dapat merangsang inovasi dalam jurnalisme digital yang menjadi sumber penelitian dan acuan untuk studi analisis framing, yang akan menyajikan pengembangan pengetahuan dalam bidang komunikasi yang menarik dan relevan.

E. Kerangka Teori

1. Framing

Framing secara sederhana adalah membingkai sebuah peristiwa. Eriyanto mendefinisikan framing sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Menurut pan dan kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. *Pertama*, dalam konsep psikologi. Framing dalam konsep ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Framing berkegiatan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu (Eriyanto, 2002).

Sobur mengatakan bahwa analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan dalam menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang dan perspektif itu menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Eriyanto, 2011).

Dalam pengamatan Sobur, konsep bingkai atau framing akhir-akhir ini telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyelesaian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah berita oleh media. Hasil pengamatan Sobur itu, paling tidak berpijak pada temuan tiga pengamatan media yang lain: Nugroho, Eriyanto, dan Surdiansis. Menurut ketiga pengamat itu, dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat merekonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektif (Ibnu Hamad, 2004).

Dengan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut.

Menggunakan paradigma Peter D. Moss (1999), wacana media massa, merupakan konstruksi kultural yang dihasilkan ideologi karena, sebagai produk media massa, berita menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial. Lewat narasinya, berita menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia : siapa pahlawan dan siapa penjahat: apa yang baik dan apa yang buruk bagi rakyat: apa yang layak dan apa yang tidak layak untuk dilakukan seorang pemimpin: tindakan apa yang disebut perjuangan (demi membela kebenaran dan keadilan) dan pemberontakan atau terorisme: isu apa yang harus diambil dan ditinggalkan. Moss mengartikan ideologi sebagai seperangkat asumsi budaya yang menjadi “normalitas alami dan tidak pernah dipersoalkan lagi.” Pandangan ini

sejalan dengan hipotesis Sapir-Howrf yang dikenal dalam linguistik bahwa bahasa itu tidak sekedar deskriptif, yakni sebagai sarana untuk melukiskan suatu fenomena atau lingkungan, tetapi juga mempengaruhi cara kita melihat lingkungan kita. Implikasinya, bahasa juga dapat digunakan untuk memberikan aksen tertentu terhadap suatu peristiwa atau tindakan, misalnya dengan menekankan, mempertajam, memperlambat, atau tindakan tersebut.

Para jurnalistik membutuhkan paradigma alternatif yang lebih kritis untuk melihat realitas lain di balik wacana massa. Salah satunya adalah analisis framing. Sebagaimana penelitian interpretif lainnya (wawancara mendalam, pengamatan terlibat), analisis framing merupakan suatu seni atau kreativitas yang kesimpulannya boleh jadi berbeda, meskipun kasusnya sama. Sebabnya, analisis adalah seorang yang aktif, kreatif, dan bebas menafsirkan lingkungannya, suatu prinsip penting yang dianut oleh paradigma interpretif.

Analisis framing cocok digunakan untuk melihat konteks sosial-budaya suatu wacana, khususnya hubungan antar berita dan ideologi, yakni proses atau mekanisme mengenai bagaimana berita membangun, mempertahankan, mereproduksi, mengubah, dan meruntuhkan ideologi. Analisis framing dapat digunakan untuk melihat siapa mengendalikan siapa dalam suatu struktur kekuasaan, pihak mana yang diuntungkan dan dirugikan, siapa si penindas dan si tertindas, tindakan politik mana yang konstitusional dan yang inkonstitusional, kebijakan publik mana yang harus didukung dan tidak boleh didukung.

Maka, perlu untuk dipahami pendekatan konstruktivisme mengenai proses pembuatan berita, sebagaimana dinyatakan Gamson dan Modigliani, “wacana media dapat dikonsepsikan sebagai seperangkat kemas interpretif yang memberikan makna pada suatu isu. Suatu kemas memiliki struktur internal.

Intinya adalah suatu gagasan yang mengorganisasikan, atau suatu kerangka (frame), untuk memahami peristiwa-peristiwa yang relevan, menyarankan apakah isu tersebut. Menurut Gamson dan Modigliani, kerangka ini lazimnya mengisyaratkan suatu perdebatan di antara mereka yang berbagi kerangka yang sama. Kerangka atau seperangkat simbol yang padat dalam kemasan berita ini adalah sejenis steno, yang dapat menunjukkan kemasan tersebut sebagai keseluruhan dengan metaphor yang tangkas, fase kunci, atau sarana simbolik lainnya.

Abrar menyebutkan, pada umumnya terdapat empat teknik mem-*framing* berita yang dipakai wartawan, yaitu : (1) *Cognitive dissonance* (ketidaksesuaian sikap dan perilaku): (2) Empati (membentuk “pribadi khalayak”): (3) *Packing* (daya tarik yang melahirkan ketidakberdayaan) (4) Asosiasi (menggabungkan kondisi, kebijakan, dan objek yang sedang aktual dengan focus berita). Sekurangnya, ada tiga bagian berita yang bisa menjadi objek *framing* seorang wartawan, yakni: judul berita, fokus berita, dan penutup berita.

Misalnya jika seorang wartawan ingin mem-*framing* berita tentang kekerasan terhadap perempuan maka judul berita di-*framing* dengan menggunakan teknik empati, yaitu menciptakan “pribadi khayal” dalam diri khalayak, sementara khalayak diangankan menempatkan diri mereka seperti korban kekerasan atau keluarga dari korban kekerasan, sehingga mereka bisa merasakan kepedihan yang luar biasa.

Kemudian, fokus berita di-*framing* dengan menggunakan teknik asosiasi, yaitu menggabungkan kebijakan aktual dengan fokus berita. Selanjutnya, penutupan berita dengan menggunakan teknik *packing*, yaitu menjadikan khalayak tidak berdaya untuk menolak ajakan yang dikandung berita. Apapun inti ajakan, khalayak

menerima sepenuhnya, sebab mereka tidak berdaya sama sekali untuk membantah kebenaran yang direkonstruksi berita.

2. Gemoy dan Artificial Intelligence

Gemoy merupakan sebuah sebutan seseorang yang terlihat lucu atau menggemaskan. Salah satunya sebutan gemoy mengaju pada calon presiden dari partai Gerindra yaitu Prabowo Subianto. Sebutan gemoy muncul dari seorang netizen sehingga viral di kalangan anak-anak muda. Dalam kampanye politik memanfaatkan citra politik yang baru, mengubah suasana yang menjadi lebih damai, asyik, lucu, dan tenang dalam kampanye politik.

Politik memiliki simbol-simbol dalam peran penting untuk memperkuat pesan dan nilai-nilai serta ideologi yang ingin disampaikan (Gunarso et al., 2024). Salah satu simbol bagian dari citra politik pada calon presiden Indonesia adalah "Gemoy". Dalam konteks politik Indonesia, gemoy sering kali disebutkan dari berbagai kalangan anak-anak muda yang merujuk pada panggung politik. Era teknologi telah merevolusi manusia modern, termasuk dalam ranah politik (Susilawaty et al., 2024). Platform digital telah menjadi panggung baru bagi para politisi dan aktor politik lainnya untuk menjangkau publik, membangun citra, dan menggalang dukungan (Sastrawati, 2015). Fenomena dalam kampanye politik muncul sebuah sebutan "Politik Gemoy" yang menghadirkan dinamika baru dalam lanskap politik masa kini.

Munculnya politik gemoy di Indonesia terjadi karena beberapa faktor sebuah tingginya tingkat penetrasi internet dan media sosial di Indonesia di dengan dominasi generasi muda yang menggunakan teknologi digital dan media sosial, menjadi target utama politisi dalam strategi komunikasi mereka, sehingga politisi

membangun citra yang lebih dekat dan personal dengan publik. Politik gemoy mengacu pada penggunaan gaya komunikasi yang menggemaskan, lucu, dan personal untuk menarik perhatian publik, terutama generasi muda. Politisi menggunakan emoji, meme, video lucu, dan konten visual lainnya untuk menyampaikan pesan politik mereka.

Artificial Intelligence atau lebih dikenal dengan kecerdasan buatan, yang mampu meniru kemampuan berpikir dan bertindak manusia. Kata “Artificial” sebuah kalimat yang dibuat oleh manusia, sedangkan “Intelligence” menggambarkan sebuah kecerdasan (Muttaqin, Muhammad Arafa, 2018). Tujuan utama pengembangan AI untuk membantu manusia dalam melakukan tugas yang sangat rumit dan mempercepat waktu dalam pekerjaan (Elwirehardja et al., 2022). Kecerdasan buatan secara sederhana dapat didefinisikan sebagai alat yang dirancang untuk membantu dengan arahan instruksi manusia sehingga pemikirannya dan penalaran sejalan (Santoso, 2021).

Kecerdasan buatan adalah sebuah ilmu komputer yang bertujuan mengembangkan kemampuannya agar dapat melakukan tugas sebagaimana yang dilakukan oleh manusia dengan kemampuan lebih baik (Sandra et al., 2023, p. 17). Artificial Intelligence menggunakan pengetahuan khusus untuk tugas manusia masuk ke dalam komputer, bertujuan untuk memecahkan masalah atau memberikan saran (Jaya et al., 2018).

Proses kerja teknologi kecerdasan buatan hampir menyerupai kemampuan manusia dalam memberikan atau memproses informasi, dari penyimpanan, pengelolaan, penerimaan, hingga informasi dalam berbagai bentuk tampilan (Rakhmat Kurniawan. R, S.T., 2020). Kecerdasan buatan diperkirakan akan mengubah hidup lebih cepat dari yang diperkirakan sebelumnya. Perangkat lunak

atau program komputer dengan mekanisme pembelajaran yang memungkinkan membuat keputusan sama halnya seperti yang dilakukan oleh manusia (Warwick, 2012). Kemampuan perangkat lunak yang berupa data menggunakan algoritma dan menggunakan apa yang dipelajari untuk membuat keputusan seperti manusia (Mubarak, 1991).

3. Media online

Media online sebuah informasi yang bisa memainkan peran dalam memberikan informasi benar dan baik kepada publik. Media online juga memperhatikan etika jurnalistik terutama pada terkait SARA (Nurhikmah, 2022). Media online dijelaskan bagaimana jaringan sosial, berperan dalam bentuk identitas dan koneksi sosial. Dalam sudut pandang kekuatan media online tidak hanya penyampaian informasi tetapi juga kemampuan menggabungkan individu dalam jaringan komunikasi agar lebih kompleks (Castells, 2005). Sebuah fenomena menyatakan bahwa ini menciptakan “masyarakat jaringan” memiliki dampak besar pada cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dalam era digital (Sugito et al., 2022). Jadi penelitian dapat menyimpulkan bahwa memberikan informasi melalui media online yang disebarluaskan secara terbuka di beberapa situs web, dapat dijangkau oleh semua audien.

Media online adalah media yang memiliki berbagai elemen. Terdapat konvergensi media di dalamnya, di mana beberapa media layanan dijadikan satu. Media online suatu alat untuk sarana komunikasi yang di mana saling bertukar informasi, berpendapat, berinteraksi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet sehingga kecepatan dalam memperoleh informasi selalu baru dan sangat efisien memberikan informasi kepada pembaca (Pamuji, 2019). Dapat disimpulkan bahwa media online merupakan alat untuk menyampaikan pesan dapat

tersampaikan, media online bisa mempengaruhi faktor lingkungan yang dapat mengatur perilaku masyarakat melalui proses belajar sosial (Abdillah, 2022). Media online memiliki bentuk media yang menggunakannya dan melakukan segala kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers (Pers, 2011). Media online yang merupakan generasi ketiga, sebelumnya generasi kedua yang melibatkan media elektronik seperti radio dan televisi, lalu generasi pertama yaitu media massa dari beberapa media cetak seperti surat kabar dan majalah. Jadi dapat disimpulkan bahwa media online merupakan sebuah alat media massa yang menjadi salah satu kekuatan utama dalam menyebarkan informasi dalam jaringan internet (Nuranna et al., 2018). oleh karena itu, media massa mengarah ke media online sebagai representasi dari generasi ketiga dalam evolusi media, jika bukan di jaringan internet maka bukan disebut media online.

Berita menurut Soewardi Idris (Fachruddin, 2017) memiliki kualitas dasar yang digolongkan di dalamnya yaitu “harus benar dan tepat (*accuracy*), berita harus menarik (*insteresrting*), harus tahu (*actual*), dan harus mengandung suatu penjelasan (*explanation*)”. Menurut *Tuner Cathledge* dari *New York Times* mengatakan “berita ialah segala yang tidak Anda ketahui pada hari kemarin”. Menurut *Mitchel v Chantley* menjelaskan bahwa “berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang dimili daya tarik atau hal penting atau keduanya bagi masyarakat luas”. Jadi dapat di simpulkan bahwa berita merupakan informasi baru yang terdapat fakta dan opini di dalamnya dapat membuat khalayak tertarik dengan informasi tersebut.

Nilai berita memiliki istilah yang tidak mudah didefinisikan, maka segala sesuatu yang meliputinya tidak mudah dikonsepsikan. Dalam kriteria umum nilai

berita mempunyai acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, maka para reporter dan editor dapat memutuskan sebuah fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik (Suryawati, 2014). Bisa disimpulkan bahwa nilai berita merupakan sebuah fakta yang layak diberikan atau tidak sehingga tidak semua informasi dapat dijadikan berita.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata lisan dari orang-orang atau perilaku serta benda yang diamati.

Dengan pendekatan deskriptif kualitatif ini, nantinya peneliti akan menghasilkan data deskriptif berupa bahasa atau teks-teks tertulis dari subjek yang di amati. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti secara objektif dan tujuan dari metode penelitian deskriptif membuat deskriptif secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta dan sifat yang berhubungan dengan fenomena.

Deskriptif analisis dalam penelitian ini artinya bermaksud menggambarkan bagaimana pemberitaan gemoy dan Artificial Intelligence pada kampanye politik Prabowo-Gibran dengan menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Konsep ini banyak digunakan dalam literatur berita, digunakan untuk menggambarkan proses pemilihan media dan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari sebuah isi pesan berita.

Media pada dasarnya adalah konservasi tentang suatu masalah yang melibatkan dan mempertemukan tiga pihak, yakni wartawan, sumber berita dan khalayak. Sepertinya dikatakan Zhongdang Pan, ketika pihak itu mendasarkan keterlibatannya

pada peran sosial masing-masing, dan hubungan di antara ketiga pihak tadi terbentuk melalui operasionalisasi wacana yang dikonstruksikan dan ditransmisikan (Eriyanto, 2002, p. 256).

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sumber dari penelitian ini sekaligus subjek dalam penelitian ini adalah situs *website* Detik.com dan Suara.com.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berbagai item berita yang memuat pemberitaan gemoy dan Artificial Intelligence pada kampanye politik Prabowo-Gibran yang membuat padangan lebih menarik dan sederhana pengeditan yang memakan waktu memungkinkan pengguna untuk mengedit dan memanipulasi gambar dengan mudah, sehingga mempercepat proses desain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diyakini sebagai cara langkah awal yang paling penting untuk mendapatkan data yang ditempuh penelitian sehingga memerlukan berbagai sumber data terkait dengan pemberitaan. Tujuan utamanya pengumpulan data dan teknik pengumpulan data agar memperoleh informasi yang relevan, sehingga hasil dan kesimpulan penelitian tidak akan diragukan kebenarannya.

a. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya dari seseorang. Studi dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak

hal dokumen sebagai sumber data merupakan pelengkapan dari penggunaan dapat dimanfaatkan untuk menguji. Dalam penggunaan dokumentasi mengacu pada sebuah berita munculnya pemberitaan gemoy dan Artificial Intelligence pada kampanye politik Prabowo-Gibran, maka sumber data yang di ambil dari situs media Detik.com dan Suara.com.

b. Observasi

Observasi adalah peneliti melakukan pengamatan untuk mendapatkan sebuah data yang pasti. Pada penelitian ini peneliti melakukan pengamatan serta menguji keabsahan berita yang dimuat pada situ media Detik.com dan Suara.com. Peneliti selalu memastikan apakah berita yang dimuat masih sama dan bisa di akses di portal media atau tidak dan memastikan tidak ada perubahan atau penyunting dalam keseluruhan berita yang diambil menjadi data.

4. Teknik Analisis data

Teknik analisis yang penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah model analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif ini, nantinya peneliti akan menghasilkan data deskriptif berupa bahasa atau teks-teks tertulis dari subjek yang di amati. Analisis framing ini digunakan untuk membedah ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Framing digunakan juga untuk mengetahui bagaimana perspektif dan cara pandang yang digunakan wartawan ketika melihat isu. Cara pandang dan perspektif itulah yang akan menentukan bagian fakta mana yang akan ditonjolkan dan fakta mana yang akan dikaburkan, serta arah dan tujuan berita tersebut (Eriyanto, 2002, p. 27).

Model yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model ini paling populer dan banyak dipakai, sehingga dapat menganalisis pemberitaan gemoy dan Artificial Intelligence pada kampanye politik Prabowo-Gibran yang disajikan oleh website Detik.com dan Suara.com dalam penelitian ini. Model ini memiliki struktur dan unit analisis yang relatif lengkap sehingga memberikan kemungkinan penelitian melakukan analisis secara lebih detail. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah sebuah ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber berita, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Perangkat secara struktural dapat dilihat dari pemilihan kata atau simbol yang dibentuk melalui aturan atau konvensi tertentu.

Tabel 1. 1 Skema Framing Pan dan Kosicki

No.	Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
1.	SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	<i>Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.</i>
2.	SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	<i>5W + 1H</i>
3.	TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
4.	RESTORIKA Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafis.

Sumber: Pan dan Kosicki dalam (Eriyanto, 2002: 295)

Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki memiliki asumsi bahwa setiap frame memiliki cerita yang penting dan layak diketahui (Eriyanto, 2002, p. 291). Dalam model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, framing memiliki 4 dimensi struktural framing yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Setiap perangkat memiliki perbedaan-perbedaan dalam media yang diamati. Pada perangkat sintaksis, perangkat ini mengamati opini serta pernyataan dari peristiwa yang ada dan dijadikan susunan berita.

- a) *Struktur Sintaksis*. Melihat dari bagian dari sebuah berita ataupun cerita dan sintaksis, merupakan susunan kata atau frase dalam kalimat yang tersusun dalam *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber dan penutup.
- b) *Struktur Skrip*. Mengamati cerita yang dipakai dalam membuat dan mengemas suatu peristiwa. Skrip merupakan laporan berita yang disusun dalam bentuk cerita, pola yang digunakan pada perangkat skrip pada umumnya berupa 5W+1H (What, Who, When, Where, Why, How).
- c) *Struktur Tematik*. Menurut Pan dan Kosicki, berita merupakan sebuah pengujian hipotesis: semua perangkat (peristiwa yang diliput, sumber yang diikuti, dan pernyataan yang diungkapkan) untuk membuat dukungan yang logis bagi hipotesis yang dibuat. Tematik merupakan pandangan dalam mengungkapkan suatu peristiwa menjadi sebuah kalimat yang nantinya akan dibentuk menjadi teks keseluruhan seperti sebuah paragraf.
- d) *Struktur Retorik*. Struktur ini merupakan penekanan terhadap gambar atau grafik yang mempunyai arti dari sebuah peristiwa tertentu, yang kemudian dipakai untuk penekanan arti tertentu. Retorik merupakan pemilihan suatu kata atau gaya untuk menekankan sebuah arti yang ingin ditonjolkan.

Framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, dan sebagainya. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak (Eriyanto, 2002, p. 187).

G. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Menjelaskan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah. Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori, dan Metode Penelitian.

BAB II : Gambaran Umum

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum suatu media yang diteliti.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan penelitian.

BAB IV : Kesimpulan

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran oleh peneliti.