

## ANALISIS FRAMING KONTEN TAGAR #TOLAKBASABASIPOLITIK DI AKUN INSTAGRAM @REMOTIVI.OR.ID

Yandi Novia<sup>1</sup>, Hakim Syah<sup>2</sup>, Heri Setiawan<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Palangka Raya, Indonesia

Email: [yandi.novia43@gmail.com](mailto:yandi.novia43@gmail.com)



DOI: <https://doi.org/10.34125/jkps.v10i2.562>

### Sections Info

#### Article history:

Submitted: 12 May 2025  
Final Revised: 21 May 2025  
Accepted: 10 June 2025  
Published: 17 June 2025

#### Keywords:

#TolakBasaBasiPolitik  
Online Political Activism  
Remotivi.or.id



### ABSTRACT

The presence of social media has implications for political communication in Indonesia. One of the implications is the rise of online political activism, as shown by the hashtag #TolakBasaBasiPolitik by Remotivi on Instagram. Therefore, this article aims to analyze content construction with the hashtag #TolakBasaBasiPolitik using Robert N. Entman's framing model analysis framework. The data in this study is content using the hashtag #TolakBasaBasiPolitik uploaded to the Instagram account @remotivi.or.id (<https://www.instagram.com/remotivi.or.id>) between January and February 2024. Four aspects were analyzed in this content: define the problem, diagnose causes, moral judgment, and treatment recommendation. Data collection was conducted through observational documentation. The study found that content with the hashtag #TolakBasaBasiPolitik by Remotivi on Instagram represents a consistently critical stance toward superficial political journalism practices in Indonesia. In other words, content with this hashtag criticizes mainstream media for prioritizing sensational, personal, and visual narratives rather than substantive and educational narratives related to ideas and policies. In this context, crucial issues in democracy are overshadowed by cosmetically oriented political aspects such as debate style, the sensationalization of candidates, or electoral drama.

### ABSTRAK

Kehadiran media sosial berimplikasi terhadap komunikasi politik Indonesia. Diantara implikasi tersebut adalah meningkatnya aktivisme politik online seperti yang ditunjukkan melalui tagar #TolakBasaBasiPolitik oleh Remotivi di Instagram. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi konten-konten dengan tagar #TolakBasaBasiPolitik dengan menggunakan kerangka analisis framing model Robert N. Entman. Data dalam studi ini adalah konten yang menggunakan tagar #TolakBasaBasiPolitik yang diunggah pada akun instagram @remotivi.or.id (<https://www.instagram.com/remotivi.or.id>) pada rentang Januari hingga Februari 2024. Ada empat aspek yang dianalisis terhadap konten-konten tersebut yaitu pendefinisian masalah (define problem), diagnosa penyebab masalah (diagnose causes), pilihan moral (moral judgement), penyelesaian masalah (treatment recommendation). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dalam dokumentasi. Studi ini menemukan bahwa konten-konten dengan tagar #TolakBasaBasiPolitik oleh Remotivi di Instagram merepresentasikan pola kritik yang konsisten terhadap praktik pemberitaan politik yang dangkal di Indonesia. Dengan kata lain konten dengan tagar tersebut mengkritik media arus utama cenderung menampilkan narasi yang sensasional, personal, dan visual dibandingkan dengan narasi terkait gagasan dan kebijakan yang substantif dan edukatif. Dalam konteks ini isu-isu penting dalam demokrasi dikalahkan oleh aspek-aspek kosmetik politik seperti gaya debat, selebritisasi kandidat, atau drama elektabilitas.

**Kata kunci:** #TolakBasaBasiPolitik, Aktivisme Politik Online, Remotivi.or.id

## PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial memberikan warna yang baru dalam komunikasi politik di Indonesia. Kehadiran media sosial tersebut menyebabkan percakapan politik di media tidak lagi didominasi oleh politisi, tetapi juga oleh masyarakat dan aktivis politik (Nurhidayat & Garis, 2023). Jika sebelumnya percakapan dan wacana politik di media konvensional seperti televisi, radio, dan koran lebih banyak bersumber dari politisi, namun dengan keberadaan media sosial semua orang dapat menyuarakan pandangan politiknya yang kemudian membentuk opini dan wacana politik publik (Indrawan dkk., 2020). Dalam konteks ini, diantara implikasi media sosial dalam politik Indonesia adalah meningkatnya aktivisme politik online melalui tagar #TolakBasaBasiPolitik di Instagram.

Tagar #TolakBasaBasiPolitik adalah aktivisme online yang digagas oleh Remotivi dalam mendorong percakapan pemilu yang berkualitas. Gerakan ini dilatarbelakangi oleh fenomena di mana media cenderung lebih banyak memberitakan informasi yang tidak substansial dan remeh terkait kandidat presiden dan wakil presiden. Remotivi (2024) memandang pemberitaan tersebut sebagai berita basa basi politik yang hanya menonjolkan pencitraan politik ketimbang diskusi kritis terkait gagasan dan visi yang ditawarkan kandidat. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tagar #TolakBasaBasiPolitik adalah bentuk resistensi terhadap praktik politik pencitraan. Gerakan ini melibatkan 100 anak muda dari 9 kota di Indonesia untuk memantau pemberitaan pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024 (Remotivi, 2024).

Tagar #TolakBasaBasiPolitik sebagai aktivisme online menarik untuk dianalisis mendalam terkait bagaimana Remotivi membingkai isu tersebut dalam postingannya di Instagram. Kajian terkait framing konten-konten politik di media sosial pada dasarnya sudah dilakukan dengan berbagai perspektif kajian. Aditiya (2024) mengkaji framing pasca-debat calon presiden melalui akun @ganjar\_pranowo menggunakan model Entman. Kajiannya menemukan strategi branding politik dengan membingkai Ganjar sebagai kandidat populis. Ilhamsyah (2024) dalam studinya menganalisis konstruksi konten terkait darurat demokrasi di akun Narasi.TV menggunakan model analisis Gamson-Modigliani. Kajiannya menemukan bahwa narasi krisis dipresentasikan secara sistemik terkait demokrasi Indonesia pada konten Narasi.TV. Sulistyaningsih dkk (2024) dalam studinya membandingkan framing konflik Gaza-Palestina antara akun Instagram Detikcom dan Metrotv. Kajiannya menemukan perbedaan penekanan agresi militer dan penderitaan sipil. Harahap dan Harahap (2025) menganalisis pemberitaan Pemilu Presiden 2024 oleh Detik.com dengan model analisis framing Robert N. Entman. Kajiannya menyimpulkan bahwa berita detik.com pada Februari mengenai pemilihan presiden 2024 lebih menyoroti pernyataan dari masing-masing calon dan tim kampanye, serta memberikan penilaian moral positif dan sentimen terhadap kandidat dalam beberapa aspek. Muryanti (2024) dalam kajiannya menganalisis konstruksi komentar dari follower Kompas.com dan Kumparan.com terhadap postingan-postingan tentang Gibran Rakabuming Raka saat debat-debat presiden/wakil presiden yang berlangsung. Kajiannya menggunakan model analisis framing Robert N. Entman dan menemukan bahwa konstruksi komentar follower dua media tersebut cenderung menyoroti permasalahan etika dan pelanggaran konstitusional Gibran dalam pencalonannya sebagai wakil Presiden. Ladopurap dkk (2025) meneliti framing isu kampanye Pramono Anung dalam pemilu Gubernur Jakarta tahun 2024. Kajiannya menemukan dominasi personalisasi, edukasi, dan mobilisasi dalam content framing politis.

Berbagai studi sebelumnya tersebut terbatas pada analisis figur, narasi global, atau pemberitaan berbasis media berita daring terkait isu politik lokal dan global. Dengan kata lain, studi spesifik yang melakukan analisis framing terhadap konten-konten dengan tagar

#TolakBasaBasiPolitik masih belum pernah dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu artikel ini dapat mengisi kekosongan kajian tersebut sehingga tidak hanya memperkaya literatur terkait framing politik digital, tetapi juga menghadirkan model analisis komprehensif bagi pemahaman narasi tagar politik di media sosial.

Artikel ini berkontribusi dalam memperkaya kajian terkait politik dan media baru. Artikel ini juga relevan terhadap pendidikan literasi media dan resistensi terhadap politik simbolik yang dangkal. Secara spesifik artikel ini dapat berkontribusi bagi evaluasi media mainstream dalam melakukan pemberitaan politik di Indonesia. Selain itu, artikel ini juga dapat berkontribusi bagi pemerintah, NGO, dan pihak pengambil kebijakan terkait media dalam merancang kebijakan terkait pemberitaan dan konten politik di media.

## METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis framing. Analisis framing adalah suatu metode kajian media yang ditujukan untuk menganalisis proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dalam pemberitaan media (Muzakkir, 2018). Analisis framing yang digunakan adalah model Robert N. Entman. Ada empat elemen yang dianalisis menggunakan model analisis framing Entman yaitu pendefinisian masalah (*define problem*), diagnosa penyebab masalah (*diagnose causes*), pilihan moral (*moral judgement*), penyelesaian masalah (*treatment recommendation*) (Butsi, 2019). Sumber data dalam penelitian ini adalah akun instagram Remotivi (<https://www.instagram.com/remotivi.or.id/>). Data dikumpulkan dengan observasi dalam dokumentasi. Data dalam penelitian ini adalah postingan pada akun tersebut yang memuat tagar #TolakBasaBasiPolitik. Secara spesifik, postingan yang menjadi data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Konten dengan tagar #TolakBasaBasiPolitik**

No	Judul Konten	Link unggahan	Tanggal unggahan
1	Bagaimana Media Mendukung Partisipasi Politik yang Bermakna?	<a href="https://www.instagram.com/p/C1t9SvFS9IQ/">https://www.instagram.com/p/C1t9SvFS9IQ/</a>	5 Januari 2024
2	Berita atau infotainment? POLITAIMENT!	<a href="https://www.instagram.com/p/C11aHHry4FJ/">https://www.instagram.com/p/C11aHHry4FJ/</a>	8 Januari 2024
3	Bahaya BINGKAI PERMAINAN dalam peliputan politik.	<a href="https://www.instagram.com/p/C13xUG0y8R1/">https://www.instagram.com/p/C13xUG0y8R1/</a>	9 Januari 2024
4	TOLAK BASA BASI POLITIK	<a href="https://www.instagram.com/p/C2MZthQS4OU/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C2MZthQS4OU/?img_index=1</a>	17 Januari 2024
5	JANGAN KEGOCEK Tolak Basa Basi POLITIK ELIT	<a href="https://www.instagram.com/p/C2eyMpFSt8v/">https://www.instagram.com/p/C2eyMpFSt8v/</a>	24 Januari 2024
6	Understanding Why We Are Getting Bombarded by Unimportant Yet Stupid Over Fabricated Political News	<a href="https://www.instagram.com/p/C22Lk33SMZv/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C22Lk33SMZv/?img_index=1</a>	2 Februari 2024
7	Capres mana yang pro kebebasan sipil?	<a href="https://www.instagram.com/p/C3C3YJFSfpQ/">https://www.instagram.com/p/C3C3YJFSfpQ/</a>	7 Februari 2024

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tagar #TolakBasaBasiPolitik hadir dalam tujuh unggahan akun Instagram @remotivi.or.id yang terdiri dari lima video dan dua flyer. Konten-konten ini dipublikasikan sepanjang Januari hingga Februari 2024, menjelang pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia. Dalam setiap unggahan, kritik terhadap media yang memberitakan politik secara dangkal menjadi sorotan utama. Narasi disampaikan melalui kombinasi visual, caption, dan suara narator yang mengangkat istilah seperti politainment, personalisasi kandidat, hingga dramatisasi konflik politik. Ketujuh konten tersebut yang menjadi objek analisis framing dalam studi ini.

Pembahasan ini mengurai bagaimana konstruksi konten tagar #TolakBasaBasiPolitik dalam akun Instagram @remotivi.or.id dengan menggunakan model analisis framing dari Robert N. Entman. Model ini memuat empat elemen utama, yakni: mendefinisikan masalah (*define problems*), menentukan penyebab masalah (*diagnose causes*), membuat penilaian moral (*make moral judgment*), dan menyarankan penyelesaian (*treatment recommendation*). Untuk mempermudah memahami kerangka konstruksi setiap konten tersebut, penyajiannya dibuat dalam bentuk tabel.

1. Konten dengan judul “Bagaimana Media Mendukung Partisipasi Politik yang Bermakna?” pada 5 Januari 2024.

Tabel 2. Konstruksi konten 5 Januari 2024

Define Problems	Media massa membingkai Pemilu 2024 secara dangkal dan tidak substansial. Publik disugahi informasi yang lebih bersifat sensasional daripada edukatif.
Diagnose Causes	Kecenderungan media mengutamakan logika rating, kejar klik ( <i>clickbait</i> ), dan model jurnalisme hiburan menjadi penyebab utama. Media gagal menjalankan fungsi edukatif dalam demokrasi.
Make Moral Judgment	Praktik ini dianggap mencederai kualitas demokrasi karena mengalihkan fokus publik dari esensi pemilu sebagai arena pertarungan gagasan menuju pemilu sebagai ajang hiburan semata. Remotivi mengkritik keras posisi media yang tidak netral dan kurang bertanggung jawab dalam memberikan informasi kepada masyarakat.
Treatment Recommendation	Mendorong partisipasi publik khususnya anak muda untuk kritis terhadap isi pemberitaan. Tagar #TolakBasaBasiPolitik menjadi ajakan kolektif untuk mendesak media memperbaiki standar pemberitaan dan kembali pada jurnalisme yang memihak kepentingan publik. Kampanye ini juga menjadi bahan pembelajaran bagi sesama pemilih agar lebih selektif terhadap informasi politik.

2. Konten dengan judul “Berita atau infotainment?. POLITAIMENT!”, pada 8 Januari 2024

Tabel 3. Konstruksi konten 8 Januari 2024

Define Problems	Media dan ruang digital dipenuhi oleh berita-berita kampanye yang tidak substansial dan membosankan, menyebabkan kejenuhan informasi di kalangan publik.
Diagnose Causes	Kebiasaan media dalam membingkai politik secara dangkal, menyoroti aktivitas kampanye tanpa kedalaman, serta pengaruh besar dinamika konten medsos yang hanya

Make Moral Judgment	mengejar popularitas semu. Kejenuhan ini menunjukkan bahwa media tidak menjalankan tanggung jawabnya sebagai penggerak literasi politik yang sehat. Dampaknya adalah ketidakpedulian dan skeptisisme terhadap politik, terutama di kalangan anak muda.
Treatment Recommendation	Membangun kesadaran untuk menolak konsumsi berita yang remeh. Kampanye Remotivi mendorong publik untuk mengenali dan memilah informasi yang bermakna agar bisa lebih aktif dan rasional dalam menyikapi Pemilu 2024.

3. Konten dengan judul “Bahaya BINGKAI PERMAINAN dalam peliputan politik”, pada 9 Januari 2024

Tabel 4. Konstruksi konten 9 Januari 2024

Define Problems	Sentimen emosional dan narasi personal digunakan secara dominan dalam pemberitaan politik, menggantikan diskusi berbasis gagasan dan visi kebijakan kandidat.
Diagnose Causes	Media lebih memilih mengangkat testimoni selebritas dan narasi dramatis, termasuk tokoh yang tidak memiliki relevansi langsung dengan kebijakan publik, karena dianggap lebih menarik secara emosional dan viral secara digital.
Make Moral Judgment	Praktik ini dinilai memperburuk kualitas demokrasi karena mengaburkan aspek rasional dalam memilih. Pemilih dibentuk melalui sentimen dan sensasi, bukan pertimbangan kritis terhadap kualitas kandidat dan program kerja.
Treatment Recommendation	Diperlukan intervensi literasi media untuk mengembalikan fokus perbincangan publik pada substansi dan urgensi kebijakan. Kampanye ini mengajak pemilih muda untuk menyadari bahaya dominasi narasi emosional dan mendorong media agar kembali pada tanggung jawab informatif.

4. Konten dengan judul “TOLAK BASA BASI POLITIK”, pada 17 Januari 2024

Tabel 5. Konstruksi konten 17 Januari 2024

Define Problems	Banyak berita politik menjelang pemilu yang tidak memuat substansi penting seperti visi, rekam jejak, atau program kerja kandidat, tetapi hanya memuat isu-isu dangkal seperti keluarga kandidat atau kegiatan ringan sehari-hari.
Diagnose Causes	Media cenderung mengikuti tren dan menjadikan aspek personal sebagai bahan berita utama, mengesampingkan kebutuhan informasi mendalam yang penting bagi pemilih. Hal ini juga dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran media akan pentingnya pendidikan politik.
Make Moral Judgment	Pola pemberitaan seperti ini merendahkan nilai demokrasi karena menurunkan kualitas pemilu menjadi sekadar tontonan dan bukan proses rasional dalam memilih pemimpin.
Treatment	Perlu adanya tekanan publik kepada media untuk

Recommendation	menghadirkan konten yang relevan dan berorientasi pada kepentingan pemilih. Remotivi mendorong publik agar lebih aktif menyuarakan kritik dan membentuk budaya informasi yang sehat melalui gerakan seperti #TolakBasaBasiPolitik.
----------------	--

5. Konten dengan judul “JANGAN KEGOCEK. Tolak Basa Basi POLITIK ELIT”, pada 24 Januari 2024

Tabel 6. Konstruksi konten 24 Januari 2024

Define Problems	Pemberitaan pemilu lebih banyak berfokus pada isu-isu seperti drama politik, polling elektabilitas, hingga personalisasi kandidat, ketimbang pada substansi visi-misi dan kebijakan publik.
Diagnose Causes	Media mengikuti logika 'game frame' dan infotainment yang berorientasi pada konflik, personalisasi, dan spektakel, bukan pada pemahaman yang mendalam atas isu kebijakan.
Make Moral Judgment	Hal ini memperlihatkan bagaimana media gagal memenuhi peran edukatifnya dalam demokrasi, dan justru memperkuat polarisasi serta apatisme politik masyarakat.
Treatment Recommendation	Diperlukan tekanan kolektif dan edukasi publik agar media mulai menyusun ulang narasi politik berdasarkan data, argumentasi, dan kepentingan masyarakat luas, bukan sekadar headline yang viral. Remotivi berperan penting sebagai pihak yang menyuarakan keresahan ini secara terbuka dan kreatif.

6. Konten dengan judul “Understanding Why We Are Getting Bombarded by Unimportant Yet Stupid Over Fabricated Political News”, pada 2 Februari 2024

Tabel 7. Konstruksi konten 2 Februari 2024

Define Problems	Media mengabaikan aspek-aspek kritis seperti dampak kebijakan, rekam jejak, dan komitmen kandidat terhadap isu publik, dan lebih memilih menyajikan berita soal polling, sindiran antar kubu, dan gaya kampanye kandidat.
Diagnose Causes	Ketergantungan media pada berita yang mudah dikonsumsi dan cepat viral, serta pengaruh algoritma media sosial yang memperkuat konten ringan dan sensasional, menyebabkan kualitas pemberitaan menurun.
Make Moral Judgment	Praktik media ini tidak hanya menyesatkan, tapi juga memperkuat polarisasi politik dan melemahkan daya kritis masyarakat terhadap isu penting yang semestinya diperjuangkan dalam pemilu.
Treatment Recommendation	Masyarakat perlu mendorong media untuk menampilkan informasi yang berbobot dan mendorong percakapan politik yang sehat. Remotivi melalui kampanye ini berupaya meningkatkan literasi media agar pemilih dapat membedakan informasi substansial dan tidak substansial.

7. Konten dengan judul “Capres mana yang pro kebebasan sipil?”, pada 7 Februari 2024

Tabel 8. Konstruksi konten 2 Februari 2024

Define Problems	Banyak media lebih fokus pada gimmick visual debat seperti gaya tubuh, ekspresi wajah, atau bahkan warna pakaian kandidat, ketimbang membahas substansi debat seperti argumen, data, dan solusi kebijakan.
Diagnose Causes	Media lebih mementingkan daya tarik visual dan potensi viral konten daripada menyampaikan isu-isu mendalam yang dibutuhkan pemilih. Tekanan industri media digital untuk cepat dan heboh memperparah hal ini.
Make Moral Judgment	Praktik ini dinilai menyederhanakan proses demokrasi menjadi tontonan kosong, menjauhkan publik dari substansi gagasan, dan merendahkan makna debat sebagai forum adu ide kebijakan.
Treatment Recommendation	Media seharusnya menata ulang prioritas pemberitaan dengan menjadikan substansi debat dan gagasan kebijakan sebagai fokus utama. Kampanye Remotivi menyadarkan publik untuk tidak terjebak pada permukaan visual dan mulai menuntut media menyajikan diskusi politik yang bermakna.

Dalam konstruksi isi konten kampanye #TolakBasaBasiPolitik oleh Remotivi, menggunakan model analisis framing Robert N. Entman, ditemukan bahwa ketujuh konten tersebut secara konsisten membingkai persoalan yang serupa yaitu dangkalnya pemberitaan media mengenai Pemilu 2024. Melalui komponen *define problems*, konten-konten ini mengidentifikasi bahwa media lebih menonjolkan aspek sensasional, personalisasi kandidat, polling elektabilitas, dan visualisasi dangkal ketimbang gagasan kebijakan, visi, atau rekam jejak yang seharusnya menjadi fokus utama dalam demokrasi. Pendekatan ini memperlihatkan adanya degradasi fungsi media sebagai pilar demokrasi yang seharusnya berperan sebagai penyedia informasi politik yang mendalam dan edukatif.

Pada aspek *diagnose causes*, konten-konten Remotivi menunjukkan bahwa akar masalah berasal dari logika industri media yang mengedepankan klik, rating, dan viralitas. Ini disebabkan oleh pengaruh algoritma media sosial serta orientasi infotainment yang menggeser nilai jurnalistik ke arah hiburan. Penyebab ini juga berakar dari struktur industri media digital yang kompetitif dan terkadang abai terhadap tanggung jawab sosial. Dalam konteks framing Entman, diagnosis ini memperkuat konstruksi bahwa media telah terseret ke dalam pusaran pasar dan mengabaikan nilai-nilai ideal komunikasi politik yang deliberatif.

Pada elemen *make moral judgment*, seluruh konten menyuarakan kritik etis yang tegas terhadap praktik media tersebut. Kampanye Remotivi menganggap bahwa pemberitaan politik yang tidak substansial telah mencederai kualitas demokrasi, memperparah polarisasi, dan memperlemah literasi politik publik, terutama di kalangan anak muda. Ini sejalan dengan literatur komunikasi politik seperti yang disampaikan oleh McNair (2017), bahwa komersialisasi media berisiko mereduksi ruang publik menjadi arena simbolik yang tidak produktif secara politis. Penilaian moral ini ditekankan dengan bahasa yang mengajak, tidak netral, dan reflektif terhadap situasi aktual demokrasi Indonesia.

Berangkat dari konstruksi dengan model Robert N. Entman, kajian ini menemukan bahwa konstruksi utama dari konten dengan tagar #TolakBasaBasiPolitik adalah kritik terhadap fenomena depolitisasi substansi dalam pemberitaan politik di media. Konten-konten tersebut secara konsisten, membangun narasi yang mempersoalkan bagaimana isu-isu penting dalam demokrasi dikalahkan oleh aspek-aspek kosmetik politik seperti gaya

debat, selebritisasi kandidat, atau drama elektabilitas. Tren ini selaras dengan temuan penelitian terdahulu seperti studi Tapsell (2015) tentang infotainment politik di media Indonesia dan bagaimana logika jurnalisme komersial mempersempit ruang deliberatif. Fenomena ini juga diperkuat oleh riset dari Nugroho dkk (2013) yang mengkritik lemahnya keberpihakan media pada kepentingan publik dalam kontestasi elektoral.

Dalam konteks dinamika politik Indonesia, kampanye ini sangat relevan sebagai respons terhadap tren personalisasi politik dan populisme media. Di tengah meningkatnya dominasi platform digital dalam membentuk opini publik, kampanye #TolakBasaBasiPolitik mengusung pendekatan kontra-hegemonik yang berupaya mengembalikan esensi pemilu sebagai pertarungan gagasan, bukan tontonan visual. Ini juga sejalan dengan pendekatan *public journalism* yang mengedepankan fungsi media sebagai forum wacana publik. Dalam konteks ini, studi Tomsa & Setijadi (2018) memperlihatkan bahwa media sosial di Indonesia cenderung memfasilitasi praktik politik populis yang menyederhanakan isu, memperkuat identitas emosional, dan mengaburkan rasionalitas politik. Dalam lanskap inilah, kampanye Remotivi hadir sebagai suara perlawanan simbolik sekaligus ajakan kolektif untuk literasi politik yang kritis dan reflektif.

## KESIMPULAN

Studi ini menemukan bahwa konten-konten dengan tagar #TolakBasaBasiPolitik yang dikonstruksi oleh Remotivi di Instagram merepresentasikan pola kritik yang konsisten terhadap praktik pemberitaan politik yang dangkal di Indonesia. Dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Entman, studi ini juga menemukan bahwa konten dengan tagar tersebut mengkritik media arus utama cenderung menampilkan narasi yang sensasional, personal, dan visual dibandingkan dengan narasi terkait gagasan dan kebijakan yang substantif dan edukatif. Temuan ini menunjukkan adanya pergeseran orientasi media dari fungsi deliberatif menuju logika pasar yang mengedepankan popularitas dan klik. Selain itu, konten-konten dengan tagar #TolakBasaBasiPolitik memperlihatkan potensi media alternatif dalam membentuk wacana tandingan dan mengedukasi publik melalui konstruksi pesan yang reflektif dan berbasis gagasan. Dalam konteks ini, framing Remotivi bukan hanya bentuk kritik terhadap jurnalisme dangkal, tetapi juga sebuah ajakan kolektif untuk membangun kesadaran politik yang lebih cerdas dan kritis melalui ruang digital. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten dengan tagar #TolakBasaBasiPolitik di akun instagram Remotivi merupakan bentuk perlawanan simbolik terhadap industrialisasi informasi politik yang mulai kehilangan substansi.

Studi ini terbatas hanya pada konten-konten di akun Instagram Remotivi, sehingga belum bisa dijadikan untuk menggeneralisasi wacana politik di media baru secara holistik. Oleh karena itu, untuk studi selanjutnya direkomendasikan melakukan perluasan lokus kajian terhadap media alternatif lainnya dan akun Instagram yang lebih banyak. Selain itu studi ini masih terbatas hanya menggunakan metode analisis framing. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi dari konten-konten dengan tagar tersebut.

## REFERENSI

- Aditiya, R. (2024). *Analisis Framing Akun Instagram @GANJAR\_PRANOWO Pasca Debat Calon Presiden 2024* [Skripsi, Universitas Semarang]. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-G31A-1158.html>
- Butsi, F. I. (2019). Mengenal Analisis Framing: Sejarah dan Metodologi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.62144/jikq.v1i2.14>

- Harahap, T. A., & Harahap, A. (2025). Analisis Framing Pemberitaan Pemilu Presiden 2024 di Media Online Detik.com Periode Bulan Februari. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.36526/santhet.v9i1.5023>
- Ilhamsyah, M. (2024). Analisis Framing Peringatan Darurat pada Akun Instagram Narasi.TV. *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.63230/almuttaqin.v5i2.210>
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Ladopurap, N. S., Kusumojati, K. P., & Irwansyah, I. (2025). Social Media and Issue Framing: How Pramono Anung Utilized Instagram as a Political Campaign Tool in The 2024 Jakarta Elections? *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 6(1), 97–118. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2025.6.1.4252>
- McNair, B. (2017). *An Introduction to Political Communication* (6 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315750293>
- Muryanti. (2024). Framing Analysis of Gibran’s Posts During Presidential/Vice-Presidential Debate on the Instagram Accounts of kompas.com and kumparan.com. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.33369/jsn.10.2.275-295>
- Muzakkir. (2018). Analisis Framing dalam Pemberitaan Media. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.35308/source.v3i2.649>
- Nugroho, Y., Siregar, M. F., & Laksmi, S. (2013). *Mapping media policy in Indonesia*. Centre for Innovation Policy and Governance. <https://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-1-Media-Policy-2012.pdf>
- Nurhidayat, I., & Garis, R. R. (2023). Trend Komunikasi Politik di Media Sosial. *Jurnal Lanskap Politik*, 1(2), 1–24. <https://doi.org/10.31942/jlp.2023.1.2.8373>
- Remotivi. (2024). *Remotivi – Tolak Basa Basi Politik*. Remotivi. <https://www.remotivi.or.id/aktivitas/proyek/lampau-24>
- Sulistyaningsih, A. A., Muslan, & Asmurti. (2024). Analisis Framing Konten Pemberitaan Konflik Palestina (Gaza) Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(2), 179–183.
- Tapsell, R. (2015). Indonesia’s media oligarchy and the “jokowi phenomenon.” *Indonesia*, 99, 29–50. <https://doi.org/10.5728/indonesia.99.0029>
- Tomsa, D., & Setijadi, C. (2018). New Forms of Political Activism in Indonesia: Redefining the Nexus between Electoral and Movement Politics. *Asian Survey*, 58(3), 557–581. <https://doi.org/10.1525/as.2018.58.3.557>

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Kepemimpinan & Pengurusan Sekolah

This article is licensed under:

