

## **Representasi Politik melalui Meddia Sosial: Analisis *Framing* Legislator terhadap Isu Publik**

**Nani Ramadani<sup>1\*</sup>, Fany Setareta Pratiwi<sup>2</sup>, Khotif Syafi'i<sup>3</sup>, Diyah Nursafitri<sup>4</sup>**

Political Science Program, Faculty of Law, University of Jambi, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

\*Email Korespodensi: [naniramadani414@gmail.com](mailto:naniramadani414@gmail.com)

Diterima: 07-12-2025 | Disetujui: 17-12-2025 | Diterbitkan: 19-12-2025

### **ABSTRACT**

*This study examines how legislators construct political representation through social media by employing framing strategies to shape public understanding of contemporary public policy issues. The main problem addressed in this research is the transformation of political communication patterns in the digital era, where social media has evolved into an arena for constituent representation and a tool for influencing public opinion. This study aims to identify how legislators frame public issues, the narrative patterns they use, and how these frames contribute to strengthening their political positions. Using a qualitative approach with content analysis, this research analyzes legislators' social media posts and interprets them through framing theory and political representation theory. The analysis process includes identifying dominant frames, communication styles, and issue emphasis within the posts. The findings indicate that legislators tend to employ strategic framing that emphasizes closeness to the public, personalization of political messages, and justification of policy positions. These frames function not only to shape public perceptions but also to enhance legislators' legitimacy and visibility in the digital public sphere. Overall, this study provides insight into the role of social media as an extension of political representation and as a strategic communication platform used by political actors to influence public discourse.*

**Keywords:** Political representation; Social media; Framing; Legislators; Political communication

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis bagaimana legislator membangun representasi politik melalui media sosial dengan memanfaatkan strategi framing dalam membentuk pemahaman publik terhadap isu-isu kebijakan kontemporer. Permasalahan utama yang diangkat adalah perubahan pola komunikasi politik di era digital, di mana media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana informasi, tetapi juga berfungsi sebagai arena representasi konstituen dan alat pembentukan opini publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi cara legislator membingkai isu publik, pola narasi yang digunakan, serta kontribusi framing tersebut terhadap penguatan posisi politik mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terhadap unggahan media sosial legislator. Analisis dilakukan dengan mengacu pada teori framing dan teori representasi politik untuk mengidentifikasi frame dominan, gaya komunikasi, serta penekanan isu dalam setiap unggahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa legislator cenderung menggunakan framing strategis yang menonjolkan kedekatan dengan masyarakat, personalisasi pesan politik, dan justifikasi atas kebijakan yang diusung. Framing tersebut berperan dalam membentuk persepsi publik sekaligus memperkuat legitimasi dan visibilitas legislator di ruang publik digital. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan medium penting dalam perluasan praktik representasi politik serta sarana komunikasi strategis aktor politik dalam memengaruhi wacana publik.

**Kata kunci:** Representasi politik; Media sosial; Framing; Legislator; Komunikasi politik

#### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nani Ramadani, Fany Setareta Pratiwi, Khotif Syafi'i, & Diyah Nursafitri. (2025). Representasi Politik melalui Meddia Sosial: Analisis Framing Legislator terhadap Isu Publik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 2005-2017. <https://doi.org/10.63822/22nxwr55>

## PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah mengubah lanskap komunikasi politik secara fundamental. Media sosial memfasilitasi interaksi politik dan partisipasi publik yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda. Platform seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) memungkinkan warga dan politisi berkomunikasi langsung tanpa perantara media massa konvensional. Dalam praktiknya, media sosial kini menjadi ruang utama bagi warga menyampaikan pendapat dan memobilisasi dukungan politik, sebagaimana ditunjukkan bahwa platform media sosial (khususnya Twitter) telah menjadi alat vital untuk warga menyuarakan pendapat, memobilisasi dukungan, dan terlibat dalam aksi kolektif. Fakta ini mencerminkan peran krusial media digital dalam membentuk opini publik serta menyediakan kanal bagi wakil rakyat untuk secara real-time berkomunikasi dengan konstituennya (Jayawinangun & Nugroho, 2025).

Di sisi lain, politisi secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembentukan citra dan penyebaran pesan politik. Penelitian terbaru menyatakan bahwa politisi dan figur publik menggunakan platform seperti Instagram untuk membangun persona dan menyampaikan isu-isu sosial-politik. Misalnya, DPR RI bahkan pernah menggelar workshop penggunaan media sosial Seperti Facebook, Instagram, WhatsApp agar anggota dewan dapat berkomunikasi secara tepat waktu dengan rakyat. Dengan demikian, wakil rakyat dapat menyebarkan informasi terkini serta menampung aspirasi publik secara lebih efektif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat merupakan peluang bagi politikus untuk lebih efektif menyebarkan informasi dan merespons kebutuhan serta kepentingan konstituen (Nur Alifah, 2022).

Preferensi masyarakat terhadap berbagai platform media sosial juga mempengaruhi strategi komunikasi politik. Hasil survei APJII 2025 menunjukkan bahwa TikTok menempati posisi teratas sebagai platform terpopuler dengan 35,17% pengguna internet Indonesia, terutama di kalangan Generasi Z (42,27% Gen Z mengakses TikTok) (Suharno, 2025). Peningkatan penggunaan TikTok ini mengindikasikan pergeseran media sosial yang penting – politisi mulai memanfaatkan format video pendek untuk kampanye dan komunikasi publik. Sementara itu, Instagram juga banyak digunakan (15,94% responden) sebagai kanal berbagi konten visual politik. Sebaliknya, penggunaan X/Twitter relatif rendah (0,56%), namun masih dipakai politisi sebagai ruang diskusi isu publik. Kondisi ini selaras dengan temuan Rizanul dkk. (2025) yang menunjukkan TikTok berfungsi sebagai ruang inklusif untuk diskusi politik, meski menghadapi tantangan misinformasi dan polarisasi opini. Di samping itu, fenomena media sosial yang berkembang (misalnya gerakan meme atau jargon viral) turut menyederhanakan pesan politik agar mudah dipahami. Sebagai contoh, gerakan «Stop Tot Tot Wuk Wuk» yang viral di TikTok dan X merepresentasikan kritik sosial generasi muda dalam bentuk satir yang cepat menyebar (Hidayat, 2025).

Dalam menganalisis cara pihak politik mengkomunikasikan isu, konsep framing karya Robert N. Entman (1993) menjadi kerangka teoretis yang relevan. Entman mengidentifikasi empat elemen utama framing: pendefinisian masalah (define problems), diagnosis penyebab (diagnose causes), penilaian moral (make moral judgments), dan penetapan solusi (suggest remedies). Dengan teknik framing, pesan politik disusun sedemikian rupa sehingga menonjolkan aspek tertentu dari realitas dan mereduksi aspek lain sesuai tujuan komunikator. Artinya, konten yang disajikan legislator di media sosial dapat dianalisis melalui elemen-elemen framing tersebut untuk melihat bagaimana mereka membingkai isu. Menurut Khoerunisa (2024), media online menerapkan empat dimensi framing Entman dalam memberitakan kasus kebocoran data mulai dari definisi masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, hingga rekomendasi solusi

Sebagaimana penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya media sosial untuk komunikasi politik, studi yang secara khusus mengeksplorasi framing legislator di media sosial masih terbatas. Beberapa riset telah menelaah penggunaan media sosial anggota legislatif dari perspektif komunikasi politik umum; misalnya, Nizal dan Aminudin (2019) menemukan bahwa Instagram oleh anggota DPR digunakan sebagai alat komunikasi politik untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna terkait isu-isu perpolitikan Indonesia. Demikian pula, penelitian lain menyoroti pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan citra positif DPRD. Namun, studi-studi tersebut lebih menekankan pada fungsi saluran atau citra politisi tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana isi pesan dibingkai dalam konteks isu publik tertentu. Belum banyak kajian yang menganalisis secara komprehensif bagaimana wakil rakyat membentuk narasi atau kerangka berita melalui unggahan mereka di TikTok, Instagram, atau X. Padahal, dinamika era digital yang cepat berubah menuntut pemahaman mendalam tentang perilaku representatif politik legislatif dalam wacana publik.

Berbagai peristiwa terkini menunjukkan urgensi topik ini. Misalnya, pada Agustus 2025 muncul gelombang demonstrasi menentang usulan kenaikan tunjangan DPR; isu tersebut dibingkai publik sebagai krisis legitimasi sehingga seruan ‘Bubarkan DPR’ meluas di media sosial. Di lain pihak, anggota DPR mengusulkan kebijakan “satu orang satu akun” di media sosial untuk menangkal anonimitas dan hoaks (Agus Tri Haryanto, 2025), sebuah framing yang menekankan aspek keamanan dan akuntabilitas digital. Hal-hal tersebut mengilustrasikan bagaimana legislator dan masyarakat sama-sama menggunakan media sosial untuk menyampaikan narasi politiknya. Peneliti berargumen bahwa cara legislator merespons isu-isu seperti ini melalui framing mencerminkan prioritas kebijakan dan nilai politik tertentu. Dengan memetakan framing tersebut, dapat dilihat sejauh mana narasi legislator selaras atau justru bertentangan dengan aspirasi publik dan fakta sosial yang berkembang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis representasi politik legislator Indonesia melalui media sosial dalam membingkai isu-isu publik mutakhir. Secara khusus, penelitian ini ingin mengidentifikasi bagaimana legislator mendefinisikan masalah, mengatribusikan penyebab, dan menawarkan solusi di masing-masing platform (TikTok, Instagram, Twitter) berdasarkan kerangka analisis framing Entman. Rumusan masalahnya adalah: *Bagaimana cara wakil rakyat menggunakan framing dalam media sosial untuk menyampaikan peran representatif politiknya dalam isu-isu publik saat ini?* Tujuan penelitian ini adalah mengungkap pola-pola framing yang digunakan legislator, serta mengeksplorasi gap penelitian yang ada. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru tentang dinamika komunikasi politik di era digital dan menutup kekosongan studi mengenai framing sosial media oleh politisi, sebagaimana telah dirasakan dalam fenomena sosial politik akhir-akhir ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Qualitative Content Analysis (QCA) untuk menganalisis konten media sosial (teks, gambar, dan video) dari akun legislator di platform seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter). QCA memungkinkan peneliti untuk memahami makna, tema, dan pola komunikasi secara sistematis dan mendalam (holistik), bukan sekadar menghitung frekuensi kata atau unsur manifest. Menurut literatur metodologis terbaru, pendekatan kualitatif terhadap content analysis

memungkinkan interpretasi hermeneutik dari isi pesan, sehingga cocok untuk mengeksplorasi bagaimana legislator membingkai (frame) isu publik di media sosial (Lyhne, 2025).

Prosedur penelitian mencakup: pertama, pemilihan sampel - yakni posting, unggahan, atau konten (teks, gambar, video) dari sejumlah akun legislator aktif di media sosial selama periode penelitian (misalnya 2024–2025). Kedua, penyusunan kerangka koding berdasarkan teori framing elemen framing: definisi masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, rekomendasi solusi) untuk mengidentifikasi bagaimana isu publik dikemas dan dikomunikasikan. Ketiga, proses koding dan kategorisasi konten dilakukan secara sistematis, kemudian temuan dianalisis untuk melihat pola-pola framing yang konsisten atau berbeda antar platform. Akhirnya, interpretasi hasil dianalisis dalam konteks representasi politik legislator dan dinamika media sosial kontemporer. Metode ini serupa dengan penelitian Samad et al. (2023) komunikasi politik dan propaganda melalui media sosial yang telah memanfaatkan QCA sebagai metode utama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan analisis konten kualitatif atas unggahan media sosial (TikTok, Instagram, Twitter) oleh sejumlah legislator Indonesia terkait isu publik terkini (2024 - 2025). Isu-isu seperti revisi UU ITE, subsidi BBM, RUU Penyiaran, bansos menjelang Pemilu, dan kenaikan tunjangan DPR dikaji dengan kerangka framing Entman (1993) definisi masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, dan usulan solusi untuk melihat bagaimana legislator membentuk narasi politik. Hasil analisis menunjukkan adanya pola konsisten: politisi memanfaatkan media sosial untuk membangun citra politik sekaligus membingkai isu sesuai kepentingan pemilih atau konstituen. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa media sosial memudahkan wakil rakyat menyampaikan informasi dan menanggapi kebutuhan konstituen, sekaligus membentuk opini publik lewat visual narasi. Secara teori, fenomena ini menguatkan konsep representasi politik substantive yang melakukan “act for” konstituen dan simbolik “standing for” dalam era digital (Siregar & Azhar, 2025).

### UU ITE dan Moderasi Konten Media Sosial

Dalam isu **revisi UU ITE**, sebagian legislator mendefinisikan “masalah” sebagai maraknya konten destruktif oleh buzzer terorganisir. Wakil Ketua Komisi I DPR Sukamta (2025) misalnya mendesak revisi UU ITE agar pemerintah dapat menindak tegas aktivitas buzzer destruktif tanpa menunggu delik aduan. Dalam kerangka Entman, ia menempatkan ‘konten buzzer destruktif’ sebagai penyebab utama kerusakan sosial dan ancaman stabilitas negara; penilaian moralnya berkaitan dengan perlindungan demokrasi dan ketertiban publik; dan solusinya adalah memperkuat hukum moderasi konten (UU ITE) sebagai pemecahan. Framing semacam ini menggambarkan legislator sebagai pelindung keamanan siber dan stabilitas nasional melalui reformasi hukum. Dengan kata lain, isu ITE difokuskan pada legitimasi aturan digital untuk menghindari penyalahgunaan media sosial (frame definisi masalah dan solusi), sebagaimana dibahas dalam rapat parlemen akhir 2025 (Santoso & Isdiansyah, 2025).

### Subsidi BBM dan Keadilan Ekonomi

Pada isu subsidi BBM, legislator menyoroti aspek keadilan sosial dan efisiensi anggaran. Contohnya, legislator Fraksi PKS Komisi XII, Muh Haris (2024), menyatakan bahwa kebijakan subsidi BBM “*harus sepenuhnya diarahkan untuk rakyat kecil*” sesuai amanah konstitusi. Ia mendefinisikan

masalah sebagai ketidakadilan distribusi subsidi, dengan penyebab utama ketidaktepatan sasaran bantuan. Haris menekankan subsidi sebagai hak pekerja rentan (mis. ojek online) demi kemakmuran rakyat, sehingga keberlanjutan subsidi adalah keharusan moral pemerintah. Sementara itu, anggota DPR Fraksi Demokrat Sartono Hutomo (2024) menyoroti efek fiskal dan efisiensi: ia mendukung pembatasan pembelian BBM subsidi agar hanya dinikmati golongan yang berhak. Dalam bingkai Entman, isu subsidi BBM dibingkai sebagai masalah kesejahteraan rakyat kecil (definisi masalah), penyebabnya distribusi tak tepat sasaran atau pemborosan (diagnosis), penilaiannya menyangkut tanggung jawab negara menaati konstitusi dan membantu rakyat (penilaian moral), serta solusinya berupa kebijakan target (pengawasan, regulasi pembelian) untuk memastikan subsidi pro-rakyat. Gabungan frame ini menunjukkan legislator berusaha menegaskan legitimasi kebijakan pro-konstituen sambil menyeimbangkan kekhawatiran fiskal (frame solusi dan moral).

### **RUU Penyiaran dan Pengawasan Konten Digital**

Isu **RUU Penyiaran** ditransformasi menjadi diskusi tentang digitalisasi media dan penyebaran informasi. Legislator Komisi I DPR seperti Oleh Soleh (2025) mendefinisikan masalah berupa penyalahgunaan media sosial (mis. akun ganda) yang menyebarkan hoaks, lalu mengusulkan pembatasan akun ganda dalam RUU Penyiaran. Dalam perspektif Entman, ‘akun ganda’ dan hoaks dikonseptualisasikan sebagai penyebab disinformasi (diagnosis), perilaku ini dinilai merusak tatanan sosial digital (penilaian moral), sehingga solusinya adalah memasukkan regulasi tegas dalam UU Penyiaran. Pendekatan serupa terlihat pada legislator lain yang menekankan kebutuhan regulasi media berbasis perubahan teknologi dan konvergensi media (digitalisasi penyiaran). Singkatnya, framing legislatif RUU Penyiaran menempatkan undang-undang tersebut sebagai sarana menciptakan ekosistem media yang sehat dan terlindungi dari penyebaran konten negatif, sedangkan kritik moral diarahkan kepada pihak pembangkang yang disebut mengancam kebebasan pers (mis. pelarangan investigasi eksklusif) (Pakpahan, 2025).



## Bansos dan Kekuatan Gotong Royong



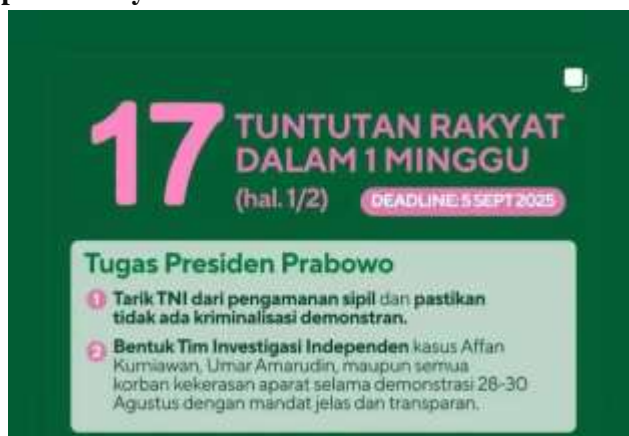
**Gambar 1** Ilustrasi infografis atau posting Instagram/Twitter dari anggota DPR terkait bansos, subsidi BBM, atau kebijakan sosial

*Sumber : akun resmi DPR, fraksi, atau media berita*

*Menyajikan contoh nyata bagaimana legislator menyajikan narasi kebijakan; memperkuat analisis konten dan representasi.*

Isu **bantuan sosial (bansos) menjelang pemilu** sering dikaitkan dengan politisasi dana publik. Beberapa legislator dan pengawas menyuarakan kekhawatiran bansos dijadikan alat kampanye terselubung. Anggota Bawaslu Puadi (2024) menegaskan bahwa penggunaan bansos untuk kepentingan pemilu dikualifikasikan sebagai politik uang (Anggi Muliawati, 2024). Pernyataan serupa sering dibagikan oleh politisi di media sosial untuk menunjukkan posisi mereka pro-keadilan: bansos harus disalurkan tanpa ikatan politik. Dalam analisis framing, masalah bansos dibingkai sebagai potensi penyalahgunaan dana publik, penyebabnya adalah lemahnya pengawasan penyaluran, moralnya keadilan sosial dan etika demokrasi, dan solusinya berupa transparansi serta pengawasan independen. Dengan framing ini, legislator berupaya memposisikan diri sebagai pendorong akuntabilitas kebijakan publik.

## Tunjangan DPR dan Aspirasi Rakyat



**Gambar 2** Screenshot unggahan X/Twitter dengan tagar “#17+8 Tuntutan Rakyat” (Agustus–September 2025)

*Sumber : Cek di X/twitter atau media Detik, Lentera Today artikel tentang tuntutan rakyat 2025*

Visual bukti narasi digital publik, menunjukkan bahwa isu tersebut viral mendukung klaim bahwa media sosial menjadi arena wacana publik dan tekanan terhadap legislator.

Kontroversi kenaikan tunjangan DPR menghadirkan dua framing berlawanan. Sebagian legislator membingkai tunjangan besar sebagai kompensasi yang wajar. Wakil Ketua DPR Adies Kadir (2025) misalnya menyatakan tunjangan perumahan Rp50 juta/bulan itu “masuk akal” karena menjadi pengganti rumah dinas yang dihapus. Ia menjelaskan perbandingan biaya kos per bulan di Jakarta untuk menjustifikasi angka tersebut. Dalam perspektif Entman, masalah difokuskan pada kebutuhan logistik anggota DPR, penyebabnya perubahan kebijakan rumah dinas, penilaian moralnya keadilan atas beban tugas kenegaraan, dan solusi aktualnya adalah penyesuaian tunjangan (Safitri, 2025). Namun narasi publik cenderung mengkritik ketimpangan sosial warga sulit vs. wakil punya fasilitas berlebih. Legislator yang mendukung tunjangan besar berusaha membingkai ulang masalah agar masyarakat memahami rasionalitasnya, sedangkan oposisi, baik di parlemen maupun publik menilai framing tersebut sebagai ketidakpekaan sosial.

Legislator juga menyesuaikan gaya komunikasi menurut platform media sosial. Unggahan *TikTok* umumnya berformat video pendek dinamis dengan musik dan teks ringan, bertujuan menarik perhatian pemilih muda. Unggahan *Instagram* sering berupa foto atau video dokumenter bergaya resmi, disertai caption penjelasan panjang. Sebaliknya, *Twitter/X* dipakai untuk pernyataan cepat dan protes singkat. Sebagai ilustrasi, fraksi PKS membagikan materi visual “laporan legislatif” berlatarkan banner partai untuk memperkuat branding politi. Strategi semacam ini sejalan dengan hasil studi Pisma (2024) bahwa anggota legislatif memanfaatkan Facebook, TikTok, dan Instagram untuk membangun citra politik melalui konten isu lokal dan interaksi langsung dengan masyarakat. Lebih jauh, Hidayah & Azizah (2025) menemukan politisi muda mengefektifkan Instagram dengan caption, foto, video, dan jingle kampanye untuk membentuk persepsi positif publik, misalnya kampanye Verrel Bramasta). Perbedaan platform ini menunjukkan bahwa narasi dan format disesuaikan: TikTok lebih informatif dan entertain, Instagram lebih naratif dan emosional, Twitter cenderung formal dan issue-driven.





**Gambar 3** Foto demonstrasi mahasiswa ke Senayan menolak kenaikan tunjangan DPR (3 Sep 2025)

Sumber : Detik.com

*Menampilkan realitas bahwa framing dan kebijakan legislator memunculkan reaksi nyata di masyarakat memperkuat relevansi penelitian.*

Dari segi isi naratif, legislator cenderung menempatkan diri sebagai *wakil rakyat* yang peduli pada isu warga. Banyak unggahan menonjolkan aktivitas langsung (kunjungan, rapat dengar pendapat, bantuan konstituen) untuk memberi kesan *act for* (bertindak atas nama) konstituen. Contoh, unggahan foto rapat Komisi DPR yang dipublikasikan PKB menekankan keterlibatan langsung wakil rakyat dalam mendengarkan aspirasi publik. Dalam istilah representasi politik, narasi semacam ini mengacu pada “representasi substantif” di mana legislatif berusaha memenuhi kepentingan rakyat. Kadang-kadang juga muncul narasi *standing for* simbolik, misalnya, memosisikan diri sebagai pembela kelompok tertentu (keluarga korban bencana, petani, nelayan) untuk menunjukkan kedekatan demografis. Analisis menunjukkan legislator memilih isu dan gaya bahasa sesuai audiens: misalnya framing kesejahteraan subsidi, bansos untuk publik pemilih umum, dan framing legitimasi kebijakan hukum, infrastruktur untuk segmen profesional. Gaya bahasa pun bervariasi, dari retorika normatif UUD, keadilan hingga emotif empati dan figurativa tergantung platform dan konteks.

Hasil ini sejalan dengan teori dan literatur representasi politik yang ada. Media sosial memungkinkan wakil rakyat lebih efektif menyampaikan informasi dan menanggapi kebutuhan konstituen. Siregar & Azhar (2025) pula menunjukkan politisi membentuk “persona politik” positif melalui narasi visual media sosial yang menekankan keterlibatan aktif mereka. Temuan kami memperlihatkan kombinasi representasi *act for* (legislatif bertindak nyata untuk kepentingan rakyat) dan *standing for* (citra politik/personal brand wakil rakyat) dalam praktik media sosial kontemporer. Pola ini konsisten dengan konsep Stuart Hall tentang representasi sebagai konstruksi sosial: setiap aktor politik mengkonstruksi makna dan identitas melalui framing media (Hall, 1997). Selain itu, semakin banyak literatur komunikasi politik sekarang menegaskan pentingnya branding politik di media sosial, hasil studi kami menguatkan bahwa framing isu publik dan pencitraan politik tidak terpisahkan dalam strategi komunikasi wakil rakyat.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana representasi politik di media sosial dioperasionalkan lewat framing isu publik. Legislator menggunakan framing Entman untuk mendefinisikan masalah sesuai agenda, membentuk diagnosis dan solusi yang menegaskan posisi “wakil rakyat” mereka. Pola-pola yang muncul seperti pemfokusan pada keadilan sosial subsidi, bansos atau legitimasi kebijakan (Penyiaran, ITE) mengindikasikan kecenderungan naratif yang konsisten dengan teori representasi politik kontemporer. Studi ini memperkaya literatur dengan bukti empiris terkini bahwa di era

TikTok dan Twitter, wakil rakyat menyeimbangkan antara *representasi substantif* atas kepentingan warga dan *representasi simbolik* citra politik, sebagaimana disarankan dalam teori komunikasi politik modern.

### Perbandingan Platform Media Sosial (TikTok, Instagram, Twitter)

Legislator juga memilih platform berbeda untuk framing isu. TikTok, misalnya, sangat populer di kalangan pemilih muda dan difokuskan pada konten video singkat. Platform ini memudahkan penyebaran pesan-pesan personalisasi dan visual (misalnya Jokowi berjoget atau politisi berdialog singkat) untuk membentuk citra hangat. Instagram lebih menekankan visual berciri pribadi – legislator kerap memposting foto kegiatan di lapangan atau infografis kebijakan – sehingga framing isu disampaikan lewat gambar yang menarik. Sebaliknya, Twitter (X) berkarakter mikroblog teks; studi Anjani, Nabilah, & Winata (2025), menunjukkan Twitter menjadi sarana publik menyalurkan pro-kontra kebijakan publik (misalnya sentimen negatif terhadap kenaikan harga BBM dominan di Twitter). Dengan demikian, **Tabel 1** dan **Tabel 2** di bawah merangkum pola framing isu publik dan perbandingan platform media sosial yang digunakan legislator. Penggunaan TikTok misalnya cocok untuk isu bansos atau program padat karya yang memerlukan penjelasan ringan, sedangkan Twitter/Instagram sering dipakai untuk pengumuman resmi dan klarifikasi isu mendesak.

**Tabel 1**

Isu Publik	Definisi Masalah (Framing)	Penyebab	Penilaian Moral	Solusi
<b>UU ITE</b>	Maraknya konten buzzer destruktif dan hoaks digital	Kelemahan mekanisme hukum dan moderasi saat ini	Stabilitas nasional di atas kritik biasa	Revisi UU ITE agar moderasi konten bisa lebih cepat dan kuat
<b>Subsidi BBM</b>	Harga BBM tinggi dan subsidi tidak tepat sasaran	Kebijakan subsidi yang kurang efektif dan transparan	Ketidakadilan ekonomi – rakyat miskin terbebani	Perbaikan skema subsidi/bantuan sosial, peningkatan transparansi
<b>RUU Penyiaran</b>	Tidak ada regulasi jelas untuk konten media sosial	Berkembangnya media sosial tanpa payung hukum	Perlu akurasi informasi tanpa mematikan kreatifitas	RUU yang mengatur konten digital (di bawah KPI) dan standarisasi komunitas kreator
<b>Bansos</b>	Ketergantungan masyarakat pada bantuan gotong royong	Keterbatasan fasilitas negara dan musim bencana	Mengapresiasi solidaritas rakyat	Kolaborasi pemerintah-masyarakat dalam pendistribusian bansos, perbaikan DTKS
<b>Tunjangan DPR</b>	Kenaikan tunjangan pejabat kontra aspirasi publik	Kurangnya empati wakil rakyat pada situasi ekonomi	Kepekaan politik terhadap rakyat	Pencabutan kenaikan tunjangan,

				moratorium fasilitas mewah
--	--	--	--	----------------------------

Tabel 2

Platform	Karakter Konten	Pengguna Utama	Kekuatan Komunikasi	Contoh Penggunaan Legislator
<b>TikTok</b>	Video pendek kreatif, musik, tarian	Pemilih muda/gen Z (banyak pembuat konten)	Menyampaikan pesan politik dengan gaya ringan dan viral	Menampilkan politisi menari, menjawab Q&A cepat, tren isu pemuda
<b>Instagram</b>	Foto/video berdimensi visual tinggi (stories/reels)	Publik umum, pemilih dewasa	Pesan visual estetik; populer untuk pencitraan dan kampanye branding	Postingan kegiatan lapangan, infografis kebijakan, behind-the-scenes
<b>Twitter (X)</b>	Teks singkat (tweet), thread informatif	Jurnalis, aktivis politik, netizen aktif	Respons cepat dan diskusi publik; efektif untuk klarifikasi isu kritis	Pernyataan resmi, klarifikasi berita, debat publik, polling kebijakan

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi arena krusial bagi legislator dalam melakukan representasi politik dan membangun narasi mengenai isu publik. Melalui analisis framing Entman, terlihat bahwa legislator secara strategis mendefinisikan masalah, menentukan penyebab, memberikan penilaian moral, serta menawarkan solusi atas isu-isu seperti revisi UU ITE, subsidi BBM, bansos, RUU Penyiaran, dan polemik kenaikan tunjangan DPR. Setiap platform media sosial TikTok, Instagram, dan X/Twitter dimanfaatkan dengan gaya komunikasi yang berbeda, namun tetap diarahkan pada tujuan yang sama: memperkuat citra politik, menunjukkan kedekatan dengan masyarakat, dan menegaskan posisi politik di tengah dinamika opini publik. Temuan ini menegaskan bahwa framing bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga instrumen representasi politik digital yang membentuk bagaimana publik memahami isu-isu kebijakan.

Selain itu, penelitian ini menyoroti bahwa strategi framing yang dilakukan legislator tidak sekadar menginformasikan isu publik, tetapi juga memengaruhi persepsi dan emosi warganet, terutama dalam konteks isu sensitif seperti bansos menjelang pemilu dan kenaikan tunjangan DPR. Respons publik yang muncul termasuk viralnya tagar, meme politik, hingga gelombang demonstrasi menunjukkan bahwa media sosial bukan lagi ruang pasif, melainkan arena negosiasi wacana antara elit dan publik. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa representasi politik era digital menuntut legislator untuk membangun komunikasi yang responsif, transparan, dan adaptif terhadap dinamika media sosial. Studi ini berkontribusi mengisi kesenjangan literatur mengenai framing legislator dan memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana wacana politik kontemporer dibentuk melalui interaksi antara narasi kekuasaan dan partisipasi digital masyarakat.

Saran dan Rekomendasi Penulis adalah Pertama, penelitian ini merekomendasikan agar legislator meningkatkan kualitas komunikasi politik di media sosial dengan menerapkan prinsip transparansi, akurasi, dan akuntabilitas publik. Banyak temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa framing yang dilakukan legislator cenderung bersifat self-branding dan pencitraan, sehingga terkadang tidak memberikan penjelasan substantif terhadap isu publik yang sedang berkembang. Oleh karena itu, legislator diharapkan menggunakan media sosial bukan hanya sebagai alat kampanye, tetapi juga sebagai ruang deliberatif yang memfasilitasi diskusi kebijakan secara terbuka serta menyediakan data dan argumen yang dapat dipertanggungjawabkan.

Kedua, penelitian ini menyarankan agar platform media sosial—terutama TikTok, Instagram, dan X/Twitter dapat dimanfaatkan secara lebih optimal melalui pemahaman terhadap karakteristik audiens di masing-masing platform. Legislator disarankan untuk memproduksi konten edukatif tentang kebijakan publik dan proses legislasi, bukan hanya konten populis yang mudah viral. Selain itu, perlu ada penguatan kapasitas tim komunikasi digital legislator agar proses framing tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga berlandaskan etika komunikasi politik serta memperhatikan dampak jangka panjang terhadap kepercayaan publik.

Ketiga, untuk peneliti selanjutnya, kajian tentang representasi politik digital masih sangat terbuka untuk dikembangkan, terutama melalui metode campuran (mixed methods), analisis big data, atau studi komparatif antar-negara. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas corpus data dengan memasukkan komentar warganet, analisis jaringan percakapan, atau pengaruh algoritma platform terhadap penyebaran framing politik. Selain itu, studi lanjutan dapat menggali bagaimana framing legislator memengaruhi perilaku politik publik, tingkat kepercayaan terhadap institusi, serta kualitas demokrasi digital di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan membuka ruang untuk diskusi akademik lebih lanjut mengenai relasi antara kekuasaan, media sosial, dan pembentukan opini publik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel/Jurnal

- Alifah, N. (2022). Strategi representasi politik anggota legislatif perempuan di media sosial: Studi terhadap Christina Aryani Anggota DPR-RI periode 2019–2021. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, 4(2), 89–105. <https://doi.org/10.21580/jpw.v4i2.14579>
- Anjani, R. S., Nabilah, S. H., & Winata, H. M. (2025). Analisis sentimen publik terhadap kebijakan subsidi dan kenaikan harga BBM di Indonesia melalui media sosial X (Twitter). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 11(8), 481–490. <https://ejournal.cibinstitute.com/index.php/triwikrama/article/view/1801>
- Hidayah, N. N., & Azizah, R. N. (2025). Analisis framing model Robert N. Entman dalam representasi politisi muda Verrell Bramasta di Instagram. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 5(3), 310–326. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i3.1585>
- Jayawinangun, R., & Nugroho, D. R. (2025). Pengaruh media digital, kesadaran, dan pengetahuan politik terhadap partisipasi politik pemilih muda. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1). <https://doi.org/10.56873/jskm.2025.5885>
- Khoerunisa, D. (2024). Analisis framing model Robert N. Entman pada pemberitaan kebocoran Pusat Data Nasional (PDN) di media online. *IKRAITH-Humaniora*, 8(3), 153–162. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i3.4193>

- Lyhne, C. N., Thisted, J., & Bjerrum, M. (2025). Qualitative content analysis – framing the analytical process of inductive content analysis to develop a sound study design. *Quality & Quantity*, 59, 5329–5349. <https://doi.org/10.1007/s11135-025-02220-9>
- Pisma, A. (2024). Utilisasi media sosial dan branding politik (Studi terhadap penggunaan media sosial anggota DPRD Kabupaten Bangka Tengah periode 2019–2024). *Journal of Social Contemplativa*, 2(2), 127–148. <https://doi.org/10.61183/jsc.v2i2.43>
- Rizanul, R. C., Egistin, D., Jasmine, A., & Juniarto, D. (2025). Analisis peran media sosial (TikTok) dalam dinamika partisipasi politik pada Pemilu Presiden 2024. *Journal of Social Contemplativa*, 3(1), 51–61. <https://doi.org/10.61183/jsc.v3i1.91>
- Samad, M. Y., Hilman, F., Yakub, A., Yoda, I. A., & Harahap, O. S. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi politik: Propaganda isu sistem pemilu proporsional. *Jurnal IPTEK-KOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, 25(2), 257–270. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.25.2.2023.257-270>
- Siregar, M. N. B., & Azhar, A. A. (2025). Political image representation on the Instagram account @bobbynst. *Hulondalo: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(2), 664–679. <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i2.1371>

#### Internet/Website

- Agus Tri Haryanto. (2025, September 19). Wacana 1 Orang 1 Akun Medsos, Komdigi Ungkap Tujuannya. *detikKalimantan*. <https://www.detik.com/kalimantan/berita/d-8120005/wacana-1-orang-1-akun-medsos-komdigi-ungkap-tujuannya>
- Anggi Muliawati. (2024, January 9). Bawaslu Harap Bansos Tidak Ditahan Selama Masa Pemilu. *DetikNews*. <https://news.detik.com/pemilu/d-7131836/bawaslu-harap-bansos-tidak-ditahan-selama-masa-pemilu>
- Hidayat, M. T. (2025, September 23). Dari meme ke gerakan sosial, membaca tren baru aktivisme media sosial. *ANTARA Politik*. <https://www.antaranews.com/berita/5128372/dari-meme-ke-gerakan-sosial-membaca-tren-baru-aktivisme-media-sosial>
- Pakpahan, R. T. (2025, May 31). Analisis Hukum Revisi UU Penyiaran; Ancaman Bagi Kebebasan Pers. *Law-Justice.co*. <https://www.law-justice.co/artikel/186855/analisis-hukum-revisi-uu-penyiaran-ancaman-bagi-kebebasan-pers/>
- Safitri, R. D. (2025, August 20). Adies Kadir: Tunjangan Rumah DPR Rp50 Juta per Bulan Make Sense. *DetikNews*. <https://news.detik.com/berita/d-8070156/pimpinan-dpr-tunjangan-rumah-rp-50-juta-bulan-makes-sense>
- Santoso, B., & Isdiansyah, B. (2025, December 8). Legislatur DPR Desak Revisi UU ITE: Sikat Buzzer Destruktif Tanpa Perlu Laporan Publik! *Suara.com*. <https://www.suara.com/news/2025/12/08/215950/legislatur-dpr-desak-revisi-uu-ite-sikat-buzzer-destruktif-tanpa-perlu-laporan-publik>
- Suharno. (2025, August 24). Survei APJII Beberkan Media Sosial Terpopuler di Indonesia 2025. *Selular.ID*. <https://selular.id/2025/08/survei-apjii-beberkan-media-sosial-terpopuler-di-indonesia-2025/>