

MEDIA SOSIAL DAN OPINI POLITIK MAHASISWA
(Analisis *Framing* dan Hegemoni Konten PILKADA NTB 2024 di
Instagram)

Siti Lauhil Bariah¹, Nila Kusuma², Khalifatul Syuhada³

^{1,2,3}Program Studi Sosiologi Universitas Mataram
Email: sitilauhil@gmail.com

Abstract

This study is motivated by the growing role of social media, particularly Instagram, in shaping students' political opinions during the 2024 NTB Regional Election. Instagram functions not only as a medium of communication but also as a space for producing political discourse laden with framing strategies and hegemonic practices. The main problems addressed in this research are how the framing of political content on Instagram shapes students' political opinions and how hegemonic practices are reflected in circulating political narratives. The purpose of this research is to explain the construction of students' political opinions through exposure to digital political content and to understand the dynamics of their interpretations of hegemonic narratives. Theoretically, this study applies Erving Goffman's framing theory to analyze the construction of political messages and Antonio Gramsci's hegemony theory to examine how dominant narratives are produced, accepted, or resisted. The research employs a qualitative method with a content analysis approach. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation of Instagram content, then analyzed using the Miles & Huberman model and validated through source and method triangulation. The findings reveal that Instagram serves as a strategic arena for shaping students' political opinions through visuals, identity, and local symbols. However, students are not passive recipients; they actively verify, show skepticism, and even reframe political content perceived as manipulative. In conclusion, students' political opinions are formed through a dialectical interaction between framing strategies, hegemonic practices, and their critical reflections. Thus, Instagram operates as a contested arena of political meaning where acceptance, negotiation, and resistance toward digital campaign narratives are dynamically expressed.

Keywords: Framing; Hegemony, Instagram, Political Opinion, Regional Election

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran media sosial, khususnya Instagram, dalam membentuk opini politik mahasiswa pada Pilkada NTB 2024. Instagram berfungsi bukan hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang produksi wacana politik yang dipenuhi dengan strategi *framing* dan praktik hegemoni. Permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana *framing* konten politik Pilkada NTB 2024 di Instagram membentuk opini politik mahasiswa serta bagaimana mahasiswa memaknai narasi politik di Instagram yang mengandung praktik hegemoni dalam membentuk opini terhadap calon kepala daerah di NTB?. Tujuan penelitian ini adalah untuk menafsirkan opini politik mahasiswa FHISIP khususnya tiga prodi yaitu prodi Hubungan Internasional, Ilmu Komunikasi dan Sosiologi

dalam konteks Pilkada NTB 2024 berdasarkan konten di Instagram serta menafsirkan dinamika pemaknaan mahasiswa terhadap narasi politik di Instagram dalam kaitannya dengan pembentukan opini tentang calon kepala daerah NTB 2024. Secara teoritis, penelitian ini menggunakan teori *framing* Erving Goffman untuk menganalisis konstruksi pesan politik, dan teori hegemoni Antonio Gramsci untuk melihat narasi dominan diproduksi, diterima, maupun ditolak. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi konten Instagram, kemudian dianalisis menggunakan model Miles & Huberman serta diuji validitasnya melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi arena strategis dalam membentuk opini politik mahasiswa melalui visual, identitas, dan simbol lokal. Namun, mahasiswa tidak bersikap pasif; mereka melakukan verifikasi, menunjukkan skeptisisme, bahkan melakukan *reframing* terhadap konten politik yang dianggap manipulatif. Kesimpulannya, opini politik mahasiswa terbentuk melalui interaksi dialektis antara strategi *framing*, praktik hegemoni, dan refleksi kritis mahasiswa. Dengan demikian, Instagram berperan sebagai ruang pertarungan makna politik yang memperlihatkan dinamika penerimaan, negosiasi, dan resistensi terhadap narasi kampanye digital.

Kata Kunci : *Framing*, Hegemoni, Instagram, Opini Politik, Pilkada NTB

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa implikasi besar terhadap perubahan struktur dan dinamika masyarakat modern. Di Indonesia, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, sejajar dengan kebutuhan dasar komunikasi dan informasi. Platform seperti Instagram, WhatsApp, YouTube, dan Twitter digunakan secara luas oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, dengan latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan yang berbeda. Berdasarkan laporan *We Are Social* tahun 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang, atau sekitar 60,4% dari populasi, sementara di NTB jumlah pengguna media sosial tercatat sekitar 5,4 juta, dengan 2,7 juta di antaranya aktif menggunakan Instagram. Data ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu ruang digital yang sangat dominan, khususnya di kalangan anak muda.

Fenomena tersebut menegaskan bahwa media sosial kini tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena distribusi informasi politik. Kehadiran Instagram secara perlahan menggantikan peran media massa tradisional dalam menyebarkan isu-isu politik. Hal ini terlihat jelas menjelang Pilkada NTB 2024, di mana Instagram menjadi medium utama bagi kandidat, tim sukses, maupun relawan untuk menyebarkan narasi politik. Dengan kekuatan visual, penggunaan simbol lokal, dan gaya komunikasi yang dekat dengan anak muda, Instagram

mampu menciptakan konstruksi realitas politik yang mengarahkan cara mahasiswa memahami kandidat dan isu yang diperdebatkan.

Akan tetapi, realitas ini tidak serta-merta membuat mahasiswa menjadi penerima pasif. Sebagai kelompok intelektual muda, mahasiswa menunjukkan kapasitas reflektif dengan melakukan verifikasi, perbandingan sumber, hingga *reframing* terhadap narasi politik yang mereka konsumsi. Fenomena ini memperlihatkan bahwa ruang digital bukan hanya arena dominasi politik, melainkan juga arena dialektis di mana resistensi, kritik, dan produksi makna tandingan dapat muncul. Dengan kata lain, media sosial berfungsi sebagai ruang hegemoni sekaligus ruang perlawanan ideologis.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan peran signifikan media sosial dalam pembentukan opini politik di berbagai konteks. Nababan dkk. (2024) menemukan bahwa TikTok berpengaruh besar dalam membangun citra calon presiden pada Pemilu 2024 melalui interaksi pengguna dengan konten kampanye, sedangkan Arifin dkk. (2024) menegaskan bahwa media sosial menjadi sumber utama informasi politik bagi pemilih pemula yang berpengaruh pada keputusan mereka dalam memilih. Lumentut dkk. (2023) menyoroti peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik ibu rumah tangga pada Pilkada 2020, dan Sitompu dkk. (2024) menunjukkan pengaruh besar media sosial terhadap perilaku politik mahasiswa, khususnya dalam membentuk kemampuan berpikir kritis terhadap narasi politik. Sementara itu, Rivaldy dkk. (2021) mengungkapkan bahwa Twitter berfungsi sebagai ruang diskusi politik bagi mahasiswa, dan Sibawaih (2023) memperlihatkan aktor politik, seperti Gubernur NTB, memanfaatkan media sosial untuk membangun citra diri dan legitimasi politik.

Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang banyak berfokus pada konteks pemilu nasional dan perspektif aktor politik atau masyarakat umum, penelitian ini menyoroti konteks lokal Pilkada NTB 2024 dengan menempatkan mahasiswa sebagai subjek aktif. Pendekatan yang digunakan memadukan teori *framing* Erving Goffman dan hegemoni Antonio Gramsci untuk menelaah konten politik di Instagram yang dikonstruksi dan dimaknai oleh mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan kebaruan dalam memahami strategi *framing* dan praktik hegemoni bekerja secara bersamaan dalam membentuk opini politik publik muda di ruang digital, sekaligus menunjukkan kapasitas reflektif mahasiswa dalam menafsirkan ulang dan menantang narasi dominan di media sosial.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada kajian sosiologi komunikasi dan politik, tetapi juga memberikan gambaran empiris tentang cara mahasiswa membangun opini politik melalui interaksi mereka dengan konten digital. Penekanan pada resistensi mahasiswa terhadap pencitraan berlebihan sekaligus penerimaan terhadap informasi netral memperlihatkan dinamika kritis dalam proses pembentukan opini politik. Hal ini memperkaya pemahaman bahwa ruang digital, khususnya Instagram, bukan sekadar alat distribusi pesan politik, melainkan arena pertarungan makna yang membentuk kesadaran politik generasi muda. Adapun pertanyaan penelitian yaitu (1) bagaimana konten politik Pilkada NTB 2024 di Instagram membentuk opini politik mahasiswa? (2) bagaimana mahasiswa memaknai narasi politik di Instagram yang mengandung praktik hegemoni dalam membentuk opini terhadap calon kepala daerah di NTB?

Penelitian ini bertolak dari pemahaman bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi ruang strategis dalam proses komunikasi politik kontemporer. Instagram tidak hanya menjadi media distribusi informasi, tetapi juga arena produksi wacana yang dipenuhi dengan kepentingan politik. Dalam konteks Pilkada NTB 2024, konten politik di Instagram dikonstruksi melalui strategi visual, narasi, dan simbol lokal yang secara sadar diarahkan untuk membentuk opini publik, terutama mahasiswa sebagai kelompok intelektual muda dan pemilih potensial. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan dua kerangka utama, yakni teori *Framing* dari Erving Goffman dan teori Hegemoni dari Antonio Gramsci, untuk menjelaskan dinamika pembentukan opini mahasiswa. Teori *Framing* yang dikembangkan oleh Erving Goffman (1974) menjelaskan mengenai individu memahami realitas sosial melalui “bingkai” atau kerangka interpretatif tertentu. Frame berfungsi sebagai alat mental yang membantu seseorang mengorganisasi informasi, memberi makna terhadap peristiwa, dan menentukan respons sosial yang dianggap tepat. Dalam konteks media, *framing* menggambarkan cara pesan dikonstruksi untuk menonjolkan aspek tertentu dari suatu isu, sehingga memengaruhi cara audiens memahaminya. Dengan kata lain, *framing* bukan hanya soal cara media menyajikan fakta, tetapi juga cara fakta tersebut dipersepsi dan dimaknai oleh khalayak.

Goffman membagi struktur bingkai menjadi tiga komponen utama: (1) *primary frame*, yaitu kerangka dasar yang digunakan seseorang untuk memahami realitas (baik melalui bingkai alami maupun sosial); (2) *keying*, yaitu proses di mana situasi diberi makna baru melalui

interpretasi ulang; dan (3) *fabrication*, yaitu rekayasa makna yang dilakukan dengan sengaja untuk memengaruhi persepsi publik. Ketiga aspek ini menggambarkan bahwa *framing* tidak bersifat statis, melainkan proses sosial yang terus berinteraksi antara media, pesan, dan audiens.

Dalam konteks penelitian ini, teori *framing* Goffman digunakan untuk menelaah konten politik di Instagram selama Pilkada NTB 2024 dibentuk dan dimaknai. Analisis menunjukkan bahwa setiap akun pasangan calon menerapkan strategi *framing* visual yang berbeda untuk membangun citra politiknya. Misalnya, akun @zul_uhel menggunakan primary frame sosial berupa narasi pembangunan dan kemajuan daerah, sedangkan akun @rohmfirin membingkai diri melalui frame identitas religius dan kultural. Sementara itu, akun @iqbaldinda_ntb menerapkan *keying* dengan menyesuaikan gaya visual dan bahasa agar relevan dengan segmen pemilih muda di media sosial. Dalam beberapa kasus, *framing* juga bersifat *fabricated*, terutama ketika pesan politik dikonstruksi secara simbolik untuk memperkuat citra kandidat melalui pencitraan dan simbol-simbol tertentu.

Namun, hasil penelitian memperlihatkan bahwa proses *framing* tidak berhenti pada level media. Mahasiswa sebagai audiens aktif turut melakukan *reframing* terhadap pesan yang diterima. Mereka tidak hanya menyerap narasi yang dibangun oleh akun politik, tetapi juga menafsirkan ulang makna konten berdasarkan latar belakang akademik, nilai personal, dan pengalaman sosial masing-masing. Misalnya, mahasiswa Ilmu Komunikasi melihat *framing* pembangunan sebagai bentuk edukasi politik, sedangkan mahasiswa Sosiologi menilai hal itu sebagai bentuk pencitraan yang sarat kepentingan kuasa. Fenomena ini sejalan dengan gagasan Goffman bahwa bingkai sosial bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh posisi, pengalaman, serta kesadaran interpretatif individu.

Dengan demikian, teori *framing* Goffman membantu menjelaskan proses pembentukan opini politik mahasiswa terjadi dalam ruang digital. Instagram tidak hanya menjadi medium penyebaran pesan politik, tetapi juga arena interaksi simbolik dimana makna terus dinegosiasikan antara pengirim pesan (aktor politik) dan penerima pesan (mahasiswa). Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa *framing* bukan sekadar strategi komunikasi politik, melainkan juga mekanisme sosial yang mencerminkan relasi kuasa, ideologi, dan cara publik muda (mahasiswa) mengonstruksi pemahamannya terhadap realitas politik lokal.

Teori Hegemoni Antonio Gramsci

Teori Hegemoni yang dikemukakan Antonio Gramsci menjelaskan kekuasaan dan dominasi ideologis dibentuk bukan hanya melalui paksaan politik, tetapi terutama lewat persetujuan sosial yang dibangun secara halus melalui institusi budaya, pendidikan, agama, dan media. Menurut Gramsci, hegemoni adalah bentuk kepemimpinan moral dan intelektual dari kelompok dominan yang membuat nilai-nilai dan pandangan dunia mereka diterima sebagai sesuatu yang wajar oleh masyarakat luas. Dengan demikian, kekuasaan tidak selalu bekerja secara represif, tetapi melalui mekanisme kultural yang membuat ideologi dominan tampak alami dan diterima tanpa paksaan.

Dalam konteks masyarakat modern, media massa dan kini media sosial berfungsi sebagai sarana utama penyebaran nilai-nilai hegemonik tersebut. Melalui media, kelompok dominan mampu mengarahkan opini publik, mengontrol narasi, serta membentuk persepsi masyarakat terhadap realitas sosial dan politik. Inilah yang disebut sebagai hegemoni kultural, yakni proses dominasi simbolik di mana ide-ide tertentu diterima secara sukarela oleh publik karena dibingkai sebagai sesuatu yang “normal” dan sesuai dengan kepentingan bersama.

Relevansi teori Gramsci terhadap penelitian ini terletak pada upayanya menafsirkan kuasa ideologis bekerja melalui media sosial dalam membentuk opini politik mahasiswa pada Pilkada NTB 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang digital seperti Instagram menjadi arena baru bagi praktik hegemoni politik. Aktor politik memanfaatkan media sosial untuk menanamkan citra, nilai, dan ideologi melalui konten visual, narasi program, serta simbol-simbol budaya dan religius. Misalnya, akun @rohmfirin membingkai kampanye dengan menonjolkan identitas keislaman dan kedekatan dengan tokoh agama sebagai strategi hegemonik untuk memperoleh legitimasi sosial. Akun @zul_uhel menggunakan narasi pembangunan dan pencapaian daerah sebagai bentuk hegemoni rasional yang mengaitkan figur kandidat dengan kemajuan kolektif dan stabilitas sosial. Sementara itu, akun @iqbaldinda_ntb menampilkan gaya komunikasi yang modern, profesional, dan dekat dengan generasi muda melalui desain visual yang bersih serta narasi ringan yang mudah dicerna. Pendekatan ini merupakan bentuk hegemoni kultural baru yang memanfaatkan gaya populer dan bahasa visual kekinian untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih muda, sehingga dominasi ideologis dibangun melalui daya tarik kultural dan kesamaan identitas generasi.

Strategi ketiga akun tersebut menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membangun kesepakatan politik yang tampak alami dan diterima secara wajar oleh publik muda. Konten-konten yang dihadirkan tidak bersifat memaksa, melainkan menanamkan nilai-nilai dan simbol-simbol politik melalui cara yang halus, estetik, dan komunikatif. Proses inilah yang mencerminkan kerja hegemoni dalam ruang digital bagaimana kekuasaan beroperasi melalui persuasi dan kesadaran, bukan paksaan.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa mahasiswa tidak selalu menjadi penerima pasif dari wacana hegemonik. Sebagian informan menunjukkan resistensi terhadap simbol-simbol dominan yang dianggap manipulatif atau bersifat pencitraan semata. Mereka melakukan *reframing* dengan membangun makna baru melalui diskusi, perbandingan sumber informasi, serta refleksi kritis terhadap narasi politik yang beredar. Dalam kerangka pemikiran Gramsci, hal ini mencerminkan munculnya *kontra-hegemoni*, yaitu upaya intelektual dan moral dari kelompok masyarakat dalam hal ini mahasiswa untuk menantang ideologi dominan dan membangun kesadaran kritis. Mahasiswa berperan sebagai *intelektual organik* yang tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga menciptakan wacana tandingan di ruang digital.

Dengan demikian, teori hegemoni Gramsci membantu menjelaskan media sosial berfungsi sebagai arena perebutan makna dan kekuasaan simbolik dalam Pilkada NTB 2024. Hegemoni tidak hanya tercermin dalam dominasi narasi elite politik yang berupaya mengarahkan persepsi publik, tetapi juga dalam respon kritis mahasiswa yang menolak dan menegosiasikan ulang makna tersebut. Proses dialektis antara kekuatan hegemonik dan kontra-hegemonik ini menunjukkan bahwa ruang digital bukan sekadar sarana kampanye, melainkan juga medan ideologis di mana kesadaran politik generasi muda terbentuk, dinegosiasikan, dan dipertarungkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dan dilaksanakan selama masa kampanye Pilkada NTB 2024 (September–November 2024), dengan fokus pada konten politik di Instagram yang merepresentasikan narasi dan citra calon kepala daerah. Lokasi penelitian bersifat digital, namun tetap berakar pada konteks sosial-politik di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Hukum, Ilmu

Sosial, dan Ilmu Politik Universitas Mataram dari Program Studi Sosiologi, Ilmu Komunikasi, dan Hubungan Internasional yang aktif menggunakan Instagram. Informan dipilih secara purposive berdasarkan tingkat keterpaparan terhadap konten politik dan kapasitas reflektif mereka dalam menilai isu Pilkada. Informan tersebut terdiri dari informan kunci (juru bicara paslon dan buzzer), informan utama (sebelas mahasiswa dengan keterpaparan tinggi terhadap konten politik), serta informan pendukung (dosen Sosiologi).

Metodologi penelitian ini memiliki kesamaan landasan paradigmatik dengan penelitian Syuhada (2024) dan Kusuma (2021), yang sama-sama menggunakan metode kualitatif dalam memahami fenomena sosial secara mendalam. Penelitian Syuhada (2024) menggunakan pendekatan studi kasus untuk menelusuri mekanisme kuasa-pengetahuan dalam intervensi sosial terhadap risiko stunting di masyarakat pesisir Kuranji, sedangkan Kusuma (2021) menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pembagian kerja antara suami dan istri dalam rumah tangga nelayan di Pondok Perasi. Meskipun konteks dan objek kajian berbeda, ketiga penelitian ini berangkat dari paradigma interpretatif yang menempatkan makna sebagai pusat analisis dan melihat tindakan sosial sebagai hasil konstruksi pengetahuan, kuasa, serta pengalaman sosial aktor.

Penelitian ini juga sejalan dengan prinsip analisis kualitatif yang diterapkan oleh kedua penelitian tersebut, di mana proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk membangun pemahaman kontekstual terhadap realitas sosial. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui observasi virtual terhadap unggahan akun resmi pasangan calon dan media lokal, wawancara semi-terstruktur dengan mahasiswa, tim kampanye, serta akademisi, serta dokumentasi berupa tangkapan layar konten Instagram yang relevan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model Miles & Huberman, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Model analisis ini juga digunakan dalam penelitian Syuhada (2024) yang menekankan pentingnya proses kondensasi dan interpretasi data sebagai langkah memahami relasi antara wacana dan praktik sosial.

Untuk memastikan validitas dan keandalan hasil penelitian, uji keabsahan dilakukan dengan triangulasi sumber dan teknik, sebagaimana diterapkan pula dalam penelitian Syuhada (2024) dan Kusuma (2021). Peneliti membandingkan hasil wawancara dari berbagai kategori informan dengan hasil observasi dan dokumentasi, untuk memeriksa konsistensi serta

memperkuat kredibilitas temuan. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya menelusuri struktur pesan dan representasi dalam konten politik di Instagram, tetapi juga mengkaji cara makna tersebut diterima, ditafsirkan, dan dihegemoni oleh mahasiswa sebagai khalayak aktif.

Dengan demikian, meskipun penelitian ini berfokus pada analisis isi konten politik, prinsip dan prosedur analisisnya tetap mengacu pada kerangka metodologis kualitatif yang sama dengan penelitian Syuhada (2024) dan Kusuma (2021), yaitu menggali makna sosial secara mendalam melalui interaksi antara teks, konteks, dan subjek sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami strategi *framing* dan praktik hegemoni dalam konten politik Pilkada NTB 2024 berinteraksi dengan kesadaran reflektif mahasiswa, sebagaimana kedua penelitian sebelumnya juga mengungkap dinamika makna dan kuasa dalam konteks sosial yang berbeda.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan serta analisis terhadap konten-konten Instagram yang diunggah selama masa kampanye Pilkada NTB 2024, diperoleh sejumlah temuan yang menggambarkan *framing* dan hegemoni bekerja dalam membentuk opini politik mahasiswa. Analisis terhadap konten dilakukan pada periode kampanye, sedangkan wawancara mendalam dengan informan dilaksanakan setelah masa kampanye berakhir, guna memperoleh refleksi yang lebih objektif dan komprehensif mengenai persepsi mereka terhadap narasi politik yang beredar. Data dari kedua sumber tersebut kemudian diolah menggunakan model analisis Miles & Huberman yang mencakup proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil pengolahan data menghasilkan tiga tema utama yang menjelaskan hubungan antara strategi komunikasi politik para kandidat di media sosial dengan cara mahasiswa menafsirkan pesan, simbol, dan citra politik. Bagian hasil dan pembahasan ini disajikan dalam tiga subbagian utama, yaitu *framing* visual, identitas, dan branding kandidat; dinamika *framing* dalam setiap tahapan Pilkada; serta pemaknaan mahasiswa terhadap narasi politik di Instagram

***Framing* Visual, Identitas, dan Branding Kandidat**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *framing* visual di Instagram menjadi instrumen utama bagi pasangan calon Pilkada NTB 2024 dalam membentuk citra politik di kalangan mahasiswa. Setiap akun pendukung paslon menggunakan gaya visual, narasi, dan simbol tertentu

untuk menghadirkan makna politik yang sesuai dengan strategi komunikasinya. Namun, cara mahasiswa menafsirkan *framing* tersebut tidaklah tunggal. Mereka membaca, menilai, dan memaknai konten sesuai dengan latar belakang akademik serta pengalaman pribadi mereka.

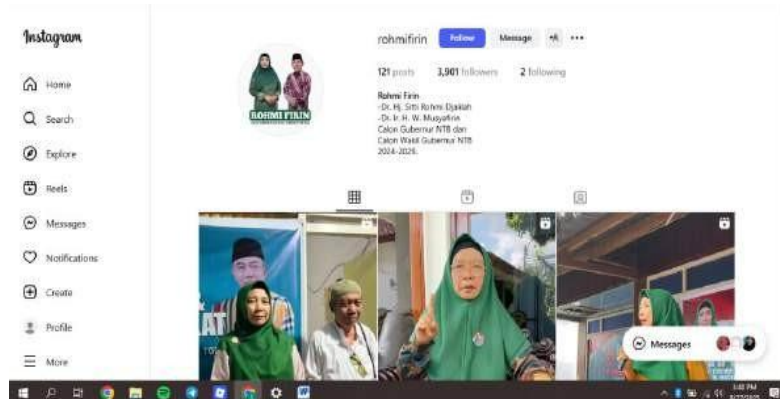
Gambar 1. Tampilan *feeds* akun Instagram @zul_uhel



Sumber : Instagram @zul_uhel

Pada gambar 1 Akun @zul_uhel cenderung menekankan frame pembangunan melalui narasi visi, misi, dan program konkret. Konten yang ditampilkan berupa infografis dan video kampanye yang menonjolkan pencapaian serta rencana pembangunan NTB. Mahasiswa Ilmu Komunikasi menilai pendekatan ini sebagai bentuk edukasi politik karena menyajikan informasi yang substansial. Namun, mahasiswa Sosiologi melihatnya sebagai bagian dari pencitraan kandidat, terutama karena narasi program selalu dikaitkan dengan figur personal calon kepala daerah. Perbedaan interpretasi ini memperlihatkan satu frame yang sama bisa menghasilkan tafsir ganda yakni sebagai edukasi maupun pencitraan.

Gambar 2. Tampilan *feeds* akun Instagram @rohmfirin



Sumber : Instagram @rohmfirin

Berbeda dengan itu, akun @rohmfirin (gambar 2) lebih banyak menonjolkan identitas religius dan kultural. Visual kampanye yang memperlihatkan kandidat bersama ulama, penggunaan warna hijau, serta penekanan pada simbol mayoritas Islam dan etnis Sasak, dibaca mahasiswa sebagai strategi politik berbasis nilai lokal. Informan Hubungan Internasional menganggap *framing* ini relevan dengan kondisi sosial NTB, sedangkan mahasiswa Sosiologi menilai hal tersebut sebagai instrumen hegemonik untuk mengarahkan opini publik sesuai nilai dominan. Dengan demikian, *framing* berbasis identitas tidak sekadar berfungsi sebagai strategi kultural, melainkan juga sebagai upaya dominasi simbolik.

Gambar 3. Tampilan *feeds* akun Instagram @iqbaldind_ntb



Sumber : Instagram @iqbaldind_ntb

Sementara akun @iqbaldinda_ntb (gambar 3.) tampil dengan *framing* modern, rapi, dan komunikatif. Penggunaan desain infografis berwarna profesional, narasi ringan, dan gaya bahasa populer Gen Z menjadikan konten politik lebih mudah dipahami mahasiswa. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, gaya ini lebih menarik karena menyajikan isu politik secara ringkas, padat, dan efisien. Namun, mahasiswa Sosiologi menafsirkan *framing* ini sebagai bagian dari strategi branding kandidat yang ingin memperlihatkan dirinya sebagai sosok intelektual, profesional, dan dekat dengan generasi muda.

Dari tiga akun tersebut terlihat bahwa *framing* visual dapat membentuk persepsi yang berbeda-beda. Mahasiswa Ilmu Komunikasi cenderung memaknainya sebagai sarana edukasi, mahasiswa Hubungan Internasional melihat keterkaitannya dengan konteks sosial-budaya, sedangkan mahasiswa Sosiologi menyoroti sisi pencitraan dan relasi kuasa. Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa tidak bersifat pasif dalam menerima informasi. Mereka menggunakan kerangka interpretatif masing-masing untuk memaknai konten, sehingga *framing* yang dihadirkan tidak otomatis menentukan opini, tetapi bernegosiasi dengan interpretasi audiens.

Dalam perspektif teori *framing* Erving Goffman, hasil penelitian ini memperlihatkan bingkai visual berfungsi sebagai “lensa interpretatif” yang menuntun audiens dalam memahami realitas politik. Namun, bingkai tersebut tidak diterima begitu saja. Mahasiswa menempatkan diri sebagai audiens kritis yang mampu menilai keabsahan, relevansi, dan tujuan dari setiap narasi yang disajikan. Dengan kata lain, *framing* visual memang berperan penting, tetapi daya pengaruhnya sangat bergantung pada kapasitas audiens dalam menafsirkan pesan.

Dinamika pada Tahapan Pilkada

Selain *framing* visual, penelitian ini juga menyoroti dinamika pembentukan opini mahasiswa dalam lima tahapan Pilkada NTB 2024: pra-kampanye, kampanye, masa tenang, pengumuman hasil, dan pasca-pemilihan. Setiap tahapan menampilkan pola *framing* yang berbeda, yang kemudian ditafsirkan ulang oleh mahasiswa sesuai konteks dan pengalaman mereka.

1. Tahap Pra-Kampanye

Pada fase pra-kampanye, akun pendukung paslon lebih banyak menampilkan citra awal kandidat. Paslon 01 menggunakan simbol “jilbab hijau” sebagai identitas politik, yang

dibingkai tidak hanya sebagai atribut personal tetapi juga sebagai simbol kesalahan dan konsistensi dukungan. Paslon 02 menonjolkan program beasiswa dan keberhasilan masa lalu, sehingga membingkai kandidat sebagai figur pembangunan berkelanjutan. Paslon 03 lebih menekankan kedekatan dengan anak muda melalui sapaan akrab, pantun, dan narasi personalisasi kandidat.

Bagi mahasiswa, tahap pra-kampanye dipahami sebagai fase edukasi sekaligus pencitraan. Mereka menyadari bahwa konten politik tidak hanya menyampaikan informasi substantif, tetapi juga berfungsi membangun kesan pertama mengenai kandidat. Dengan demikian, pra-kampanye menjadi arena penting dalam positioning politik, yang tidak lepas dari penilaian kritis mahasiswa sebagai audiens aktif.

2. Tahap Kampanye

Pada tahap kampanye, *framing* semakin intensif dan diarahkan pada penguatan dukungan. Paslon 01 mengusung isu moral dan lingkungan, membingkai dirinya sebagai figur religius sekaligus peduli terhadap keberlanjutan. Paslon 02 menekankan ajakan partisipasi elektoral dengan gaya sederhana, sementara paslon 03 menampilkan kampanye akbar dengan kerumunan massa besar untuk membangun legitimasi.

Mahasiswa menilai bahwa kampanye di Instagram sarat pencitraan. Namun, mereka juga mengakui bahwa repetisi slogan dan simbol tertentu dapat mengarahkan opini secara gradual, bahkan tanpa disadari. Dengan demikian, kampanye digital tidak hanya menjadi media publikasi, tetapi juga arena reproduksi simbolik yang dapat membentuk konsensus melalui pengulangan pesan.

3. Tahap Masa Tenang

Gambar 4. positngan akun resmi @kpu.ntb



Sumber : @kpu.ntb

Pada masa tenang, *framing* bergeser dari narasi kandidat ke narasi kelembagaan. Akun resmi @kpu.ntb menampilkan aktivitas penertiban alat peraga kampanye (gambar 4.), yang membingkai masa tenang sebagai proses demokratis yang menekankan kepatuhan pada aturan. Mahasiswa menilai akun resmi lebih objektif dibandingkan akun partisan, karena menyajikan informasi prosedural tanpa narasi pencitraan. Hal ini memperlihatkan bahwa netralitas lembaga penyelenggara pemilu menjadi rujukan penting dalam membangun kepercayaan publik.

4. Tahap Pengumuman Hasil

Pengumuman hasil Pilkada oleh KPU dibingkai sebagai proses legalitas dan legitimasi. Visual rapat pleno, data perolehan suara, dan pernyataan resmi menjadi instrumen *framing* yang menekankan transparansi. Mahasiswa cenderung menerima narasi ini karena berbasis data resmi, berbeda dengan akun partisan yang dinilai penuh propaganda. Hal ini memperlihatkan bahwa pada fase krusial, audiens lebih memberi legitimasi pada narasi kelembagaan daripada narasi kandidat.

5. Tahap Pasca-Pemilihan

Tahap pasca-pemilihan ditandai dengan narasi rekonsiliasi dan stabilitas. Media lokal seperti @insidelombok (gambar 5.) menampilkan ucapan selamat antar kandidat dan pertemuan gubernur terpilih dengan pejabat daerah. *Framing* ini membangun persepsi bahwa transisi kepemimpinan berjalan damai, teratur, dan terkoordinasi. Mahasiswa menilai narasi ini penting untuk menjaga kondusivitas politik dan memastikan legitimasi hasil diterima publik.

Gambar 5. Instagram akun @insidelombok



Sumber : @insidelombok

Dinamika Pemaknaan terhadap Narasi Politik di Instagram

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menempati posisi yang kompleks dalam menyikapi narasi politik di Instagram selama Pilkada NTB 2024. Di satu sisi, mereka menjadi penerima narasi hegemonik yang dikonstruksi secara sistematis oleh aktor politik, sementara di sisi lain mereka juga mampu melakukan resistensi dan *reframing* terhadap konten yang dianggap manipulatif.

Pertama, penerimaan terhadap narasi hegemonik tampak ketika mahasiswa sering terpapar konten dengan intensitas tinggi, sehingga menimbulkan kesan adanya dukungan mayoritas pada kandidat tertentu. Repetisi visual dan dukungan tokoh mengarahkan sebagian mahasiswa menerima narasi dominan secara tidak sadar. Mekanisme ini sesuai dengan gagasan Gramsci bahwa hegemoni bekerja melalui konsensus yang dibangun secara halus lewat pengulangan dan normalisasi.

Gambar 6. postingan akun pendukung @ceritabangzul.official



Sumber : @ceritabangzul.official

Gambar 7. postingan akun resmi @sittirohmidjalillah yang menandai akun pendukung @rohmfirin



Sumber : akun resmi @sittirohmidjalillah

Kedua, terdapat pula resistensi terhadap simbol dominan (bisa dilihat pada gambar 6 dan 7), terutama penggunaan agama, budaya lokal, atau ketokohan dalam kampanye. Beberapa mahasiswa menganggap strategi semacam itu hanya pencitraan yang menutupi substansi program. Mereka menolak tunduk pada narasi simbolik semata, dan mulai mempertanyakan kualitas program maupun kapasitas kandidat. Sikap kritis ini mencerminkan potensi kontra-hegemonik, di mana audiens berusaha menolak makna dominan yang disodorkan oleh elite politik.

Ketiga, muncul praktik refleksi kritis dan *reframing* konten kampanye. Mahasiswa tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga memverifikasi melalui sumber alternatif, membandingkan antar paslon, serta mendiskusikannya dalam lingkaran sosial. Hal ini memperlihatkan adanya kapasitas literasi digital yang mendorong mahasiswa untuk tidak menerima informasi mentah, melainkan mengonstruksi ulang makna politik berdasarkan kerangka interpretasi mereka sendiri. Dalam kerangka Gramsci, mahasiswa dapat dipandang sebagai intelektual organik yang menciptakan ruang kontra-wacana di tengah dominasi narasi hegemonik.

Dengan demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa meskipun mahasiswa menjadi sasaran utama *framing* politik di Instagram, mereka bukan audiens pasif. Mereka mampu menimbang, menolak, dan menafsirkan ulang pesan politik sesuai logika personal, nilai budaya,

dan sumber informasi yang kredibel. Dinamika ini menegaskan bahwa ruang digital tidak hanya menjadi media hegemoni, tetapi juga arena resistensi dan rekonstruksi makna politik oleh publik muda.

Fenomena resistensi mahasiswa terhadap konten politik yang dianggap manipulatif menunjukkan bahwa kesadaran kritis telah berkembang di kalangan publik muda, terutama di lingkungan kampus. Dalam perspektif Gramsci, kondisi ini mencerminkan munculnya kesadaran intelektual yang mampu menantang hegemoni melalui pembentukan opini alternatif di ruang digital. Mahasiswa tidak lagi sekadar menjadi penerima pasif dari arus informasi, melainkan menjadi subjek aktif yang menggunakan kemampuan reflektifnya untuk menafsirkan ulang makna yang disebarkan oleh aktor politik. Proses ini dapat dipahami sebagai bentuk *kontra-hegemoni digital*, yaitu upaya kolektif publik muda dalam membongkar narasi dominan dan mengonstruksi makna baru berdasarkan nilai-nilai kritis, rasional, serta pengalaman sosial mereka. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat bagi kekuatan politik untuk mengukuhkan kekuasaan simbolik, tetapi juga ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan literasi politik digital dan membangun kesadaran sosial yang lebih mandiri.

Berdasarkan hasil analisis *framing* dan hegemoni, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik di media sosial Pilkada NTB 2024 tidak berjalan secara terpisah, melainkan saling terikat dan memperkuat satu sama lain. *Framing* visual digunakan untuk mengonstruksi citra politik yang menarik dan mudah diterima, sementara praktik hegemoni bekerja melalui penyebaran nilai, ideologi, serta simbol-simbol budaya yang menanamkan legitimasi sosial terhadap kandidat tertentu. Interaksi antara keduanya menjadikan media sosial, khususnya Instagram, sebagai arena baru bagi pembentukan opini politik mahasiswa. Dalam ruang ini, konten visual tidak hanya menjadi sarana representasi, tetapi juga menjadi instrumen ideologis yang mengarahkan kesadaran politik publik muda. Namun di sisi lain, resistensi dan reinterpretasi yang dilakukan mahasiswa memperlihatkan bahwa audiens memiliki daya kritis untuk menolak, menegosiasikan, atau bahkan menciptakan ulang makna politik sesuai dengan kerangka berpikirnya sendiri.

Kesimpulan

Konten politik yang beredar di Instagram, baik melalui akun pendukung pasangan calon

maupun media lokal, dikonstruksi dengan strategi *framing* yang menonjolkan citra moralitas, religiusitas, serta kedekatan calon dengan masyarakat. Melalui kekuatan visual dan naratif seperti penggunaan simbol budaya lokal (selendang, tenun NTB, sapaan khas) dan narasi positif yang menekankan kesederhanaan serta keakraban, subjek penelitian menerima pesan politik bukan hanya sebagai informasi, tetapi juga sebagai representasi nilai sosial yang dianggap ideal. Temuan ini sejalan dengan teori *framing* Erving Goffman, yang menjelaskan bahwa media tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga *membingkai realitas sosial* melalui seleksi simbol dan konteks tertentu. Proses ini membuat audiens membentuk pemaknaan terhadap peristiwa politik sesuai dengan bingkai yang disediakan media.

Namun, subjek penelitian tidak sepenuhnya menjadi penerima pasif dari bingkai yang ditawarkan media. Mereka menunjukkan sikap aktif dan reflektif melalui proses verifikasi, perbandingan sumber, serta penilaian kritis terhadap konten yang dikonsumsi. Ketika menemukan narasi politik yang dinilai terlalu politis atau tidak sesuai dengan realitas sosial, subjek penelitian cenderung melakukan *reframing* yakni menafsirkan ulang pesan politik berdasarkan rasionalitas, nilai sosial, dan pengalaman personal mereka. Dengan demikian, pembentukan opini politik subjek penelitian bersifat interaktif dan reflektif, sebagaimana pandangan Goffman bahwa interpretasi realitas sosial selalu dipengaruhi oleh cara individu memahami konteks simbolik yang dihadirkan media.

Instagram berperan sebagai *aparatus ideologis* yang secara halus menanamkan narasi hegemonik melalui simbol dan pesan politik yang tampak netral. Hal ini tergambar dalam hasil dan pembahasan pada dinamika *framing* di setiap tahapan pilkada, misalnya pada unggahan akun *Inside Lombok* berjudul “Rohmi Sampaikan Ucapan Selamat untuk Iqbal–Dinda”, yang menampilkan simbol kesantunan, legitimasi hasil pemilu, serta ajakan moral untuk menerima hasil dengan lapang dada. Proses ini sejalan dengan teori hegemoni Antonio Gramsci, yang menjelaskan bahwa kekuasaan tidak hanya bekerja melalui dominasi, tetapi juga melalui persetujuan sosial (*consent*) yang diperoleh lewat institusi budaya seperti media. Melalui konten politik yang dikemas dengan narasi kesantunan dan nilai harmoni, media menanamkan ide legitimasi dan stabilitas politik sebagai sesuatu yang wajar dan pantas diterima oleh publik.

Namun, narasi hegemonik tersebut tidak selalu diterima secara total oleh subjek penelitian. Sebagian subjek penelitian menunjukkan sikap kritis dan resistif terhadap simbol serta

pesan politik yang dianggap manipulatif atau tidak konsisten dengan realitas sosial. Mereka melakukan *reframing* dan mengembangkan *counter-narrative* sebagai bentuk perlawanan simbolik terhadap makna dominan. Dalam konteks ini, subjek penelitian berperan sebagai *intelektual organik* mengacu pada konsep Gramsci yang mampu mengkritisi wacana hegemonik dan membangun makna politik tandingan melalui refleksi dan diskusi di ruang digital.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa praktik hegemoni di media sosial bersifat dinamis, di satu sisi, media berfungsi sebagai instrumen ideologis yang membentuk kesadaran sosial; di sisi lain, audiens dalam hal ini subjek penelitian mampu menegosiasikan dan menolak dominasi makna melalui kesadaran kritisnya. Dengan demikian, ruang digital seperti Instagram tidak hanya menjadi sarana reproduksi kekuasaan simbolik, tetapi juga arena lahirnya praktik kontra-hegemonik yang memperkaya dinamika wacana politik di kalangan subjek penelitian.

Daftar Pustaka

- Alkatiri, A. B., Nadiyah, Z., & Nasution, A. N. (2020). Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal di Media Sosial Twitter. *Journal Strategic Communication*.
- Arifin, I., Ahmad, M. S., Arifin, J., Agustang, A. D., & Sadriani, A. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempengaruhi Keputusan Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024 di Indonesia. *Journal Pendidikan*.
- Arlinah, & Subuh, D. R. (2019). Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun. *Journal Ilmiah Kebudayaan dan Kesenjangan*.
- Auliya, A. A., Yahya, A. B., & Hurryos, F. K. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja di Indonesia. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa 1*.
- Azzahri, N. S. (2024, Maret). *Politik Digital : Keterlibatan Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Muda Pada Pesta Demokrasi 2024*. Retrieved Agustus 8, 2025, from setneg.go.id: https://www.setneg.go.id/baca/index/politik_digital_keterlibatan_media_sosial_dalam_meningkatkan_partisipasi_politik_generasi_muda_pada_pesta_demokrasi_2024
- Barlian, E. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang: In P Barlian, MS.
- Buana, E. A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Situs Jual Beli Online Bukalapak versi "Semua Bisa Dinego" Terhadap Minat Beli Calon Konsumen di SMA Kristen Terang Bangsa Semarang. *eskripsi usm*.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram @rumahkimkotatanggerang). *Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*.
- Goffman, E. (1947). *Frame Analysis : An Essay on the Organization of Experience*. The Maple Press.
- Hasna, N. N. (2024). Perspektif Mahasiswa Terkait Efektivitas Komunikasi Politik Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*.
- Nababan, A. M., Namotemo, D. D., & Ferdinandus, D. (2023). Peran Media Sosial Tiktok dalam



Membentuk Opini Publik Tentang Calon Presiden pada Pemilu 2024 . *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.

- Kusuma, N. (2021). Pembagian Kerja Antara Suami dan Istri dalam Rumah Tangga Nelayan (Studi di Kampung Nelayan Pondok Perasi Kelurahan Bintaro) . *RESIPROKAL*, 49-50.
- Moleong, L. P. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patria, N., & Arief, A. (1999). *Antonio Gramsci : Negara & Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sibawaih, Y. (2023). Analisis Pesan Politik Kepala Daerah Studi Kasus Akun Media Sosial Gubernur Zulfieflimansyah. *etheses.uinmataram*.
- Syuhada, K., Fitriani, R., Septia, R. F., Novia, I., & Karjono, M. (2024). Intervensi Kuasa Pengetahuan Terhadap Risiko Stunting Pada Masyarakat Pesisir (Kasus Pada Kampung KB Pantai Kuranji). *RESIPROKAL*, 83-84.
- Rivaldy, A., Wowor, H. A., Maisya, S. R., & Safitri, D. (2021). Penggunaan Twitter Dalam Meningkatkan Melek Politik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*.
- Sitompul, D. P., Sitorus, Y., Sibuea, E. G., & Elsi , S. D. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempengaruhi Perilaku Pemilih Pemula . *Jurnal Hukum Administrasi dan Sosial*.