

## **DARI SATIR DIGITAL KE CITRA POLITIK: ANALISIS FRAMING ROBERT ENTMAN TERHADAP PEMBERITAAN LAGU 'MBG MAS BAHLIL GANTENG' PADA KOMPAS.COM DAN CNNINDONESIA.COM**

**Fitri Dwi lestari**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma  
Email Penulis: fitridwilestari@staff.gunadarma.ac.id

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis framing pemberitaan lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" pada Kompas.com dan CNNIndonesia.com menggunakan model analisis framing Robert N. Entman. Analisis dilakukan terhadap sepuluh berita yang terdiri atas lima berita Kompas.com dan lima berita CNNIndonesia.com mengenai fenomena viral lagu tersebut di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com membingkai fenomena lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" sebagai bagian dari budaya digital yang menonjolkan kreativitas netizen, hiburan, serta partisipasi pengguna media sosial. Sebaliknya, CNNIndonesia.com lebih menekankan dimensi komunikasi politik dengan membingkai viralitas lagu sebagai fenomena yang berkaitan dengan pembentukan citra politik, pengelolaan opini publik, dan strategi komunikasi aktor politik. Meskipun memiliki penekanan yang berbeda, kedua media sama-sama menggeser makna awal lagu yang lahir sebagai satir digital menjadi narasi hiburan maupun citra politik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan realitas, tetapi juga berperan aktif dalam mengonstruksi makna suatu fenomena melalui proses framing, sehingga memengaruhi cara publik memahami hubungan antara budaya digital, satir politik, dan pembentukan citra politik di era media digital.

**Kata Kunci:** *analisis framing, Robert N. Entman, satir digital, citra politik, online media*

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the news framing of the "MBG Mas Bahlil Ganteng" song in Kompas.com and CNNIndonesia.com using Robert N. Entman's framing analysis model. The analysis was conducted on ten news articles, consisting of five articles from Kompas.com and five from CNNIndonesia.com, covering the viral phenomenon of the song on social media. The findings reveal that Kompas.com frames the "MBG Mas Bahlil Ganteng" song primarily as a digital cultural phenomenon by emphasizing netizens' creativity, entertainment, and participatory engagement in social media. In contrast, CNNIndonesia.com places greater emphasis on the political communication dimension, framing the song's virality as a phenomenon closely related to political image-building, public opinion management, and the communication strategies of political actors. Despite these different emphases, both media outlets reconstruct the song's original meaning, shifting it from a form of digital satire into narratives centered on entertainment and political image. These findings demonstrate that the media do not merely report reality but actively construct meaning through framing processes, thereby shaping public understanding of the relationship between digital culture, political satire, and political image-building in the digital media era.*

**Keywords:** *framing analysis, Robert N. Entman, digital satire, political image, online news media*

### **Pendahuluan**

Perkembangan *new media* memunculkan pola komunikasi politik yang semakin berkembang bagi publik. Media sosial yang merupakan bagian dari *new media* tidak hanya menjadi sumber informasi

politik, tapi publik juga dapat mejadi pembuat dan penyebar konten politik. Penelitian Astuti & Wulandari (2025) menyebutkan bahwa media sosial berperan dalam pembentukan opini publik, penggunaan satire sebagai alat kritik sosial, hingga

sebagai tempat publik untuk merespon konten politik di ruang digital. Sejalan dengan itu, Husniati & Bik (2025) juga mengatakan jika media sosial kerap digunakan sebagai sarana ekspresi sosial-politik, seperti menyuarakan opini, diskusi politik, advokasi sosial, hingga promosi politik dengan bahasa yang disesuaikan dengan karakter media sosial. Contohnya aplikasi X dengan gaya bahasa bernuansa kritik dan satire, sedangkan TikTok yang merupakan platform berbasis video pendek lebih sering diisi dengan tren-tren viral dengan gaya bahasa yang gaul dan ekspresif.

Salah satu fenomena yang menarik perhatian publik Indonesia adalah viralnya lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" yang beredar luas di media sosial, khususnya TikTok. Lagu tersebut awalnya muncul sebagai produk kreativitas digital yang mengolah komentar-komentar netizen menjadi sebuah lagu dengan bantuan teknologi kecerdasan buatan (AI). Lirik yang sederhana, humoris, dan mudah diingat membuat lagu ini cepat menyebar serta memunculkan beragam interpretasi di kalangan masyarakat. Di satu sisi, lagu tersebut dipahami sebagai bentuk hiburan dan kreativitas pengguna media sosial, tetapi di sisi lain banyak pengguna internet yang menafsirkan lagu tersebut sebagai bentuk satire terhadap figur politik yang selama ini menjadi sasaran kritik publik (Setuningsih, 2026).

Menariknya, ketika fenomena tersebut memasuki ruang pemberitaan media arus utama, terjadi pergeseran makna dari sekadar konten satire digital menjadi narasi yang berkaitan dengan citra politik. Beberapa pemberitaan menonjolkan lagu tersebut sebagai bentuk apresiasi publik terhadap sosok Bahlil Lahadalia, sementara sebagian lainnya menempatkannya sebagai fenomena sosial yang menunjukkan hubungan kompleks antara kritik, humor, dan popularitas politik di era digital. Kompas.com, misalnya, menyoroti fenomena tersebut melalui perspektif budaya digital dengan menekankan tipisnya batas antara ekspresi kritik dan dukungan publik terhadap figur politik.

Perbedaan sudut pandang antarmedia ini memperlihatkan secara jelas implementasi dari paradigma konstruktivis. Dalam pandangan konstruksionis, media bukanlah sekadar saluran bebas yang netral, melainkan subjek aktif yang mengonstruksi realitas lengkap dengan pandangan, bias, dan faktor sosial di dalamnya. Salah satu cara utama media dalam mengonstruksi realitas tersebut

adalah melalui strategi pengemasan pesan atau framing. Melalui proses framing inilah, media menyaring peristiwa kompleks dan mengarahkan perhatian khalayak pada sudut pandang tertentu (Roli, 2023).

Framing menurut Entman (dalam Hafidli, et.al., 2023) merupakan proses penunjukkan atau penonjolan pada aspek tertentu dalam berita yang bertujuan untuk membingkai berita sehingga mampu mempengaruhi publik sesuai dengan kepentingan dan tujuan media itu sendiri. Penonjolan ini dapat membuat informasi menjadi memiliki makna, ketertarikan, dan dapat lebih mudah untuk diingat oleh khalayak. Penonjolan isu tersebut merupakan sebuah fakta berita yang diambil oleh penulisannya yang kemudian mengikat pesan berita tersebut. Dalam melakukan analisis framing model Robert N. Entman, terdapat beberapa hal yang mampu mendukung proses analisis, diantaranya adalah *Define Problems*, dimana dalam sebuah berita berisi penjelasan bagaimana suatu peristiwa dimaknai oleh seorang jurnalis. Lalu *Diagnose Causes* dimana sebuah informasi terhadap suatu peristiwa kemudian dibingkai yang bertujuan untuk mengetahui siapa saja aktor yang berperan dalam peristiwa tersebut sehingga akan terlihat siapa yang menjadi aktor utama dari peristiwa tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan *Make Moral Judgment* yang pada dasarnya poin ini digunakan untuk memberikan sebuah argumentasi pembenaran terhadap definisi dari peristiwa yang telah dibuat sebelumnya. Kemudian yang terakhir adalah *Treatment Recommendation*, dimana dalam tahap ini mengandung sebuah solusi yang dipilih untuk menyelesaikan masalah pada peristiwa tersebut.

Fenomena lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" menjadi menarik untuk dikaji karena memperlihatkan transformasi sebuah produk budaya digital yang lahir dari ruang partisipatif netizen menjadi objek pemberitaan media arus utama. Di media sosial, lagu tersebut memunculkan beragam respons dan interpretasi, mulai dari yang memaknainya sebagai bentuk humor politik dan kreativitas digital, hingga yang melihatnya sebagai strategi pencitraan maupun bentuk normalisasi terhadap tokoh politik yang sebelumnya menjadi sasaran kritik publik. Keragaman respons tersebut menunjukkan bahwa makna suatu fenomena digital tidak bersifat tunggal, melainkan terus diproduksi dan direproduksi melalui berbagai ruang

komunikasi. Ketika fenomena tersebut memasuki ruang pemberitaan media online, proses pembentukan makna menjadi semakin kompleks karena media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi juga melakukan seleksi, penekanan, dan interpretasi terhadap aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa.

Fenomena lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" dengan demikian memperlihatkan bagaimana sebuah konten digital dapat mengalami transformasi makna dari satir dan ekspresi budaya internet menuju narasi yang berkaitan dengan citra politik. Dalam konteks tersebut, pemberitaan Kompas.com dan CNN Indonesia menjadi relevan untuk dianalisis guna memahami bagaimana kedua media mengonstruksi fenomena tersebut melalui perangkat framing Robert N. Entman, khususnya dalam mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan penyelesaian atas peristiwa yang diberitakan.

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis framing yang merupakan turunan dari analisis teks media. Dalam analisis framing yang dilihat adalah bagaimana cara media memaknai, memahami, dan membingkai kasus/peristiwa yang ada. Analisis framing berusaha mengerti (*verstehen*) dan menafsirkan makna dari satu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu. Peristiwa yang sama bisa jadi dibingkai secara berbeda oleh media (Eriyanto, 2002). Dalam penelitian ini yang coba dianalisis adalah bagaimana dua media arus utama, yaitu kompas.com dan cnnindonesia.com membingkai isu yang sama.

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme Eriyanto (2002) menyebutkan analisis framing termasuk dalam paradigma konstruktivisme. Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkan. Dalam paradigma konstruktivisme, media bukanlah sekadar saluran yang bebas, media juga sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan keberpihakannya. Konstruktivisme memandang media sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.

Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, melainkan juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Selain membandingkan bagaimana kompas.com dan cnnindonesia.com membingkai isu yang sama, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana kompas.com dan cnnindonesia.com mendefinisikan fenomena lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" yang viral di media sosial.

Ada pun teknik analisis framing yang dipilih dalam penelitian ini adalah model framing Robert N. Entman. Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Berikut elemen analisis framing Entman (Eriyanto, 2002):

1. *Define problems* (Pendefinisian masalah)  
Elemen ini merupakan *master frame*/bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa itu dipahami oleh wartawan. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan bentukan realitas bentukan yang berbeda.
2. *Diagnose causes* (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)  
Merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti "*what*", bisa juga "*who*".
3. *Make moral judgement* (Membuat Keputusan moral)  
Elemen framing yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat.
4. *Treatment recommendation* (Menekankan penyelesaian)  
Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat bergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Sumber data penelitian ini berupa 10 teks berita yang terdiri dari lima berita Kompas.com dan

lima berita CNNIndonesia.com yang secara khusus memberitakan fenomena viral lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng". Berita dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan

relevansi terhadap fokus penelitian, yaitu bagaimana kedua media mengonstruksi realitas mengenai fenomena tersebut melalui framing pemberitaan.

**Hasil dan Pembahasan**

**Analisis Framing Pemberitaan Lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" pada Media Kompas.com**

Subbab ini menyajikan hasil analisis framing terhadap lima berita dari Kompas.com yang telah dipilih sebagai unit analisis. Analisis dilakukan pada setiap artikel untuk mengidentifikasi cara media mengonstruksi dan menyajikan peristiwa yang diberitakan.

**Tabel 1. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita Kompas 1**

Judul berita: Lirik Lagu MBG Bahlil yang Hiasi Timeline Media Sosial (Kompas.com, 25 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> Kompas mendefinisikan peristiwa sebagai fenomena viralnya lagu "MBG" yang bersifat absurd, jenaka, dan menguasai linimasa media sosial. Fokus masalah bukan pada isu politik serius, tetapi pada <i>viral culture</i> dan keunikan konten digital yang melibatkan figur publik (Bahlil Lahadalia) dalam konteks hiburan.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab viralnya lagu dikonstruksikan berasal dari kreativitas konten digital berbasis AI dan partisipasi netizen. Kompas menunjuk aktor utama yaitu akun TikTok pembuat konten serta budaya komentar netizen yang dijadikan bahan lirik. Faktor penyebab lebih bersifat teknologi (AI) dan sosial (interaksi netizen), bukan institusi formal.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> Kompas memberikan penilaian implisit bahwa fenomena ini bersifat hiburan, ringan, dan tidak berbahaya. Ada nuansa positif terhadap kreativitas digital (AI, remix komentar netizen), meskipun ditampilkan sebagai "random" atau "nyeleneh". Tidak ada kritik moral negatif terhadap aktor utama, bahkan figur Bahlil ditampilkan dalam konteks humor.
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Tidak ada solusi kebijakan formal, tetapi Kompas secara implisit merekomendasikan penerimaan terhadap fenomena viral sebagai bagian dari budaya digital. Solusi yang ditawarkan adalah konsumsi hiburan digital dan pemahaman bahwa konten tersebut merupakan hasil kreativitas AI dan netizen, bukan isu serius. Pihak yang "bertindak" adalah kreator konten dan pengguna media sosial.

**Tabel 2. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita Kompas 2**

Judul berita: Jingle 'Mas Bahlil Ganteng' Mengepung Netizen, Golkar Untung? (Kompas.com, 26 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> Kompas membingkai fenomena sebagai viralnya meme/jingle "Mas Bahlil Ganteng" yang mengepung ruang digital dan menimbulkan pertanyaan politik: apakah ini menguntungkan Partai Golkar dan Bahlil Lahadalia. Fokus bergeser dari sekadar hiburan menjadi potensi dampak politik dan citra partai.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab viralitas dikonstruksikan berasal dari kreativitas netizen, akun TikTok berbasis AI, serta algoritma media sosial yang memperluas sebaran konten. Aktor utama yang ditunjuk adalah kreator konten (akun TikTok) dan pengguna media sosial yang mereaksi dan menyebarkan ulang konten tersebut. Faktor teknologi (AI dan platform digital) serta budaya remix digital menjadi penyebab utama.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i>

	Kompas menampilkan penilaian moral yang cenderung positif terhadap fenomena ini sebagai bentuk kreativitas dan hiburan digital. Lagu dianggap “menghibur”, “apresiasi”, dan “wajar”, bukan sesuatu yang berbahaya. Selain itu, sikap Partai Golkar yang tidak mempermasalahkan juga dinilai sebagai respons yang rasional dan tidak defensif. Hal ini dinarasikan dalam tubuh berita: <i>“Golkar merasa diapresiasi... merupakan bagian dari kreativitas warganet”</i> dan <i>“lagu tersebut dapat dibaca sebagai bentuk apresiasi publik”</i> serta <i>“lagunya terkesan menghibur juga.”</i>
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Solusi yang ditawarkan adalah strategi komunikasi politik <i>“riding the wave”</i> , yaitu memanfaatkan tren viral untuk keuntungan citra politik. Golkar disarankan untuk tidak bersikap defensif, tetapi ikut memanfaatkan viralitas untuk meningkatkan citra dan elektabilitas. Pihak yang diharapkan bertindak adalah Partai Golkar dan aktor politik terkait.

**Tabel 3. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita Kompas 3**

Judul berita: Lagu ‘MBG Mas Bahlil Ganteng’ Viral, Golkar Sebut Penghargaan Netizen Atas Kerja Keras Bahlil (Kompas.com, 27 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> Kompas membingkai fenomena sebagai viralnya lagu/meme “MBG Mas Bahlil Ganteng” di media sosial yang kemudian dipersepsikan sebagai bentuk apresiasi publik terhadap figur politik Bahlil Lahadalia. Fokus masalah bukan pada kontroversi, tetapi pada bagaimana konten digital ini dimaknai sebagai “penghargaan” dan ekspresi netizen.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab viralitas dikaitkan dengan kreativitas netizen dan produksi konten AI di media sosial. Aktor utama adalah Sekjen Golkar (sebagai pemberi makna politik) dan akun TikTok kreator AI yang menyebarkan lagu tersebut. Faktor penyebab utama tetap budaya digital, yaitu remix, humor internet, dan algoritma platform.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> Kompas menampilkan penilaian moral yang positif dan legitimatif terhadap fenomena ini. Lagu diposisikan sebagai sesuatu yang “menghibur”, “wajar”, dan tidak perlu dipermasalahkan. Selain itu, respons Partai Golkar dikonstruksikan sebagai sikap rasional, santai, dan tidak reaktif. Hal ini dinarasikan dalam tubuh berita: <i>“lagu ini disebut terkesan menghibur dan tidak perlu dipandang secara berlebihan”</i> dan <i>“ya nggak masalah. Silakan saja.”</i>
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Rekomendasi yang muncul bersifat implisit, di mana Partai Golkar disarankan untuk tetap menerima, merespons santai, dan tidak memperbesar isu viral menjadi masalah politik. Tidak ada tindakan korektif, melainkan penguatan strategi komunikasi pasif-positif dengan membiarkan viralitas berjalan sebagai bentuk apresiasi publik.

**Tabel 4. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita Kompas 4**

Judul berita: Reaksi Bahlil Saat Raffi Ahmad Tanya Lagu MBG (Kompas.com, 30 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> Kompas membingkai fenomena sebagai viralnya lagu “MBG” yang sudah memasuki ranah figur politik secara langsung, sehingga memunculkan reaksi pribadi dari Bahlil Lahadalia. Masalah yang ditonjolkan bukan sekadar viralitas, tetapi juga bagaimana figur publik merespons konten digital yang menyinggung dirinya, termasuk aspek etika media sosial (misalnya SARA).
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab utama viralitas dikaitkan dengan kreativitas anak muda dan budaya konten digital berbasis AI yang menghasilkan lagu absurd dan jenaka. Aktor penyebab adalah kreator anonim (pembuat

	lagu), netizen, serta ekosistem media sosial yang mempercepat penyebaran konten. Selain itu, Raffi Ahmad berperan sebagai penghubung yang memperkuat eksposur isu.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> Kompas menampilkan penilaian moral yang campuran, yaitu positif terhadap kreativitas anak muda, tetapi disertai batasan moral bahwa konten digital harus “terukur” dan tidak mengandung SARA. Bahlil diposisikan sebagai figur yang apresiatif namun tetap memberikan norma etika.
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Solusi yang ditawarkan adalah penggunaan media sosial secara bertanggung jawab, menjaga batas etika (terutama isu SARA), serta tetap menghargai kreativitas digital. Tidak ada tindakan represif, tetapi ada dorongan normatif agar konten viral tetap dalam koridor etika sosial. Aktor yang diharapkan bertindak adalah kreator konten dan pengguna media sosial.

**Tabel 5. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita Kompas 5**

Judul berita: Bahlil Tepok Jidat Saat Lagu ‘MBG, Mas Bahlil Ganteng’ Diputar (Kompas.com, 6 Juni 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> Kompas membingkai peristiwa sebagai momen viralnya lagu “MBG Mas Bahlil Ganteng” yang secara langsung muncul dalam ruang formal politik (acara Mubes Kosgoro 1957), sehingga menimbulkan reaksi spontan dari Bahlil. Masalah yang ditonjolkan adalah masuknya budaya meme/hiburan digital ke ranah politik formal dan bagaimana hal itu memengaruhi suasana acara.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab utama adalah viralitas lagu di media sosial yang kemudian “terbawa” ke ruang acara politik formal. Aktor penyebab adalah kreator lagu AI, netizen yang menyebarkan, serta panitia/acara yang memutar lagu tersebut. Faktor budaya digital ( <i>meme culture</i> ) menjadi penyebab utama masuknya konten viral ke ruang publik resmi.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> Kompas menampilkan penilaian moral yang cenderung positif dan ringan terhadap fenomena ini. Lagu diposisikan sebagai hiburan yang “biasa saja”, “menghibur”, dan bagian dari komunikasi santai antara elite politik dan kader. Tidak ada kritik keras, melainkan normalisasi humor politik. Hal ini dinarasikan dalam tubuh berita: “ <i>Eggak itu kan biasa aja. Itu kan hiburan...</i> ” dan “ <i>bentuk komunikasi antara pimpinan partai dengan kader...</i> ”
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Solusi yang ditawarkan bersifat implisit, yaitu menerima fenomena viral sebagai bagian dari budaya politik modern dan menjadikannya sebagai sarana hiburan serta komunikasi informal. Tidak ada tindakan korektif, melainkan penyesuaian elite politik terhadap budaya digital dan meme yang sudah melekat di ruang publik.

**Analisis Framing Pemberitaan Lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" pada Media Cnnindonesia.com**

Subbab ini menyajikan hasil analisis framing terhadap lima berita dari Cnnindonesia.com yang telah dipilih sebagai unit analisis. Analisis dilakukan pada setiap artikel untuk mengidentifikasi cara media mengonstruksi dan menyajikan peristiwa yang diberitakan.

**Tabel 6. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita CCN 1**

Judul berita: Asal Muasal Viral Lagu MBG Mas Bahlil Ganteng ‘My Little Bolu Ketan’ (CNN Indonesia, 26 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> CNN membingkai peristiwa sebagai fenomena viralnya lagu “MBG Mas Bahlil Ganteng” di media sosial yang menjadi perhatian publik karena dianggap “menempel” di ingatan dan sulit dilupakan. Fokus masalah diarahkan pada asal-usul viralitas dan daya sebar konten digital berbasis AI.

2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab viralitas dikaitkan dengan penggunaan teknologi AI serta partisipasi aktif netizen dalam membentuk lirik dari komentar-komentar di media sosial. Aktor utama adalah kreator akun TikTok berbasis AI dan warganet yang ikut menyebarkan serta mereplikasi konten. Faktor algoritma platform dan budaya remix digital juga menjadi pendorong utama.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> CNN memberikan penilaian moral yang netral-cenderung ringan terhadap fenomena ini. Lagu diposisikan sebagai konten hiburan yang lucu, menghibur, dan memiliki efek “ <i>unforgettable</i> ”. Tidak ada kritik keras terhadap aktor politik maupun kreator, hanya penekanan pada sifat hiburan viral yang kuat secara psikologis.
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Tidak ada solusi kebijakan formal yang ditawarkan. Secara implisit, media menyarankan pemahaman bahwa fenomena ini adalah bagian dari budaya viral AI dan hiburan digital yang sulit dihindari. Respon yang ditampilkan adalah penerimaan dan konsumsi pasif dari warganet terhadap konten viral.

**Tabel 7. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita CCN 2**

Judul berita: Pakar soal Lagu Little Bolu Ketan: Realita Penegas Bahlil Raja Olah (CNN Indonesia, 29 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> CNN membingkai fenomena sebagai viralnya lagu “My Little Bolu Ketan” yang tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga diperdebatkan sebagai simbol kekuatan politik Bahlil Lahadalia dalam mengelola citra dan opini publik. Masalah utama yang diangkat adalah transformasi satire menjadi legitimasi politik dan penguatan citra figur Bahlil sebagai “raja olah-olah”.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab utama dikaitkan dengan kemampuan aktor politik (Bahlil dan Golkar) dalam mengelola isu, serta dinamika media sosial yang mengubah satire menjadi tren positif. Aktor penyebab meliputi Bahlil sebagai figur politik, Golkar sebagai mesin politik, serta algoritma dan publik media sosial yang merespons secara emosional.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> CNN (melalui kutipan pakar) memberikan penilaian bahwa fenomena ini menunjukkan kemampuan politik yang kuat dan strategis, bahkan disebut sebagai “raja olah-olah”. Penilaian cenderung positif terhadap kecerdasan politik Bahlil dalam mengubah kritik menjadi popularitas, meskipun tetap mengandung nuansa manipulatif dalam pengelolaan isu. Hal ini dinarasikan dalam tubuh berita: “ <i>realita ini menjadi penegas betapa Bahlil si raja olah-olah</i> ” dan “ <i>publik mulai menyukai Bahlil sebagai komoditas politik</i> ” serta “ <i>Golkar mengelola isu negatif menjadi isu positif.</i> ”
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Rekomendasi yang muncul bersifat analitis-strategis, berupa pengelolaan isu negatif secara efektif dapat dimanfaatkan sebagai alat peningkatan citra politik. Tidak ada solusi normatif untuk publik, tetapi ada legitimasi terhadap strategi komunikasi politik Golkar dan Bahlil dalam memanfaatkan viralitas. Hal ini dinarasikan dalam tubuh berita: “ <i>Golkar bisa mengubah lagu satire jadi isu positif</i> ” dan “ <i>cara Golkar mengelola isu negatif menjadi isu positif...</i> ” serta penegasan bahwa fenomena ini adalah strategi komunikasi politik yang efektif.

**Tabel 8. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita CCN 3**

Judul berita: Bahlil Minta Raffi Ahmad Cari Pembuat Lagu MBG Mas Bahlil Ganteng (CNN Indonesia, 30 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i>

	CNN membingkai peristiwa sebagai respons lanjutan dari viralnya lagu “MBG Mas Bahlil Ganteng”, dengan fokus pada upaya Bahlil untuk mencari dan mengapresiasi kreator lagu tersebut. Masalah yang ditonjolkan bukan konflik, tetapi bagaimana figur politik merespons fenomena viral dengan pendekatan apresiatif dan personal.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab utama tetap pada viralitas konten media sosial berbasis AI yang menyebar luas dan menarik perhatian publik. Aktor penyebab adalah kreator anonim, akun TikTok penyebar lagu, serta netizen yang memperkuat viralitas. Selain itu, figur publik (Raffi Ahmad) menjadi perantara dalam proses pencarian kreator.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> CNN menampilkan penilaian moral yang cenderung positif terhadap kreativitas digital dan sikap Bahlil yang apresiatif. Lagu dipandang sebagai karya kreatif yang layak dihargai, selama tidak mengandung unsur sensitif seperti SARA. Sikap pejabat publik juga dinilai wajar dalam konteks keterbukaan terhadap budaya digital.
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Solusi yang ditawarkan adalah pendekatan apresiatif terhadap kreator konten viral, termasuk upaya mencari, mengundang, dan memberi penghargaan kepada pembuat lagu. Selain itu, ada rekomendasi normatif agar kreativitas digital tetap berada dalam batas etika (tidak menyentuh SARA). Pihak yang diharapkan bertindak adalah Bahlil, Raffi Ahmad, dan kreator konten.

**Tabel 9. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita CCN 4**

Judul berita: Bahlil Penasaran Pembuat Lagu My Little Bolu Ketan, Ingin Undang Makan (CNN Indonesia, 31 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> CNN membingkai peristiwa sebagai lanjutan dari viralnya lagu “My Little Bolu Ketan” yang menimbulkan rasa penasaran dari Bahlil terhadap kreator di baliknya. Masalah utama yang diangkat adalah bagaimana figur publik merespons viralitas konten digital yang melibatkan dirinya, sekaligus mempertemukan ranah hiburan, media sosial, dan politik.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab viralitas dikaitkan dengan kreativitas netizen, teknologi AI, serta penyebaran masif di platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Aktor utama adalah kreator akun TikTok berbasis AI, influencer yang mempopulerkan lagu, serta netizen yang memperkuat distribusi konten.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> CNN menampilkan penilaian moral yang cenderung positif terhadap fenomena ini sebagai bentuk kreativitas digital, meskipun disertai batasan etika. Bahlil diposisikan sebagai figur yang apresiatif terhadap kreativitas anak muda, tetapi tetap menekankan pentingnya tanggung jawab dan batasan (tidak menyentuh SARA).
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Solusi yang ditawarkan adalah pendekatan apresiatif dan personal terhadap kreator konten viral, seperti mengundang dan memberi penghargaan secara langsung. Selain itu, ada rekomendasi normatif agar kreativitas digital tetap berada dalam koridor etika sosial dan tidak melanggar batas sensitif seperti SARA. Pihak yang diharapkan bertindak adalah Bahlil, Raffi Ahmad, dan kreator konten.

**Tabel 10. Pembedahan Framing Robert N. Entman Berita CCN 5**

Judul berita: Jokowi Ramaikan Tren Lagu Bahlil My Little Bolu Ketan (CNN Indonesia, 31 Mei 2026)	
No.	Elemen Framing dan Penjelasan
1.	<i>Define Problems:</i> CNN membingkai peristiwa sebagai viralnya tren lagu “My Little Bolu Ketan” yang telah meluas hingga melibatkan Presiden Joko Widodo, sehingga memperkuat statusnya sebagai fenomena nasional di media sosial. Masalah yang ditonjolkan adalah eskalasi viralitas konten digital dari ruang hiburan menjadi perhatian figur negara.
2.	<i>Diagnose Causes:</i> Penyebab viralitas dikaitkan dengan budaya media sosial yang masif, partisipasi anak muda, serta penyebaran konten berbasis AI dan remix komentar netizen. Aktor utama adalah kreator TikTok berbasis AI, influencer yang mempopulerkan lagu, serta pengguna media sosial yang memperluas jangkauan tren hingga ke figur presiden.
3.	<i>Make Moral Judgment:</i> CNN menampilkan penilaian moral yang positif terhadap fenomena ini sebagai ekspresi kreativitas generasi muda. Jokowi memaknai tren tersebut sebagai bentuk kegembiraan yang “patut diapresiasi”, sehingga framing condong pada penerimaan terhadap budaya digital dan hiburan viral.
4.	<i>Treatment Recommendation:</i> Solusi yang ditawarkan bersifat implisit: fenomena viral harus dipahami sebagai ekspresi kreativitas digital yang positif dan diterima oleh figur publik maupun masyarakat. Tidak ada koreksi atau kontrol, melainkan legitimasi terhadap tren budaya populer yang melibatkan pejabat tinggi sebagai bagian dari ruang hiburan digital.

Analisis framing terhadap sepuluh berita yang terdiri atas lima berita Kompas.com dan lima berita CNNIndonesia.com menunjukkan bahwa kedua media mengonstruksi fenomena lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" melalui penekanan aspek yang berbeda meskipun mengangkat objek pemberitaan yang sama. Sesuai dengan konsep framing Robert Entman, proses konstruksi tersebut tampak melalui empat elemen utama, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*. Perbedaan penonjolan pada setiap elemen menunjukkan bahwa media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi secara aktif memilih aspek tertentu untuk ditampilkan sehingga membentuk cara publik memahami fenomena tersebut. Temuan ini sejalan dengan pandangan Entman (dalam Eriyanto, 2002) yang melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu yang kemungkinan memengaruhi khalayak dalam memahami suatu isu/realitas.

Pada elemen *define problems*, Kompas.com secara konsisten mendefinisikan lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" sebagai fenomena budaya digital yang lahir dari kreativitas netizen. Hampir seluruh

berita Kompas menonjolkan kata-kata seperti *viral*, *jenaka*, *absurd*, *menghibur*, *kreativitas*, dan *AI*, sehingga persoalan utama yang dibangun bukanlah kritik terhadap figur politik, melainkan keberhasilan sebuah konten digital menarik perhatian publik. Bahkan ketika lagu tersebut memasuki ruang politik melalui respons Bahlil maupun Partai Golkar, fokus pemberitaan tetap diarahkan pada bagaimana elite merespons fenomena tersebut secara santai. Dengan demikian, Kompas mengonstruksi realitas bahwa lagu viral merupakan bagian dari dinamika budaya media sosial yang wajar terjadi dalam masyarakat digital.

Berbeda dengan Kompas, CNNIndonesia.com mendefinisikan fenomena tersebut secara lebih politis. Selain menjelaskan asal-usul lagu, CNN juga mengangkat pertanyaan mengenai implikasi politik dari viralitas tersebut, misalnya apakah lagu tersebut menguntungkan Golkar, memperkuat popularitas Bahlil, hingga berpotensi menjadi strategi komunikasi politik. Perbedaan ini terlihat jelas pada berita yang menghadirkan pandangan pengamat politik mengenai kemampuan Bahlil mengubah isu negatif menjadi citra positif. Dengan kata lain, CNN menggeser fokus dari sekadar viralitas menuju

konsekuensi politik yang mungkin muncul dari fenomena tersebut.

Perbedaan framing juga terlihat pada elemen *diagnose causes*. Kompas.com lebih banyak menunjuk budaya partisipatif digital sebagai penyebab utama viralnya lagu, yaitu kreativitas netizen, pemanfaatan teknologi AI, serta penyebaran melalui algoritma media sosial. Aktor politik cenderung ditempatkan sebagai pihak yang merespons fenomena, bukan sebagai aktor yang membentuk makna. Sebaliknya, CNNIndonesia.com mulai menghubungkan viralitas tersebut dengan kemampuan aktor politik dalam mengelola opini publik. Kehadiran narasumber seperti pengamat politik menjadikan penyebab fenomena tidak lagi dipahami semata-mata sebagai hasil kreativitas netizen, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi politik yang berhasil mengubah percakapan publik menjadi keuntungan citra.

Temuan menarik penelitian ini muncul pada aspek asal-usul lagu tersebut. Berdasarkan isi berita, lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" lahir dari kompilasi komentar-komentar netizen yang kemudian diolah menggunakan teknologi Artificial Intelligence (AI). Salah satu berita CNN bahkan secara eksplisit menyebut bahwa lagu tersebut diduga bermuatan satir yang ditujukan kepada Bahlil Lahadalia. Dalam kajian komunikasi politik, bahasa satir identik dengan penggunaan humor dan ironi sebagai media penyampaian kritik. Melalui pendekatan tersebut, satir berperan dalam menyoroti kelemahan dan inkonsistensi para aktor politik, sekaligus mendorong masyarakat untuk lebih sadar, kritis, dan terlibat dalam memahami berbagai persoalan sosial (Wahid, 2024). Namun demikian, ketika memasuki ruang pemberitaan media arus utama, dimensi satir tersebut tidak lagi menjadi fokus utama pemberitaan. Baik Kompas maupun CNN lebih memilih membahas viralitas lagu dibandingkan mengulas substansi kritik yang melatarbelakanginya.

Pada elemen *make moral judgement*, kedua media juga menunjukkan kecenderungan serupa, yaitu memberikan penilaian positif terhadap kreativitas digital. Kompas.com secara dominan menggambarkan lagu tersebut sebagai hiburan yang lucu, ringan, dan tidak perlu dipersoalkan. Respons Bahlil yang mengapresiasi kreativitas anak muda, ingin bertemu pencipta lagu, serta mengungkapkan

agar kreativitas tidak mengandung unsur SARA semakin memperkuat konstruksi bahwa fenomena tersebut merupakan sesuatu yang patut diterima. CNNIndonesia.com juga membangun penilaian positif terhadap kreativitas digital, tetapi menambahkan dimensi politik melalui penilaian bahwa viralitas tersebut justru memperkuat citra Bahlil sebagai figur yang mampu mengelola isu. Dengan demikian, jika Kompas menilai fenomena tersebut sebagai ekspresi budaya digital, CNN mulai menilainya sebagai modal komunikasi politik.

Selanjutnya, pada elemen *treatment recommendation*, Kompas.com tidak menawarkan solusi yang bersifat kritis terhadap fenomena tersebut. Rekomendasi yang muncul lebih berupa penerimaan terhadap budaya digital selama tidak melanggar norma sosial, terutama terkait isu SARA. Sebaliknya, CNNIndonesia.com menghadirkan rekomendasi yang lebih strategis melalui gagasan *riding the wave*, yaitu memanfaatkan viralitas sebagai peluang membangun citra politik. Dengan demikian, solusi yang dibangun CNN tidak diarahkan pada upaya mengembalikan makna satir sebagai kritik sosial, tetapi justru pada optimalisasi viralitas sebagai sumber keuntungan politik.

Jika kedua media dibandingkan secara keseluruhan, tampak bahwa keduanya sama-sama melakukan proses transformasi makna terhadap lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng". Satir yang pada awalnya lahir dari budaya komentar netizen secara bertahap kehilangan fungsi kritik ketika memasuki ruang media arus utama. Kompas.com melakukan transformasi tersebut dengan menggeser satir menjadi hiburan digital (*entertainment framing*), sedangkan CNNIndonesia.com menggesernya menjadi narasi komunikasi politik dan pembentukan citra (*political image framing*). Perbedaan ini menunjukkan bahwa media tidak sekadar merepresentasikan realitas, melainkan ikut membentuk realitas baru melalui proses seleksi dan penonjolan informasi.

Temuan tersebut memperkuat paradigma konstruktivis yang menyatakan bahwa realitas media bukanlah refleksi langsung dari realitas objektif, melainkan hasil konstruksi sosial. Dalam teori konstruksi sosial realitas media massa, media memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik, menentukan fokus perhatian masyarakat, serta memengaruhi cara masyarakat memaknai berbagai isu dan peristiwa. Melalui pemberitaan,

program televisi, film, maupun berbagai platform digital, media berperan penting dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap realitas. Dalam proses tersebut, bahasa media memiliki kekuatan yang dominan dalam membangun makna, sehingga khalayak cenderung menerima realitas berdasarkan konstruksi yang disajikan media (Handiwijaya, 2023). Dalam konteks penelitian ini, satir yang diproduksi oleh netizen mengalami objektivasi baru ketika dikonstruksi oleh media massa menjadi fenomena hiburan dan citra politik. Dengan kata lain, media berperan sebagai aktor yang mengubah cara publik memaknai fenomena tersebut.

Hasil penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian mengenai adanya pergeseran fungsi satir dalam budaya digital. Satir yang pada awalnya digunakan sebagai sarana kritik terhadap isu atau aktor politik kini semakin sering dikemas dengan pendekatan yang mengutamakan unsur hiburan agar lebih mudah menarik perhatian publik. Akibatnya, nilai kritis yang terkandung dalam satir berpotensi bergeser menjadi sekadar konten yang menghibur, sehingga batas antara kritik politik dan hiburan menjadi semakin kabur (Wati, 2026). Fenomena tersebut menyebabkan fungsi satir sebagai kritik terhadap kekuasaan menjadi semakin melemah dan berubah menjadi bagian dari budaya populer yang dapat dinikmati sekaligus dimanfaatkan oleh aktor politik. Dalam kasus lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng", proses tersebut tampak jelas melalui perubahan makna dari satir digital menjadi citra politik, sebagaimana dikonstruksi secara berbeda oleh Kompas.com dan CNNIndonesia.com.

### Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas.com dan CNNIndonesia.com mengonstruksi fenomena lagu "MBG Mas Bahlil Ganteng" melalui framing yang berbeda meskipun mengangkat peristiwa yang sama. Berdasarkan analisis framing Robert N. Entman, Kompas.com lebih membingkai fenomena tersebut sebagai bagian dari budaya digital yang menonjolkan kreativitas, hiburan, dan partisipasi netizen, sedangkan CNNIndonesia.com lebih menekankan dimensi komunikasi politik dengan melihat viralitas lagu sebagai fenomena yang berkaitan dengan pembentukan citra dan strategi pengelolaan opini publik. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa media tidak sekadar

menyampaikan realitas, tetapi secara aktif mengonstruksi makna melalui proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu. Lebih jauh, penelitian ini menemukan bahwa satir digital yang awalnya lahir sebagai bentuk kritik dan ekspresi netizen mengalami transformasi makna ketika memasuki media arus utama, sehingga bergeser menjadi narasi hiburan maupun citra politik. Temuan ini menegaskan relevansi paradigma konstruktivis dalam memahami peran media sebagai pembentuk realitas sosial sekaligus memperlihatkan bagaimana media berkontribusi dalam mengubah cara publik memaknai fenomena politik yang berkembang di ruang digital.

### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D. P., & Wulandari, L. (2025). Satire Media Sosial: Medium Baru Pembentukan Persepsi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial dan, 15*(1), 1-30.
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan politik media*. LKiS.
- Hafidli, M. N., Sasmita, R. N. D. L., Nurazhari, L., & Putri, N. R. G. (2023). Analisis framing model Robert Entman tentang kasus Kanjuruhan di detikcom dan bbc news. *Jurnal Ilmu Sosial, 3*(1), 178-183.
- Hadiwijaya, A. S. (2023). Sintesa teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial media massa. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah, 11*(1), 75-89.
- Husniati, N., & Bik, M. T. N. (2025). Dinamika Bahasa dalam Media Sosial: Pengaruh Platform Digital terhadap Gaya Berbahasa Pengguna. *Journal Education, Sociology and Law, 1*(1), 780-793.
- Roli, T. (2023). Konstruksi Realitas Pemberitaan. *Purwokerto: CV Arta Media*.
- Setuningsih, N. (2026, May 27). *MBG "Mas Bahlil Ganteng": Tipisnya batas cinta dan benci di media sosial*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2026/05/27/120500265/mbg-mas-bahlil-ganteng--tipisnya-batas-cinta-dan-benci-di-media-sosial>
- Wahid, A. (2024). Diskursus Elite Politik di Media Alternatif. *Tuturlogi, 5*(3), 156–169. doi:10.21776/ub.tuturlogi.2024.005.03.5

Wati, A. (2026). Analisis Framing Narasi Visual Politik Dalam Konten Kampanye Digital Di Platform Tiktok. *Jurnal Mutakallimin:*

*Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1).

doi:10.31602/jm.v9i1.2218