

ABSTRAK

Kemajuan teknologi komunikasi, memberikan pengaruh besar kepada kehidupan masyarakat, termasuk kehadiran News Media sebagai alat komunikasi dalam proses Kampanye Politik Kandidat dalam pemilihan Umum.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *New Media* (media on line), mengkontruksi kampanye Joko Widodo sebagai calon presiden RI 2014 dalam kerangka teori komunikasi politik.

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, menggunakan framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang mengemukakan perangkat framing yang terdiri dari empat struktur yaitu, Sintaksis, Skrip, Tematik dan RetorisData diperoleh dari berita vivanews, detiksnews dan metronews yang berhubungan dengan Joko Widodo calon presiden RI 2014 pada awal dan akhir masa kampanye pemilihan presiden yaitu tanggal 4 juni dan tanggal 5 Juli 2014.

Kampanye politik yang dapat dilakukan diluar waktu pelaksanaan pemilu dapat menjelma menjadi kampanye pemilu melalui penonjolan berita baik teks, gambar atau unsur lain yang ada didalam suatu berita, karena New Media dengan kemajuan teknologi dapat diakses tanpa terbatas waktu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masing masing media melakukan kontruksi yang berbeda terhadap kampanye Jokowi. Metrotvnews dan Detikcom memberikan kontruksi yang meningkatkan reputasi Jokowi sebagai Calon presiden Sedangkan Vivanews melakukan hal sebaliknya.

Kata Kunci : *New Media*, Analisis Framing, Joko Widodo, Calon Presiden.

ABSTRACT

Progress in communications technology, giving great influence to the life of society, including the presence of News Media as a communication tool in the process of Political Campaigns Candidates in the election.

This research aims to determine the New Media (online media), construct Joko Widodo campaign as a candidate for president of Indonesia in 2014 within the framework of political communication theory.

This research method is qualitative descriptive, using a model framing Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki which suggests framing device that consists of four structures, namely, syntax, script, thematic and Retoris, Data obtained from vivanews news, detiksnews and Metronews associated with presidential candidate Joko Widodo RI 2014 at the beginning and end of the presidential election campaign in June 4 and July 5, 2014.

Political campaigns can be done beyond the time of the election can be transformed into an election campaign through the protrusion good news text, images or other elements that are in the news, because New Media with technological advances can be accessed without a limited time.

These results indicate that each media perform a different construction on the campaign Jokowi. Metrotvnews and Detikcom provide construction that enhances the reputation as a presidential candidate Jokowi Vivanews While doing just the opposite.

Keywords: New Media, Analysis Framing, Joko Widodo, Presidential Candidate..