

Citra politik Jokowi di media daring = Jokowi's political brand image on online media

Suci Marini Novianty, author

Deskripsi Lengkap: <http://lib.ui.ac.id/detail?id=20475744&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini meneliti secara empiris citra brand Jokowi sebagai seorang petahana dalam berita ndash; berita yang tayang di tiga laman berita daring dengan pengakses terbanyak di Indonesia, Tribunnews.com; Detik.com; dan Liputan6.com dalam kerangka pemerintahan yang telah berjalan selama tiga tahun. Peneliti mengambil fokus bahwa brand dibangun dari asosiasi brand yang disematkan, isu yang dipilih, hingga visibility dan valensi berita yang terlihat dari sentiment pemberitaan. Peneliti juga menggali mediatisasi politik serta kampanye permanen yang dilakukan oleh seorang petahana. Hasilnya, peneliti menemukan bahwa terdapat perbedaan antara brand yang dibangun oleh Jokowi saat menjadi kandidat presiden dan petahana saat ini. Namun terdapat kesamaan bahwa pemberitaan Jokowi lebih banyak bernada positif dibandingkan negatif. Temuan ini mengimplikasikan bahwa citra brand politik yang dibangun oleh Jokowi sebagai seorang petahana saat ini, memang dipengaruhi oleh asosiasi brand yang dikaitkan dengan namanya, isu yang diberitakan oleh media massa, hingga penempatan deskripsi tentang dirinya serta sentiment dalam konten pemberitaan.<hr />

ABSTRACT

This research examines Jokowi rsquo s brand image as an incumbent on most accessed online news media outlets in Indonesia with his leadership for the past three years as the big frame. Those online news media outlets are Tribunnews.com Detik.com and Liputan6.com. Researcher focuses on the foundation that brand is built from the brand association which is embodied to the subject, the chosen issues by the media, its visibility, and news valence which can be seen from the news sentiment. Researcher also digs the politics mediatization and permanent campaign conducted by an incumbent. As the result, researcher found that there are differences between brand built by Jokowi when he was still a candidate in presidential election and being an incumbent at this moment. Nevertheless, there is still similarity that Jokowi is still heavily associated with positive things rather than negative one. These finding implied that Jokowi rsquo s political brand image as an incumbent at the moment, is influenced by the brand association of his persona, issue chosen by the media to publish, to the placement of his self description, and the news sentiment for him.