

**PEMBERITAAN CAPRES DAN CAWAPRES MENJELANG  
PEMILU 2019**

**(Analisis *Framing* Janji Kampanye Capres dan Cawapres di Media *Online*)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas



**Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Andalas**  
**2020**

## ABSTRAK

### PEMBERITAAN CAPRES DAN CAWAPRES MENJELANG PEMILU 2019

(Analisis *Framing* Janji Kampanye Capres dan Cawapres di Media *Online*)

Oleh :

Farhan fitriadi

1510862009

Pembimbing Skripsi:

Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si

Rinaldi, M.I.Kom

Komisi Pemilihan Umum menetapkan pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden yang akan berkompetisi pada Pemilu 2019. Masa kampanye kedua pasangan calon berlangsung pada tanggal 23 September sampai 13 April 2019. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pembingkai pemberitaan janji kampanye Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno di media *online* Kompas.com, Republika.co.id, dan Detik.com

Tujuan penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui cara Kompas.com, Republika.co.id, dan Detik.com membingkai janji kampanye kedua pasangan calon. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis *framing* model *framing* Pan Kosicki dan Gerald M. Kosicki.

Hasil penelitian ini disimpulkan berdasarkan empat perangkat model Pan Kosicki dan Gerald M. Kosicki bahwa terdapat perbedaan pembingkai yang dilakukan ketiga media *online* tersebut. Kompas.com dan Detik.com lebih memberikan penilaian yang baik terhadap janji kampanye Prabowo-Sandi, sedangkan Republika.co.id lebih menonjolkan janji kampanye pasangan Jokowi-Ma'ruf.

**Kata kunci:** *Framing*, Pemilu, Janji Kampanye, Calon Presiden, Media *Online*

## **ABSTRACT**

### **THE NEWS OF PRESIDENTIAL AND VICE PRESIDENTIAL CANDIDATES IN PRE-ELECTION 2019 (Analysis of Framing for Campaign Promises for Presidential and Vice Presidential Candidates in Online Media)**

**By:**  
**Farhan fitriadi**  
**1510862009**

**Supervisors:**  
**Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si**  
**Rinaldi, M.I.Kom**

*The General Elections Commission assigned Joko Widodo-Ma'ruf Amin and Prabowo Subianto-Sandiaga Uno pairs as presidential and vice presidential candidates who will compete in the 2019 elections. The campaign period of the two pairs of candidates will be held on September 23 to April 13, 2019. Therefore, the researcher is interested in conducting research related to the framing of the campaign promises of Joko Widodo-Ma'ruf Amin and Prabowo Subianto-Sandiaga Uno in the online media Kompas.com, Republika.co.id, and Detik.com.*

*The purpose of this research is to find out how Kompas.com, Republika.co.id, and Detik.com frame the campaign promises of the two candidate pairs. This research method uses qualitative research with framing analysis of Pan Kosicki and Gerald M. Kosicki 's framing model.*

*The results of this research concluded based on four sets of Pan Kosicki and Gerald M. Kosicki models that there were differences in framing by the three online media. Kompas.com and Detik.com gave a better assessment of Prabowo-Sandi's campaign promises, while Republika.co.id emphasized Jokowi-Ma'ruf's campaign promises.*

**Keywords:** *Framing, Election, Campaign Promises, Presidential Candidate, Online Media*