

ABSTRAK

Melalui beragam frasa pilihan yang dikemas dalam bentuk audio dan visual, politisi dapat menunjukkan kuantitas-kualitas kinerjanya yang merujuk pada nilai plus atau citra positif dirinya sesuai dengan kepentingan yang ingin dicapai. Untuk mencapai kepentingan-kepentingan tersebut, digunakanlah beragam medium. Medium tersebut salah satunya adalah media sosial. Dedi Mulyadi adalah seorang anggota DPR-RI, yang menggunakan akun Youtube-nya untuk dapat mengajak masyarakat melihat kinerjanya secara langsung melalui jaringan yang terkoneksi.

Penelitian ini fokus pada analisis framing terhadap konten dalam kanal Youtube Kang Dedi Mulyadi Channel. Peneliti berusaha melihat bagaimana Dedi Mulyadi membangun citra dalam bingkai dirinya sebagai anggota DPR-RI yang kompeten dan transparan. Dasar teori yang digunakan adalah New Media, Imagologi, dan Analisis Framing. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan Teknik Analisis Data, Analisis Framing model Robert N. Entman. Teknik pengumpulan data menggunakan studi teks, dokumentasi, wawancara, dan observasi. Enam video dengan tiga tema yang berbeda (Isu anak-keluarga; lingkungan; dan profesionalitas), dipilih sebagai data primer yang diperoleh dari kanal Youtube Kang Dedi Mulyadi Channel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dedi Mulyadi menggunakan kanal Youtube untuk mempublikasikan kerja, dengan tujuan agar dapat dilihat dan dinilai oleh masyarakat melalui jajak pendapat dalam jaringan yang terkoneksi. Giatnya Dedi Mulyadi membuat video setiap hari semenjak tahun 2020, memberikan konklusi bahwa produksi konten ini jelas direncanakan. Meski menerangkan bahwa tidak pernah mengatur produksi konten, namun untuk konsisten merekamnya tentu merupakan niatan yang sudah tersusun rapi rencananya. Kemunculan sejumlah komunitas penggemar Dedi Mulyadi, mulai dari *Followers Kang Dedi Mulyadi*, *Sahabat Kang Dedi Mulyadi*, hingga komunitas yang khusus mendukungnya untuk maju dalam kontestasi Pemilihan Gubernur Jawa Barat di 2024, merupakan bukti keberhasilan imagologi yang diciptakan oleh Dedi Mulyadi.

Kata kunci: *New Social Media*, Imagologi Politik, Dedi Mulyadi, Analisis Framing.

ABSTRACT

Through various choices that are packaged in audio and visual form, it can show the quantity of performance quality that refers to a plus or positive image in accordance with the interests to be achieved. To achieve these interests, various media are used. One of these media is social media. Dedi Mulyadi is a member of the DPR-RI who uses his Youtube account to invite the public to see his appearance directly through a connected network.

This research focuses on analyzing content framing on the Kang Dedi Mulyadi Youtube channel. The researcher tries to see how Dedi Mulyadi builds an image in his frame as a competent and transparent member of the DPR-RI. The theoretical basis used is New Media, Imagology, and Framing Analysis. This research is a descriptive qualitative research using Data Analysis Techniques Framing Analysis Model Robert N. Entman. Data collection techniques using text studies, documentation, interviews, and observations. Six videos with three different themes (child-family issues; environment; and professionalism), were selected as primary data obtained from the Kang Dedi Mulyadi Youtube channel.

The results of this study indicate that Dedi Mulyadi uses the Youtube channel to publish his work, with the aim that it can be seen and assessed by the public through polls on a connected network. Dedi Mulyadi's enthusiasm for making videos every day since 2020, concludes that the production of this content was clearly planned. Even though he explained that he had never managed content production, to consistently record it was certainly an intention that had been neatly planned. The emergence of a number of Dedi Mulyadi's fan communities, starting from Kang Dedi Mulyadi's Followers, Friends of Kang Dedi Mulyadi, to communities that specifically support him in running for West Java Governor Election contestation in 2024, is proof of the success of the imagology created by Dedi Mulyadi.

Keywords: New Social Media, political imagology, Dedi Mulyadi, framing analysis.

Pen