



PROPAGANDA PARTAI POLITIK DALAM PILKADA DKI JAKARTA 2017
DI MEDIA ONLINE (ANALISIS ISI PROPAGANDA PARTAI POLITIK
DALAM PILKADA DKI JAKARTA 2017 DI KOMPAS. COM)

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

Nama : Mikha Christian H

NIM : D2C009116

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2016

ABSTRAK

JUDUL : PROPAGANDA PARTAI POLITIK DALAM PILKADA DKI JAKARTA 2017 DI MEDIA ONLINE (ANALISIS ISI PROPAGANDA PARTAI POLITIK DALAM PILKADA DKI JAKARTA 2017 DI KOMPAS.COM)

NAMA : MIKHA CHRISTIAN H

NIM : D2C009116

Untuk mencapai targetnya, partai politik mengemas pesan sedemikian rupa untuk dipropagandakan. Pada perhelatan Pilkada DKI 2017, dalam upaya mendapatkan kursi kepala daerah tidak terelakan kemudian propaganda dipertunjukkan oleh partai politik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bentuk propaganda yang dilakukan oleh partai politik dalam Pilkada DKI 2017 di Media Online (Kompas.com). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan deskriptif. Untuk melihat propaganda penelitian ini menggunakan kategorisasi jenis propaganda tersembunyi, terbuka, vertikal, horisontal dan teknik propaganda, *name calling, glittering generalities, testimoni, transfer, plain folk, card stacking, bandwagon technique, reputable mouthpiece* dan *using all forms of persuasions*. Unit Pencatatan penelitian ini adalah kutipan dan gambar. Setelah melakukan Coding, ditemukan bahwa Partai GERINDRA paling sering melakukan propaganda tersembunyi yakni sebanyak 26 kali, propaganda vertikal sebanyak 26 kali, dan paling sering menggunakan teknik Card Stacking dalam penyampaiannya di Kompas.com. Melalui hasil Coding juga ditemukan bahwa PPP paling sering melakukan propaganda tersembunyi yakni sebanyak 49 kali, vertikal sebanyak 49 kali, dan paling sering menggunakan teknik Card Stacking yakni sebanyak 23 kali di Kompas.com. Penggunaan teknik propaganda tersembunyi menimbulkan dampak kepada orang yang menerima propaganda. Dengan menampilkan salah satu sisi saja bahkan menggunakan sebuah kepalsuan, masyarakat menjadi tidak tercerdaskan dalam memahami situasi dan mengambil sebuah keputusan. Teknik testimony kecil kemungkinannya ada dalam suatu kutipan berita tulis. Dapat munculnya teknik ini mensyaratkan keleluasaan propagandis dalam menentukan isi media komunikasi yang digunakannya untuk menyebarkan pesan. Dengan adanya batasan ketentuan isi berita, seorang propagandis akan sulit menggunakan teknik propaganda dalam sebuah berita tulis. Sekalipun ada pernyataan dari seorang tokoh yang diberitakan oleh penulis, maka akan sulit untuk mengidentifikasi sosok yang berkepentingan dibalik titipan pernyataan tersebut.

Keyword: bentuk propaganda, partai politik, pilkada, Kompas.com, Analisis isi,

ABSTRACT

JUDUL : *POLITICAL PARTY PROPAGANDA IN DKI JAKARTA LOCAL ELECTION 2017 IN ONLINE MEDIA (CONTENT ANALYSIS POLITICAL PARTY PROPAGANDA IN DKI JAKARTA LOCAL ELECTION 2017 IN KOMPAS.COM)*

NAMA : MIKHA CHRISTIAN H

NIM : D2C009107

To reach its target, the political parties so as to package the message propagated. In the event the local elections DKI 2017, in an effort to get a seat regional head not inevitable then the propaganda is played by political parties. The purpose of this study was to determine the form of propaganda made by the political parties in local elections in 2017 DKI Media Online (Kompas.com). This research is a quantitative research using content analysis method with descriptive approach. To view the propaganda of this study are categorized kind of propaganda is hidden, open, vertical, horizontal and techniques of propaganda, name calling, glittering generalities, testimonials, transfer, plain folk, card stacking, bandwagon technique, reputable mouthpiece and using all forms of persuasions. The recording unit of this study is an excerpt and image. After doing Coding, it was found that the most frequent Gerindra hidden propaganda that as many as 26 times, vertical propaganda as much as 26 times, and most frequently used techniques in their delivery Card Stacking in Kompas.com. Through the PPP Coding also found that the most frequently hidden propaganda that as many as 49 times, 49 times vertically, and the most frequently used technique Card Stacking ie as many as 23 times in Kompas.com. The use of propaganda techniques hidden impact to people who receive propaganda. By presenting a one-sided even using a falsehood, society becomes tercerdaskan in understanding the situation and take a decision. Mechanical testimony is unlikely to exist in a daily news excerpts. Can the emergence of this technique requires a propagandist flexibility in determining the content of the communication media with which to spread the message. With the limitation provisions of the news content, a propagandist would be difficult to use the techniques of propaganda in the news daily. Even if there is a statement from a figure reported by the authors, it will be difficult to identify the interested figure behind the deposit of the statement.

Keyword: forms of propaganda, political party, local elections, Kompas.com, content analysis

PENDAHULUAN

Perumusan Masalah

Bagaimana partai politik di Indonesia menggunakan bentuk propaganda dalam mencapai target politiknya? Dengan kata lain, peneliti ingin mengetahui bentuk propaganda apa saja yang dilakukan oleh partai politik dalam Pilkada DKI 2017.

Tujuan Penelitian

Mengetahui bentuk propaganda yang dilakukan oleh partai politik dalam Pilkada DKI 2017 di Media Online.

Metode Penelitian

Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis isi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yaitu suatu metode analisis isi yang bertujuan menyajikan gambaran secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang ingin diteliti namun tetap mendasarkan pembatasan pada bagian mana yang nantinya akan dimasukkan atau yang tidak ingin dimasukkan. Penelitian ini mengambil populasi berita tulis yang menyajikan pernyataan dan gambar dari anggota Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) terkait persoalan Pilkada DKI 2017 di Media Massa Online (news portal) pada perodesasi antara Maret

sampai Mei 2016. Peneliti menggunakan sejumlah pertimbangan dalam menentukan populasi, diantaranya:

1. Pemilihan portal berita (news portal) didasarkan pada pertimbangan portal berita mana yang paling sering menyajikan berita yang berisi pernyataan atau kutipan dari anggota partai politik (Kompas.com).
2. Pemilihan partai politik didasarkan pada partai politik yang menyatakan tidak akan mendukung Basuki T. Purnama dalam Pilkada DKI 2017.
3. Pemilihan perodesasi didasarkan pada frekuensi pemberitaan yang tinggi yaitu selama kurun waktu Maret hingga Mei 2016.
4. Penetapan isu berdasarkan isu besar yang sedang diberitakan yaitu; Reklamasi teluk Jakarta, Sumber Waras, Pencalonan Independen Basuki T. Purnama.

Sampel

Menggunakan seluruh anggota populasi

Unit Pencatatan (Unit Sintaksis)

Unit pencatatan adalah unit analisis yang paling penting dalam analisis isi. Unit ini berkaitan dengan bagian apa dari isi yang akan dicatat, dihitung, dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan unit analisis sintaksis. Unit sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi. Elemen bahasa ini sangat tergantung pada jenis teks. Untuk bahasa tertulis yakni berita, elemennya adalah kata, kalimat dan anak Kalimat. Berdasarkan tujuan pada

penelitian ini elemen yang akan dicatat adalah kalimat berupa pernyataan atau kutipan dan gambar yang terdapat dalam sebuah berita. Penelitian ini terdapat 47 berita yang berisi 133 kutipan dan 47 gambar.

Uji Reliabilitas

Realibilitas harus diuji, upaya menjaga objektivitas penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat tingkat konsistensi pengukuran data. Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk menghasilkan temuan yang sama dengan coder yang berbeda. Untuk melihat reliabilitas antar coder, peneliti menggunakan rumus atau formula Holsti.

HASIL CODING PROPAGANDA PARTAI POLITIK DALAM PILKADA DKI DI BERITA KOMPAS.COM

Uji Reliabilitas

KATEGORISASI	Kompas.com			2M/ (N1+N2)	%
	M	2M	N1+N2		
1. Propaganda Tersembunyi	10	20	20	1	100
2. Propaganda Terbuka	10	20	20	1	100
3. Propaganda Vertikal	10	20	20	1	100
4. Propaganda Horisontal	10	20	20	1	100
5. Name Calling	10	20	20	1	100
6. Glittering Generalities	10	20	20	1	100

7. Transfer	10	20	20	1	100
8. Testimoni	10	20	20	1	100
9. Plain Folk	10	20	20	1	100
10. Card Stacking	10	20	20	1	100
11. Bandwagon Technique	10	20	20	1	100
12. Reputable Mounthpiece	10	20	20	1	100
13. Using All Forms of Persuasions	10	20	20	1	100

Hasil Coding Terhadap Partai Gerakan Indonesia Raya di Kompas.com

1. Gerindra melakukan propaganda dengan jenis tersembunyi sebanyak 26 kali dan tidak melakukan propaganda terbuka. Dengan ini Gerindra lebih sering melakukan propaganda terbuka yakni sebanyak 26 kali
2. Gerindra melakukan propaganda dengan jenis vertikal sebanyak 26 kali dan tidak melakukan propaganda horizontal. Dengan ini Gerindra sering melakukan propaganda horisantal yakni sebanyak 26 kali.
3. Gerindra tidak pernah menggunakan teknik transfer, testimoni, bandwagon technique, reputable mounthpiece, dan using all forms of persuasion. Partai Gerindra ditemukan menggunakan teknik name calling sebanyak 8 kali, glittering generalities sebanyak 4 kali, plain folk sebanyak 1 kali, dan card stacking sebanyak 14 kali. Dengan ini Partai Gerindra lebih sering menggunakan teknik propaganda card stacking yakni sebanyak 14 kali.

Hasil Coding Terhadap Partai Persatuan Pembangunan di Kompas.com

1. PPP melakukan propaganda dengan jenis tersembunyi sebanyak 49 kali dan tidak melakukan propaganda terbuka. Dengan ini PPP lebih sering melakukan propaganda dengan jenis tersembunyi yakni sebanyak 49 kali.
2. PPP melakukan propaganda dengan jenis vertikal sebanyak 49 kali dan tidak melakukan propaganda horizontal. Dengan ini PPP sering menggunakan propaganda vertikal yakni sebanyak 49 kali
3. PPP tidak pernah menggunakan teknik transfer, bandwagon technique, dan using all forms of persuasion. Partai Persatuan Pembangunan ditemukan menggunakan teknik name calling sebanyak 10 kali, glittering generalities sebanyak 5 kali, transfer sebanyak 4 kali, plain folk 6 kali, card stacking sebanyak 23 kali, dan reputable mounthpiece sebanyak 1 kali. Dengan ini PPP lebih sering menggunakan teknik propaganda Card Stacking yakni sebanyak 23 kali.

PENUTUP

Simpulan

1. Pada kutipan dan gambar dalam berita yang analisis ditemukan bahwa Partai Gerakan Indonesia Raya dan Partai Persatuan Pembangunan sering melakukan propaganda tersembunyi melalui Kompas.com.

2. Pada kutipan dan gambar yang dianalisis juga ditemukan bahwa Partai Gerakan Indonesia Raya dan Partai Persatuan Pembangunan sering melakukan propaganda vertikal melalui Kompas.com.
3. Pada kutipan dan gambar yang dianalisis ditemukan bahwa Partai Gerakan Indonesia dan Partai Persatuan Pembangunan sering menggunakan teknik card stacking melalui Kompas.com
4. Penggunaan teknik propaganda juga dapat menimbulkan dampak kepada orang yang menerima propaganda. Dengan menampilkan salah satu sisi saja bahkan menggunakan sebuah kepalsuan, masyarakat menjadi tidak tercerdaskan dalam memahami situasi dan mengambil sebuah keputusan.
5. Teknik testimoni tidak muncul karena tidak ada kutipan yang mengandung teknik tersebut. Selain itu teknik ini sendiripun kecil kemungkinannya ada dalam suatu kutipan berita tulis. Dapat munculnya teknik ini mensyaratkan keleluasaan propagandis dalam menentukan isi media komunikasi yang digunakannya untuk menyebarkan pesan. Dengan adanya batasan ketentuan isi berita, seorang propagandis akan sulit menggunakan teknik propaganda dalam sebuah berita tulis. Sekalipun ada pernyataan dari seorang tokoh yang diberitakan oleh penulis, maka akan sulit untuk mengidentifikasi sosok yang berkepentingan dibalik titipan pernyataan tersebut.

Saran

1. Seharusnya partai politik memberikan keleluasan atau kebebasan kepada masyarakat untuk menentukan keputusannya. Dengan kata lain, seharusnya partai politik dalam menyampaikan sikap politiknya tidak serta-merta menghilangkan salah satu sisi dari suatu gagasan atau orang yang dipropagandakan. Karena dengan menggunakan fakta satu sisi atau bahkan kepalsuan masyarakat tidak dapat memperoleh keleluasaan dalam mempertimbangkan suatu persoalan dan tidak tercerdaskan.
2. Pembaca berita harus cermat dan kritis dalam membaca berita di Kompas.com agar dapat membedakan berita yang bersifat propaganda dan tidak mudah terpegaruh propaganda yang sifatnya negatif.

DAFTAR PUSTAKA

Brian McNair. (2016). Pengantar Komunikasi Politik. Bandung: Nusa Media

Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Martin, Creeber. (2009) Digital Cultures: Understanding New Media. London: McGraw Hill

Mc Quail, Dennis. (2005). Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Jakarta: Erlangga

Mulyana, Deddy. (2000). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nurudin. (2001). Komunikasi Propaganda. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Romli. (2012). Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Bandung: Nuansa

Jurnal Ilmiah dan Sumber Websites

Dwi Wahyono. (2012). Propaganda Orde baru 1966-1980. Dalam http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-4_jurnal%20propaganda_dwiwahyonohadi.pdf. Diunduh pada tanggal 13 Juli pukul 21.49

Sauffiyan, Ahmad. (2014). A Content Analysis of Propaganda in Harakah Newspaper. Dalam http://www.academia.edu/8991754/A_Content_Analysis_of_Propaganda_in_Harakah_Newspaper_Analisis_Kandungan_Propaganda_dalam_Suratkhobar_Harakah_. Diunduh pada tanggal 14 Juli pukul 11:24

AM Lubis. (2011). Pengaturan Tentang Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23588/3/Chapter%20II.pdf>. Diunduh pada tanggal 14 Juni pada pukul 22:36

<http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/04/08/ini-beda-kampanye-hitam-dan-kampanye-negatif>.