

PROPAGANDA DI MEDIA ONLINE

(Analisis Isi Pemberitaan Donald Trump pada BBCIndonesia.com

Periode Bulan Maret - Mei 2016)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Shaum Akbar Razaka

NIM. 11730024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Shaum Akbar Razaka
Nomor Induk : 11730024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapat gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan dari karya / penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 25 Januari 2017
Yang Menyatakan,



Shaum Akbar Razaka
NIM. 11730024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
No. FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Shaum Akbar Razaka
NIM : 11730024
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PROPAGANDA DI MEDIA ONLINE
(Analisis Isi Pemberitaan Donald Trump pada BBCIndonesia.com Periode
Bulan Maret-Mei 2016)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

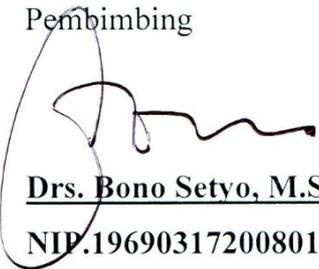
Harapan saya semoga saudara tidak terjebak segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 Januari 2017

Pembimbing


Drs. Bono Setyo, M.Si

NIP.196903172008011013



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-25/Un.02/DSH/PP.00.9/02/2017

Tugas Akhir dengan judul : PROPAGANDA DI MEDIA ONLINE (Analisis Isi Pemberitaan Donald Trump pada BBCIndonesia.com Periode Bulan Maret - Mei 2016)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SHAUM AKBAR RAZAKA
Nomor Induk Mahasiswa : 11730024
Telah diujikan pada : Senin, 06 Februari 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si.
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji I

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006

Penguji II

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
NIP. 19610816 199203 2 003

Yogyakarta, 06 Februari 2017
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“When you lose wealth you lose nothing. When you lose health you lose something. When you lose trust you lose everything.”

“Do the best and pray. God will take care of the rest.”

“The great people are not generated through ease, pleasure, and comfort. They formed through hardship, challenges, and tears.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Keluarga Besar & Almamater Tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat serta karuniaNya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Propaganda di Media Online (Analisis Isi Pemberitaan Donald Trump pada BBCIndonesia.com Periode Bulan Maret - Mei 2016)” sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi. Tak lupa shalawat beserta salam kita sampaikan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman hidup yakni al-qur’an dan sunnah untuk keselamatan umat di dunia.

Proses penyusunan yang tidak bisa dikatakan singkat juga penuh tantangan dan rintangan, namun dengan ritme pelan namun pasti akhirnya peneliti dapat menyelesaikannya. Peneliti menyadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa bimbingan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. H. Bono Setyo, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan hingga skripsi ini selesai.
4. Bapak Dr. Iswandi Syahputra, M.Si, selaku penguji 1 yang telah memberikan arahan dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si, selaku penguji 2 yang telah memberikan waktu dan ilmu yang bermanfaat buat peneliti.
6. Ibu Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si, yang telah menjadi dosen pembimbing akademik peneliti selama berkuliah di UIN Sunan Kalijaga yang selalu memberikan motivasi, inspirasi, serta mengajarkan betapa pentingnya kedisiplinan dan keuletan.
7. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan seluruh karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

8. Keluarga terutama kedua orang tua Bapak Drs. Andis Razaka dan Ny. Tarmini, serta adik saya Shafira Aulia Rezkika. Terimakasih tak terhingga atas kasih sayang selama ini, yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, dan segala yang dibutuhkan demi kelancaran dan kesuksesan.
9. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2011, khususnya Ikom A, terimakasih atas pertemanan selama ini dan seterusnya, serta segala informasi dan bantuan yang telah diberikan.
10. Dua pengkoder dan juga teman satu jurusan satu angkatan (Bram Wasni Putra S.Ikom & Rahmat Eko Budi Laksono S.Ikom) yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan mendukung peneliti.
11. Sahabat-sahabat Republik Sosial, Mas Angga, Mbak Ema, Mas Rifki, Mas Hendri, Mas Fery, Mbak Khadijah, Mas Reza, Alfiyah, Oci, Chandra, Putri, Yosi, yang telah memberikan doa bersama anak-anak yatim, kalian luar biasa.
12. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi peneliti sendiri dan pembaca sekalian. Aamiin yaa Rabbal'alam.

Yogyakarta, 21 Januari 2017

Peneliti



Shaum Akbar Razaka

NIM. 11730024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori	10
1. Berita	10
2. Media Online	12
3. Propaganda	15
G. Kerangka Berpikir	26
H. Hipotesis Penelitian	27
I. Metodologi Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	28
2. Metode Pengumpulan Data	28
3. Unit Analisis	29
4. Definisi Operasional	32
5. Metode Analisis Data	35

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Perjalanan BBC dan Company Profile BBCIndonesia.com	37
1. Perjalanan BBC	37
2. Visi dan Misi BBC	44
3. Logo BBCIndonesia.com	44
4. Tim Redaksi BBCIndonesia.com	45
B. Berita Donald Trump pada BBCIndonesia.com	46

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Reliabilitas	49
1. Unit Analisis Tekstual	51
2. Unit Analisis Visual	52
3. Unit Analisis <i>Statement</i>	52
4. Unit Analisis Judul Berita	53
5. Unit Analisis Isi Berita	53
B. Temuan Data	55
1. Frekuensi Unit Analisis 1 (Tekstual)	55
2. Frekuensi Unit Analisis 2 (Visual)	56
3. Frekuensi Unit Analisis 3 (<i>Statement</i>)	58
4. Frekuensi Unit Analisis 4 (Judul Berita)	59
5. Frekuensi Unit Analisis 5 (Isi Berita)	61
C. Analisis Data	63
1. Analisis Tekstual	63
2. Analisis Visual	66
3. Analisis <i>Statement</i>	70
4. Analisis Judul Berita	75
5. Analisis Isi Berita	76
D. Pengujian Hipotesis	81

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA	89
-----------------------------	----

LAMPIRAN	91
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Unit analisis, kategorisasi, dan indikator analisis isi	31
Tabel 2	: Frekuensi Penyajian Berita	46
Tabel 3	: Frekuensi Unit Analisis 1 (Tekstual)	56
Tabel 4	: Frekuensi Unit Analisis 2 (Visual)	57
Tabel 5	: Frekuensi Unit Analisis 3 (<i>Statement</i>)	59
Tabel 6	: Frekuensi Unit Analisis 4 (Judul Berita)	60
Tabel 7	: Frekuensi Unit Analisis 5 (Isi Berita)	62
Tabel 8	: Total Poin Unit Analisis dan Kategorisasi	82
Tabel 9	: Perhitungan Frekuensi yang Diharapkan (E)	83
Tabel 10	: Hasil O dan E Dimasukkan ke Rumus Chi Square	84

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 : Pengguna Internet di Indonesia	2
Grafik 2 : Unit Analisis Tekstual	63
Grafik 3 : Unit Analisis Visual	66
Grafik 4 : Unit Analisis <i>Statement</i>	70
Grafik 5 : Unit Analisis Judul Berita	75
Grafik 6 : Unit Analisis Isi Berita	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: <i>Majority Stands with Trump</i>	67
Gambar 2	: <i>Trump is a Piece of Crap</i>	68
Gambar 3	: <i>Capitalism Kills #DUMPTRUMP</i>	69



ABSTRACT

Neutrality of a media is one of the main functions that must be fulfilled in order to gain public trust. However along with the diversity of the media nowadays, many of them override the main functions. Media usually make a news just to get a high rating so that news it's not a fact but just a sensation, or media just blow up one issue and hiding another fact.

This research is titled "Propaganda in the Online Media" aims to determine is there any white propaganda in the news of Donald Trump on BBCIndonesia.com periods of March - May 2016. The research method used is quantitative content analysis. The data obtained by observation and documentation during that time period.

The research results showed that the calculation of χ^2 (chi square) has a value of 17,05, it's higher than critical value of χ^2 9,48 (at significance level of 5%). So, it can be concluded that hypothesis H_0 (There isn't white propaganda in the news of Donald Trump on the media online BBCIndonesia.com periods March - May 2016) rejected and H_a (There is white propaganda in the news of Donald Trump on the media online BBCIndonesia.com periods March - May 2016) accepted. It means that there is white propaganda in the news of Donald Trump on the media online BBCIndonesia.com. It realized with three propaganda techniques (Name Calling, Testimony, Card Stacking) and five units of analysis (Textual, Visual, Statement, News Title, News Content). Those five units of analysis have adequate reliability figures with the lowest value stands at 0,7857 and the highest value reached 0,9523.

Keyword : Donald Trump, BBCIndonesia.com, Propaganda

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, perkembangan media yang paling baru adalah penemuan internet. Tidak hanya berkembang dan tumbuh, penemuan internet saat ini juga sedang digemari oleh masyarakat luas, salah satunya adalah *media online*. *Media online* memiliki beberapa kelebihan dibandingkan media lain, salah satunya adalah pembaruan suatu informasi dan pesan tidak hanya terjadi dalam hitungan hari atau jam, bahkan sudah dalam hitungan detik. Kelebihan inilah yang menyebabkan *media online* lebih digemari dan lebih maju secara pesat.

Media online yang tumbuh dan maju sekarang ini, makin ramai mewarnai media massa dan menjadi pilihan dalam kebutuhan informasi. Beberapa kelebihan *media online* yang lain diantaranya, dapat diakses dari mana saja dan kapan saja, *media online* juga sudah mampu mewakili media lain karena mempunyai *audio visual* dengan melakukan *streaming* dan bisa juga digunakan untuk siaran langsung atau *live streaming* seperti halnya pada televisi atau radio.

Severin dan Tankard (2005: 458) mengutip dari Mc Luhan mengatakan, *media online* adalah gagasan baru dalam bermedia, namun media baru masih mengikut pada media lama dan bahkan sering memanfaatkan media lama sebagai tolak ukur dalam segi isi yang diterapkan

di internet. Beberapa penelitian telah mendokumentasikan kecenderungan koran-koran *online* untuk mengemas kembali materi-materi dari koran-koran cetak.

Grafik 1:
Pengguna Internet di Indonesia.



(Sumber : <http://inovasiipintar.com/trend-digitalisasi-global-dan-dampaknya-terhadap-indonesia/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia/>)

Pesatnya perkembangan *media online* di Indonesia dapat dilihat pada grafik di atas. Bahwa dalam beberapa tahun terakhir, pengaruhnya dari pengakses internet yang terus melonjak seiring dengan ketersediaan infrastruktur yang makin meluas, terjangkau, dan lebih murah. Pada tahun 2015 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 139 juta, meningkat 2x lipat dari 63 juta orang di tahun 2012. Berarti sampai saat ini sudah setengah lebih dari jumlah penduduk Indonesia yang sudah mengenal dan mengakses internet.

Di Indonesia *media online* pada awalnya hanya memindahkan isi berita yang ada di surat kabar atau koran ke internet. Dengan kata lain desain berita versi cetak dengan online tidak ada perbedaan. Salah satu desain *media online* yang paling umum diaplikasikan adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh beberapa fasilitas teknologi *online* dan berita di dalamnya (Severin dan Tankard, 2005: 463).

Salah satu berita di *media online* yang sedang hangat di tengah masyarakat adalah berita tentang pencalonan presiden Amerika Serikat Donald Trump. Donald Trump yang sudah dikenal sebagai wirausahawan dan pebisnis yang sukses dari Amerika Serikat, kemudian Donald Trump berniat mengajukan diri sebagai bakal calon presiden Amerika Serikat dalam pemilihan umum November 2016. Banyak *media online* yang memberitakan pencalonan tersebut, yang menarik dari pemberitaannya adalah sosok Donald Trump dan kebanyakan berita yang menyangkut Donald Trump digambarkan atau diberitakan negatif oleh berbagai media massa.

Pelaksanaan Pemilu biasanya diwarnai dengan berbagai kegiatan Propaganda. Segala cara ditempuh dan digunakan demi memenangkan pemilihan umum terlepas dengan cara positif maupun negatif. Propaganda yang tak berimbang tentunya memiliki kepentingan-kepentingan yang biasanya berkenaan dengan kepentingan politik, bertujuan untuk menjatuhkan

figur atau tokoh-tokoh tertentu dan berusaha menaikkan pamor tokoh-tokoh demi kepentingan tertentu.

Sebenarnya propaganda sendiri berasal dari *Roman Catholic Congregatio de Propaganda Fide* (*Committee for the Propagation of The Faith*), sebuah tatanan gereja yang didirikan oleh Papal Bull tahun 1622. *Propaganda Fide* sesungguhnya ditemukan saat terjadinya penindasan terhadap reformasi kaum Protestan. Perlahan-lahan istilah propaganda mengacu pada jenis strategi komunikasi tertentu. Propaganda menggunakan jenis komunikasi lepas untuk menyebarkan kepercayaan dan harapan tertentu. Tujuan utama para propagandis adalah untuk mengubah cara orang bertindak dan membiarkan orang meyakini bahwa tidak ada paksaan pada tindakan diri mereka (Baran dan Davis, 2010: 94).

Hingga saat ini diperkirakan praktik propaganda masih marak digunakan oleh berbagai kalangan yang memiliki kepentingan tertentu. Para propagandis biasanya menggunakan media sebagai senjata untuk menyuntikkan sesuatu yang dapat mempengaruhi opini publik dan pemaknaan tertentu. Namun tidak sedikit juga media itu sendiri yang justru melakukan praktik propaganda. Media seharusnya mempunyai obyektivitas tersendiri dalam menyajikan sebuah berita. Fenomena dalam pemberitaan inilah yang menarik untuk diteliti, karena bagaimanapun masyarakat akan sulit mengetahui mana yang benar dan mana yang salah. Seperti dalam Surah At-Taubah ayat 32:

يُرِيدُونَ أَن يُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى اللَّهُ إِلَّا أَن يُتِمَّ نُورَهُ وَلَوْ

كَرِهَ الْكَافِرُونَ ﴿٣٢﴾

Mereka berkehendak memadamkan cahaya (agama) Allah dengan mulut (ucapan-ucapan) mereka, dan Allah tidak menghendaki selain menyempurnakan cahaya-Nya, walaupun orang-orang yang kafir tidak menyukai (QS. At-Taubah : 32)

Makna ayat tersebut dalam kitab Tafsir Ibnu Katsir, Jilid 4 halaman 120 dijelaskan orang-orang kafir yaitu musyrikin dan ahli kitab (Yahudi dan Nasrani) yang ingin memadamkan cahaya (agama) Allah, yaitu agama Islam, dengan tuduhan-tuduhan palsu mereka dengan menempuh cara debat dan kebohongan. Usaha mereka itu seperti orang yang ingin memadamkan sinar matahari atau cahaya bulan dengan tiupan mulut, ini tidak mungkin. Demikian pula dengan ajaran yang dibawa oleh Rasul yang Allah utus dengan agama-Nya, pastilah akan sempurna dan tampak. Allah hanya ingin menyempurnakan cahaya-Nya dengan memenangkan agama dan menolong Rasul-Nya.

Berdasarkan makna ayat di atas terkait dengan pemberitaan Donald Trump pada *media online* BBCIndonesia.com, media seharusnya menyajikan berita yang benar sesuai dengan kenyataan fakta tanpa adanya kepentingan dan tujuan tertentu, sehingga tidak menyesatkan masyarakat. Apalagi dalam masa pemilu banyak praktik propaganda hitam dengan cara penyebaran disinformasi untuk menjatuhkan suatu figur tertentu bahkan di dalamnya ada unsur adu domba. Istilah hitam dalam propaganda hitam tersebut memang berarti tidak baik, gelap, dan buruk. Istilah itu berlawanan dengan propaganda

putih yang berarti penyebaran informasi untuk mendukung posisi negara, institusi, atau figur tertentu dengan sumber yang jelas (Kunandar, 2015: 77).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis adakah propaganda putih di *media online* BBCIndonesia.com dalam menyajikan berita Donald Trump pada Periode Bulan Maret - Mei 2016. Pemilihan *media online* BBCIndonesia.com dalam penelitian ini dikarenakan *media online* BBCIndonesia.com merupakan salah satu media internasional terbesar di seluruh dunia yang menaruh perhatian lebih dalam pemberitaan Donald Trump yang terbukti dari cukup banyaknya berita terkait pencalonan sebagai presiden Amerika Serikat. Batasan penelitian peneliti hanya untuk mengetahui adakah propaganda putih dalam pemberitaan Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com terlepas dari kepentingan, tujuan atau yang melatar belakangi pemberitaan pada media tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah : Adakah propaganda putih dalam pemberitaan Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com periode bulan Maret - Mei 2016?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui adakah propaganda putih dalam pemberitaan Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com periode bulan Maret - Mei 2016.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada bidang komunikasi dan analisis *media online* terutama Analisis Isi. Diharapkan penelitian ini akan juga bermanfaat sebagai sumber pengetahuan atau referensi tentang analisis isi *media online*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menumbuhkan pengetahuan tentang propaganda di *media online* yang terkait dengan kepentingan tertentu dan juga menjadi sumber referensi dan informasi. Sebagai pengetahuan tentang *media online* yang terikat dengan kepentingan-kepentingan tertentu seperti kepentingan politik.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian sangat penting untuk meninjau penelitian-penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai topik yang sama, sehingga peneliti dapat membandingkan dan membedakan dengan penelitian-penelitian tersebut. Beberapa penelitian tersebut adalah:

1. Pustaka pertama peneliti menelaah dari skripsi yang berjudul ***Teknik Propaganda Nazi Dalam Film (Analisis Isi pada film Hitler The Rise of Evil)***. Skripsi ini disusun oleh Syarif Hidayatulloh, mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga, tahun 2014.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana teknik propaganda Nazi yang terdapat dalam film Hitler The Rise of Evil. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Syarif Hidayatulloh dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang propaganda dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian, subjek penelitian Syarif Hidayatulloh adalah film Hitler The Rise of Evil sedangkan subjek penelitian peneliti adalah berita Donald Trump pada *media online* BBCIndonesia.com.

2. Pustaka kedua peneliti menelaah dari skripsi yang berjudul ***Keberpihakan Media Massa Dalam Penyajian Berita (Analisis Isi Berita Perseteruan Gubernur Vs DPRD DKI Jakarta di Surat Kabar Harian Kompas Periode 1 - 31 Maret 2015)***. Skripsi ini disusun oleh Bram Wasni Putra, mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga, tahun 2015.

Skripsi ini membahas apakah terdapat kecenderungan penyajian berita Gubernur (Ahok) Vs DPRD dalam kisruh anggaran siluman APBD DKI Jakarta di surat kabar harian Kompas. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Bram Wasni Putra dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yang pertama terletak pada subjek penelitian, subjek penelitian Bram Wasni Putra adalah berita Gubernur (Ahok) Vs DPRD di surat kabar harian Kompas sedangkan subjek penelitian peneliti adalah berita Donald Trump pada *media online* BBCIndonesia.com. Sedangkan

perbedaannya yang kedua yaitu pada objek penelitian. Objek penelitian Bram Wasni Putra adalah keberpihakan media massa dalam penyajian berita, sedangkan objek penelitian peneliti adalah propaganda di *media online*.

3. Pustaka ketiga peneliti menelaah dari skripsi yang berjudul ***Propaganda Cable News Network (CNN) Dalam Upaya Mendukung Kebijakan Luar Negeri Amerika Serikat di Suriah Tahun 2011-2013***. Skripsi ini disusun oleh Azmi Nur Aini Adam, mahasiswa prodi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, tahun 2013.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana propaganda yang dilakukan CNN dalam upaya mendukung kebijakan luar negeri AS di Suriah. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Azmi Nur Aini Adam dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang propaganda di *Media Online*. Sedangkan perbedaannya Azmi Nur Aini Adam meneliti pada *media online* CNN sedangkan peneliti meneliti pada *media online* BBC. Kemudian perbedaan kedua terletak pada metode penelitian, metode penelitian yang digunakan Azmi Nur Aini adalah metode analisis framing sedangkan metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode analisis isi.

4. Pustaka keempat peneliti menelaah dari skripsi yang berjudul ***Penggunaan Internet sebagai Media Propaganda oleh Partai Komunis Cina pada Era Kepemimpinan Hu Jintao hingga Xi Jinping***. Skripsi ini disusun oleh

Diah Nikmahayati, mahasiswa prodi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, tahun 2014.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi PKC dalam menggunakan internet sebagai media propaganda pada era kepemimpinan Hu Jintao hingga Xi Jinping. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Diah Nikmahayati dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang propaganda. Sedangkan perbedaannya Diah Nikmahayati meneliti strategi PKC dalam menggunakan internet sedangkan peneliti meneliti Propaganda *media online* BBCIndonesia.com terhadap Donald Trump. Kemudian perbedaan kedua terletak pada metode penelitian, metode penelitian yang digunakan Diah Nikmahayati adalah metode penelitian kualitatif sedangkan metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kuantitatif.

F. Landasan Teori

Dalam penelitian ini dibutuhkan landasan teori sebagai landasan pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga landasan teori akan menjadi pokok-pokok pikiran dalam menggambarkan permasalahan yang akan dihadapi dan memudahkan kita dalam mencari pemecahan masalah yang ada.

1. Berita

Seorang direktur sebuah institut jurnalistik di London, Tom Clarke, mengatakan bahwa dulu menurut suatu kisah yang diakuinya tak dapat

diuji kebenarannya, asal kata NEWS (berita) itu ialah: N (orth), E (ast), W (est), dan S (outh). Dia menggambarkan bahwa berita adalah untuk memenuhi kebutuhan “naluri ingin tahu” manusia dengan memberi kabar dari segala penjuru dunia (Barus, 1996: 16).

Sedangkan definisi berita menurut The New Grolier Webster International Dictionary yang dikutip kembali oleh Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat dalam buku “Jurnalistik Teori dan Praktek” menyebutkan:

(1) Current information about something that has taken place, or about something not known before; (2) News is information as presented by a news media such as paper, radio, or television; (3) News is anything or anyone regarded by a news media as a subject worthy of treatment. (1) Informasi hangat tentang sesuatu yang telah terjadi, atau tentang sesuatu yang belum diketahui sebelumnya; (2) Berita adalah informasi seperti yang disajikan oleh media semisal surat kabar, radio, televisi; (3) Berita adalah sesuatu atau seseorang yang dipandang oleh media merupakan subjek yang layak untuk diberitakan. (Kusumaningrat, 2006: 39)

Terdapat banyak jenis berita berdasarkan soal atau topik masalahnya, meliputi: politik, ekonomi, budaya, pendidikan, olah raga, agama, gaya hidup, pariwisata, dan lain-lain. Suatu peristiwa bisa disebut berita apabila sudah disiarkan, dilaporkan, atau diinformasikan. Di dalam berita, selalu terdapat informasi. Kita dapat mengetahui informasi tersebut dengan berpegang pada unsur-unsur berita yaitu 5W 1H yang terdiri dari

- (1) *What* - apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa?
- (2) *Who* - siapa yang terlibat di dalamnya?
- (3) *Where* - di mana terjadinya peristiwa itu?
- (4) *When* - kapan terjadinya?

(5) *Why* - mengapa peristiwa itu terjadi?

(6) *How* - bagaimana terjadinya?

2. Media Online

Ashadi Siregar dalam Kurniawan (2005: 20) “Bahasa Jurnalistik” mendefinisikan *media online* sebagai sebuah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, website, radio online, pers online, tv online, mail online dll dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna (user) untuk memanfaatkannya. Ia merupakan penggabungan dari media massa konvensional dengan internet. (Kurniawan, 2005: 20)

Setidaknya, ada 6 ciri utama *media online* menurut Ashadi Siregar. Pertama, adanya kecepatan (aktualitas) informasi. Kedua, bersifat interaktif, melayani keperluan khalayak secara lebih personal. Ketiga, memberi peluang bagi setiap pengguna hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya atau yang dibutuhkannya. Keempat, kapasitas muatan dapat diperbesar. Kelima, informasi yang disediakan tetap tersimpan (tidak terbuang), dapat ditambah kapan saja, dan pengguna dapat mencarinya dengan mesin pencari. Keenam, tidak ada waktu yang diistimewakan (prime time) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung waktu kapan pengguna mau mengakses.

Sejalan dengan hal itu, menurut Iswara dalam Arifin (2012: 35), setidaknya ada 6 karakteristik umum yang dimiliki *media online*, yaitu:

(1) Kecepatan (aktualitas) informasi

Kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung di *upload* ke dalam situs web *media online* ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari seperti yang terjadi pada media elektronik dan cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet, dalam waktu bersamaan, dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.

(2) Adanya pembaruan (*updating*) informasi

Informasi yang disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan (*updating*) informasi. Penyajian yang bersifat *real time* ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diistimewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

(3) Interaktivitas

Salah satu keunggulan *media online* ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (linear) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas (*top-down*). Sedangkan *media online* bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai features yang ada seperti *chatroom*, *e-mail*, *online polling/survey*, *games*, merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di *media*

online. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.

(4) Personalisasi

Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. *Media online* memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).

(5) Kapasitas muatan dapat diperbesar

Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di *server* komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).

(6) Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*)

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs *media online* dan menggunakan fasilitas yang sama

dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom*, lewat *e-mail* atau *games*.

3. Propaganda

Harold Lasswell dalam Kunandar (2015: 7) membuat beberapa definisi tentang propaganda. Dalam *Propaganda Technique in the World War* (1927) ia menyatakan, “Propaganda semata merujuk pada kontrol opini dengan simbol-simbol penting, atau, berbicara secara lebih konkret dan kurang akurat melalui cerita, rumor, berita, gambar, atau bentuk-bentuk komunikasi sosial lainnya. Kemudian dalam *The Theory of Political Propaganda*, Lasswell menulis, “Propaganda adalah manajemen sikap kolektif melalui manipulasi simbol yang signifikan. Sebuah kelompok propaganda dapat berkembang secara rahasia, dan yang lainnya dengan mengundang atau melakukan publisitas.” dilanjutkan, “Propaganda bisa didefinisikan sebagai sebuah teknik melakukan kontrol sosial, atau sebuah bentuk dari pergerakan sosial. Sebagai sebuah teknik, propaganda lebih merupakan manipulasi dari sikap kolektif dengan menggunakan simbol yang signifikan (kata, gambar, atau suara) ketimbang kekerasan, penyuapan, ataupun pemboikotan. Propaganda harus dibedakan dengan teknik pedagogi karena propaganda lebih menekankan pada sikap mencintai atau membenci, sementara pedagogi diarahkan untuk menyebarkan keahlian tertentu. Penyebaran sikap yang kontroversial dilakukan oleh propaganda, sementara penyebaran dari sikap yang bisa diterima dan keahlian adalah pendidikan (edukasi).

Sepuluh tahun kemudian (1937) Lasswell memberikan definisi yang agak berbeda: “Propaganda dalam arti yang paling luas adalah teknik mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar, atau musik. Dan suatu kesadaran yang paling luas seperti suatu teknik atau manipulasi penyajian pesan tertentu yang mempengaruhi tindakan manusia.”

Tujuan propaganda adalah untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku dari kelompok sasaran, selagi kelompok ini dibentuk oleh struktur interaksi antara personal dan yang terintegrasi atau sebagai bagian dari suatu masyarakat. Para propagandis umumnya sedang berusaha untuk mengolah kelompok sasaran agar mereka dapat menerima pesan dan menjadikan pesan itu menjadi kenyataan dalam tindakan.

Menurut Kunandar (2015: 77) dilihat dari perspektif informasi palsu atau dilihat dari sumber penyebar informasinya, propaganda dapat digolongkan dalam tiga jenis, yaitu (1) propaganda putih, (2) propaganda hitam, dan (3) propaganda abu-abu. Sebenarnya penyebutan putih, hitam, dan abu-abu sama sekali tidak berkaitan dengan tingkat kebenaran informasi yang disebarkan, tetapi lebih pada kejelasan siapa yang menjadi sumber propagandanya. Oleh karena itu, meskipun namanya propaganda putih, tidak serta-merta bahwa apa yang disebarkannya mengandung 100 persen kebenaran.

(1) Propaganda putih (*white propaganda*)

Propaganda putih adalah propaganda yang berasal dari sumber yang dapat diidentifikasi, sumbernya jelas dan terbuka, sehingga setiap orang dapat mengetahui kredibilitas sumber propaganda. Informasi yang berada dalam pesan yang disampaikan kepada khalayak cenderung akurat (meskipun kebenarannya tetaplah harus diverifikasi). Masih sangat memungkinkan bahwa pesan yang disebarakan adalah pesan yang tidak benar atau tidak seluruhnya benar. Akan tetapi, karena sumbernya terang-terangan, pengajuan pesan yang tidak benar bisa jadi malah akan merusak reputasi dari si sumber.

Menurut Nicholas J. Cull dalam buku *Propaganda and Mass Persuasion, A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present* menyebutkan:

The message conveyed in the white propaganda generally intended to convince the public of the supremacy and truth of the regime or particular ideology. During the Cold War, for example, Voice of America and Moscow Radio equally used to spread propaganda messages with the aim to establish the credibility of each party, both the US and Soviet. (Cull, 2003: 426)

Propaganda putih bisa juga berupa perayaan hari kemerdekaan yang mengusung pesan-pesan patriotisme dan menumbuhkan rasa kebangsaan. Selain itu, kegiatan jurnalistik yang berkaitan dengan peliputan kompetisi olahraga internasional juga bisa digolongkan sebagai propaganda putih. Karena di situ biasanya terdapat bias (bagi khalayak dari negara lain), misalnya peliputan yang dilakukan BBC tentu saja akan bias bagi khalayak non-Inggris. Atau, contoh yang

lebih konkrit, saat Olimpiade 2004 dilaksanakan di Yunani, banyak media yang menyoroti rendahnya penjualan tiket, pemerintah Yunani melancarkan propaganda putih dengan mempromosikan negaranya sebagai ‘tujuan yang aman’ atau ‘negara Eropa yang modern’.

(2) Propaganda hitam (*black propaganda*)

Menurut Jowett dan O’Donell (2006: 16), propaganda hitam adalah propaganda yang berasal dari sumber palsu yang menyebarkan kebohongan, pemalsuan, bahkan penipuan. Propaganda hitam adalah kebohongan besar termasuk di dalamnya segala jenis dari usaha-usaha yang mengandung tipu daya. Propaganda hitam sering disamakan dengan *covert propaganda*, propaganda tertutup, yakni propaganda yang dilancarkan pihak tertentu dengan cara menyembunyikan identitasnya sendiri dengan mengaku berasal dari seseorang atau suatu tempat lain, dengan sumber informasi yang benar. Dalam propaganda hitam, identitas seringkali harus disembunyikan karena memang informasi yang disampaikan penuh dengan distorsi bahkan kebohongan.

Sedangkan menurut Alip Kunandar dalam buku Memahami Propaganda (Metode, Praktik, Analisis) menyebutkan:

Propaganda hitam seringkali ditudingkan sebagai propaganda yang bersumber dari pihak lawan. Pada umumnya pihak lawan selalu mengajukan pesan-pesan yang berlawanan atau menantang pesan-pesan dari propagandis. Dalam kampanye, jenis propaganda hitam, selalu disebut *black campaign*, yaitu penyebarluasan pesan untuk merendahkan sumber propaganda, dengan demikian khalayak diajak untuk tidak perlu percaya kepada pihak propagandis. (Kunandar, 2015: 78)

Sukses tidaknya propaganda hitam, sangat tergantung dari bagaimana propagandis memahami khalayak sasarannya dengan melalui berbagai pendekatan, misalnya saja pendekatan budaya, sosial, politik, dan psikologi khalayak sasarannya.

Salah satu contoh propaganda hitam, saat PD II ketika Hitler merencanakan invasi ke Inggris Raya, muncul sebuah siaran radio yang dikenal sebagai "*The New English Broadcasting Station*" yang bersiaran selama setengah jam setiap hari, dibuka dengan lagu *Loch Lomond* dan ditutup dengan lagu *God Save The King*. Stasiun radio ini terus-menerus menyiarkan apa yang disebutnya sebagai berita perang. Seolah-olah, radio ini dijalankan oleh pihak Inggris, padahal sesungguhnya ini adalah operasi diam-diam yang dijalankan oleh Jerman untuk meruntuhkan moral rakyat Inggris ketika terjadi Perang Britania.

Sedangkan *Institut for Propaganda Analysis* (IPA) didirikan pada tahun 1937 oleh pakar psikologi sosial Hadley Cantril dengan koleganya Edward A. Filene yang bertujuan untuk menyadarkan rakyat AS tentang propaganda. Salah satu topik kajian yang dilakukan IPA adalah pengaruh propaganda Nazi Jerman. Charles E. Coughlin, seorang pendeta Katolik adalah salah satu tokoh utama penyebaran faham Nazi di AS. Ia rajin berceramah di radio, dan mampu menjangkau 30 juta pendengar di seluruh AS, hingga ia dikenal dengan julukan 'pendeta radio'. Hal yang dianggap mencemaskan adalah, karena ceramah Coughlin dianggap menyajikan

filsafat fasis. Salah satu majalah yang diterbitkannya, *Social Justice* akhirnya dilarang di AS karena dianggap mewakili jalur propaganda Nazi. (Severin dan Tankard, 2011: 130)

Hasil kajian IPA kemudian diterbitkan dalam bentuk buku yang disunting oleh Alfred McClung dan Elizabeth Briant Lee (1939) yang berjudul *The Fine Art of Propaganda*. Dalam buku inilah untuk pertama kalinya diungkapkan tujuh alat umum (teknik) propaganda berdasarkan contoh-contoh propaganda yang dilakukan Coughlin melalui pidato-pidatonya di radio. Ketujuh teknik ini adalah (1) *name calling*, (2) *glittering generality*, (3) *transfer*, (4) *testimony*, (5) *plain folks*, (6) *card stacking*, dan (7) *bandwagon*.

(1) *Name Calling*

Pemberian label buruk pada suatu gagasan, dipakai untuk membuat kita menolak dan mengutuk ide tanpa mengamati bukti (Lee dan Lee, 1939: 26). *Name Calling* tidak banyak muncul dalam periklanan, mungkin karena ada keengganan untuk menyebutkan produk yang sedang bersaing, bahkan dengan menjelekannya. Namun demikian, pemakaiannya dalam dunia politik dan bidang-bidang wacana publik lain adalah lebih umum. Sebagai contoh labeling kata “*Terrorist*” teroris dan *terrorism* telah menjadi kata klise dalam mencari makna yang sesungguhnya. Christopher Hitchens (1989) dalam (Severin dan Tankard, 2011: 131). Menanyakan apakah sebuah aksi terorisme selalu merujuk pada setiap aksi yang ditujukan atau

terkadang pemakaiannya tergantung siapa yang memakainya kadang tergantung pada siapa pelakunya.

Name calling meski selalu berkonotasi dengan pemberian julukan buruk namun dalam praktiknya bisa juga sebaliknya, dilakukan dengan cara memberikan julukan yang baik untuk mendapatkan dukungan dari pihak lain (Kunandar, 2015: 89).

(2) *Glittering Generality*

Menghubungkan sesuatu dengan “kata yang baik”, dipakai untuk membuat kita menerima dan menyetujui sesuatu tanpa memeriksa bukti-bukti, pemakaian *Glittering Generality* sangat meluas sehingga kita sulit mengenalinya (Severin dan Tankard, 2011: 133).

Glittering Generality juga sering muncul di dalam periklanan ataupun selain diperiklanan bahkan dapat mengandung penipuan pada tingkatan tertentu, contoh kasus yang selalu ada dalam periklanan adalah penggunaan kata “bahan-bahan alami” pada iklan shampo, yang sesungguhnya ternyata hanya minyak kelapa dan air. Pada politik, sebagian besar rakyat biasanya tidak memandang perang sebagai sesuatu yang positif, tetapi para politisi memberikan kesan positif pada perang. Jenderal Norman Schwarzkopf, ketika berbicara tentang Perang Teluk pada tahun 1991, memberi komentar tentang: Permintaan Washington untuk menunda gencatan senjata selama dua jam untuk menjadikan serangan darat sebagai “perang seratus jam”. Komentar miring Jenderal Schwarzkopf: “Mereka benar-benar paham

bagaimana mengemas sebuah peristiwa bersejarah.” Eisenhower dalam (Severin. dan Tankard, 2011: 135).

(3) *Transfer*

Transfer adalah membawa otoritas, dukungan, dan gengsi dari sesuatu yang dihargai dan disanjung kepada sesuatu yang lain itu dapat diterima, transfer bekerja melalui sebuah proses asosiasi. Tujuan komunikator adalah menghubungkan gagasan atau produk dengan sesuatu yang dikagumi orang (Severin dan Tankard, 2011: 136).

Transfer dapat terjadi melalui pemakaian objek-objek simbolik. Kampanye pendukung Nazi dilambangkan dengan Swastika khas Nazi Jerman dengan latar warna merah dan putih pada setiap sesi lingkup Nazi, mulai atribut politik dan partai sampai militer.

(4) *Testimony*

Testimony atau kesaksian adalah memberi kesempatan pada orang-orang yang mengagumi atau membenci untuk mengatakan bahwa sebuah gagasan atau program seseorang itu baik atau buruk. Ini merupakan teknik yang sudah biasa dalam kampanye politik.

Dalam dunia periklanan dikenal istilah brand ambassador atau duta merk. Brand Ambassador biasanya diangkat dari kalangan pesohor (selebriti) dengan harapan, khalayak percaya bahwa pesohor tersebut mencapai prestasinya (kondisinya saat ini, seperti cantik, ganteng, kulit putih, berprestasi) adalah karena menggunakan produk yang diiklankan. Sebuah produk yang menggunakan brand

ambassador berupaya untuk menggiring persepsi khalayak dengan kalimat 'dia saja pakai, kenapa kita tidak' atau upaya untuk membuat asosiasi produk dengan si tokoh atau sebaliknya. Akan tetapi, inti dari *testimony* bukanlah pada 'siapa' melainkan pada 'apa' yang dia katakan atau kesaksiannya.

(5) *Plain Folks*

Plain Folks atau orang biasa adalah teknik dan metode yang dipakai oleh pembicara dalam upayanya meyakinkan khalayak bahwa dia dan gagasannya adalah bagus karena mereka adalah bagian dari rakyat dan mengatasnamakan kepentingan rakyat. Teknik ini biasa dilakukan oleh propagandis dengan berkata atau bertingkat laku layaknya rakyat jelata (khalayak tujuan propaganda) agar khalayak merasa sama dengan dirinya, atau menganggap si propagandis atau programnya sama dengan mereka dan programnya memang untuk mereka. (Kunandar, 2015: 92)

Plain folks banyak digunakan dalam propaganda yang berkaitan dengan kampanye politik. Misalnya saja, pada akhir tahun 1992, para profesional di bidang politik yang berusaha agar Bill Clinton terpilih sebagai presiden menemukan bahwa lebih dari 40 persen pemilih tidak menyukai kandidat tersebut. Clinton dianggap sebagai politisi yang lemah yang tidak berbicara lugas. Hillary Clinton (istrinya) digambarkan suka pergi sendirian, mulai berkuasa dan ingin tampil. Pakar polling Clinton setuju untuk menciptakan citra baru untuk

Clinton dan istrinya sebagai seorang suami yang idealis yang jujur, orang biasa yang sederhana dan seorang istri yang mesra dan penuh cinta. Usaha ini berhasil karena kemudian Clinton terpilih sebagai presiden Amerika Serikat.

(6) *Card Stacking*

Card stacking meliputi pemilihan dan pemanfaatan fakta atau kebohongan, ilustrasi atau penyimpangan, dan pernyataan-pernyataan logis atau tidak logis untuk memberikan kasus terbaik atau terburuk pada sebuah gagasan, program, orang atau produk. *Card Stacking* pada dasarnya sama dengan teknik *slanting* dari ilmu semantik umum. Teknik ini memilih argumen atau bukti yang mendukung sebuah posisi dan mengabaikan hal-hal yang tidak mendukung posisi itu.

Dalam propaganda perang, *card stacking* biasanya dilakukan dengan mengumumkan jumlah korban di pihak lawan dan menyembunyikan korban di pihaknya. Tujuannya adalah untuk menjatuhkan mental lawan, atau sebaliknya, untuk meraih simpati. Kemudian, dalam propaganda yang berkaitan dengan periklanan, produk-produk yang diiklankan seringkali hanya menyebutkan kegunaan atau kelebihan saja, tetapi tidak menyebutkan efek samping penggunaan atau kekurangannya. (Kunandar, 2015: 92).

(7) *Bandwagon*

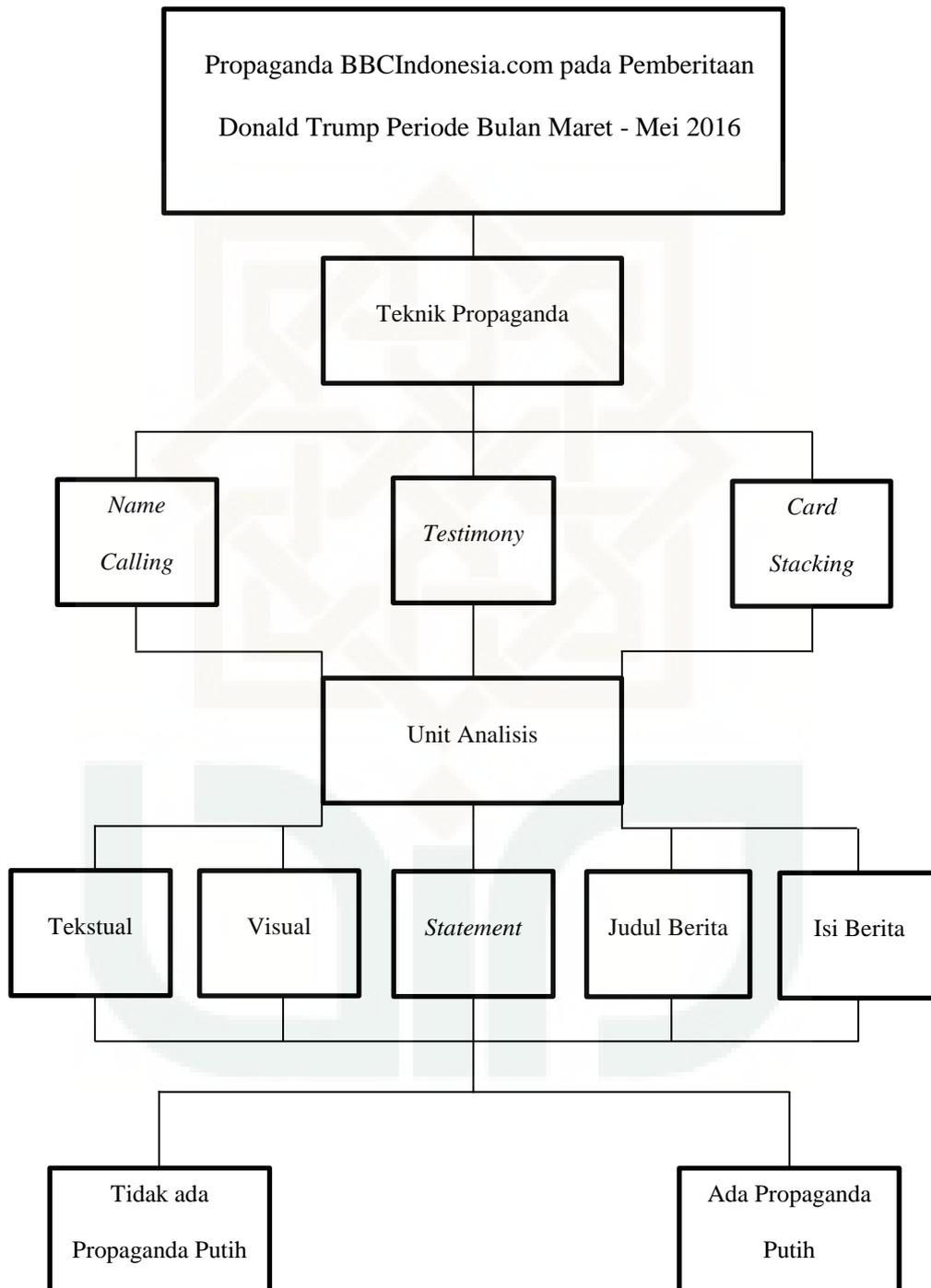
Teknik ini sering disebut *Mob-Mentality Trick* dengan semboyannya *Everybody's Doing it*. Kebanyakan orang memiliki

kecenderungan mengikuti apa yang orang lain lakukan. Kecenderungan ini disebabkan oleh ketidakamanan yang melekat pada diri hampir semua orang yang juga membuat mereka takut berbeda dari orang lain. Kita semua tahu bagaimana orang-orang perintis diberbagai bidang sangat menderita ketika mereka dicerca orang lain.

Teknik ini digunakan oleh propagandis untuk mendorong orang lain membeli hal yang sebenarnya mereka tidak butuhkan. (Liliweri, 2011: 804).



G. Kerangka Berpikir



(Sumber : Olahan Peneliti)

H. Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian menggunakan metode analisis isi kuantitatif, selalu dibutuhkan hipotesis penelitian yang akan dibuktikan melalui analisis data.

Hipotesis yang peneliti angkat dalam penelitian ini adalah:

Propaganda di *Media Online*

H_0 : Tidak ada Propaganda Putih dalam Pemberitaan Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com Periode Bulan Maret - Mei 2016.

H_a : Ada Propaganda Putih dalam Pemberitaan Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com Periode Bulan Maret - Mei 2016.

I. Metode Penelitian

Metode merupakan cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah sistematis. Metode penelitian merupakan inti pokok dalam sebuah karya ilmiah. Fungsi penelitian itu sendiri mencari penjelasan dan jawaban terhadap permasalahan serta memberikan alternatif bagi kemungkinan yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah. Berdasarkan pada penjelasan tersebut maka metodologi dalam penelitian ini akan menjelaskan tentang bagaimana paradigma penelitian hingga analisis data, adapun metode penelitian yang peneliti gunakan sebagai berikut.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis isi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis isi kuantitatif adalah analisis yang dipakai untuk mengukur aspek–aspek tertentu dari berita yang dilakukan secara kuantitatif, yaitu dengan jalan mengukur atau menghitung aspek dari berita itu dan menyajikannya secara kuantitatif (Eriyanto, 2011: 412). Peneliti ingin mengetahui bagaimana propaganda berita Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com periode bulan Maret - Mei 2016. Eriyanto (2011: 412) menjelaskan bahwa penelitian menggunakan metode ini hanya memfokuskan pada bahan yang tersurat saja. Peneliti hanya meng-*coding* (memberi tanda) apa yang dilihat.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Data yang akan digunakan dalam analisis penelitian kali ini adalah data primer dan data sekunder. Azwar (2004: 91) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Sedangkan data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan pihak lain.

Data primer didapat dari observasi dan dokumentasi berita Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com periode bulan Maret - Mei 2016. Sedangkan data sekunder didapat dari sumber-sumber lain yang menjadi referensi sekunder bagi penelitian ini antara lain buku

referensi, *media online*, dll yang dinilai relevan dengan objek kajian yang akan diangkat oleh peneliti.

b. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode observasi dan dokumentasi.

1. Observasi data, dengan melihat pemberitaan yang dikaji dengan cermat dan teliti.
2. Dokumentasi mengambil gambar-gambar (*screenshot*) isi berita yang dirasa perlu. Karena subjek dari penelitian kali ini adalah berita di *media online*, maka beberapa berita digunakan sebagai data utama.

3. Unit Analisis

Langkah awal yang penting dalam analisis isi adalah menentukan unit analisis. Krippendorff dalam Eriyanto (2011: 59) mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Secara sederhana menurut Eriyanto (2011: 59), unit analisis dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto, *scene* (potongan adegan), paragraf.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini dibuat berdasarkan panduan dari buku Analisis Isi milik Eriyanto (2011). Peneliti memilih menggunakan teknik unit analisis isi tersebut karena mempunyai kelebihan

selain merupakan unit analisis yang paling umum dipakai, juga keduanya mempunyai tingkat produktivitas (analisis yang dapat menjawab tujuan dan punya potensi menghasilkan temuan menarik) yang tinggi (Eriyanto, 2011:99). Sedangkan kelemahannya adalah, keduanya mempunyai tingkat reliabilitas yang rendah, yakni kemungkinan perbedaan pemahaman antara peneliti dengan peng-*coder* cukup tinggi sehingga diperlukan pembuatan unit analisis yang cermat dan terperinci. Kelemahan ini dapat diatasi dengan pembuatan unit analisis dengan terperinci sehingga lembar coding yang digunakan mempunyai reliabilitas tinggi. Untuk membuktikan reliabilitas tersebut dilakukan menggunakan uji reliabilitas menggunakan rumus statistik.

Pada dasarnya, untuk membuat penelitian tentang propaganda bisa menggunakan seluruh teknik propaganda yang sudah teridentifikasi, bisa juga dengan menggunakan 7 teknik dasar yang dirumuskan oleh *Institute Propaganda Analysis* (IPA), atau hanya memilih salah satu diantaranya (Kunandar, 2015: 306). Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih tiga teknik propaganda yaitu *Name Calling*, *Testimony*, dan *Card Stacking* yang akan dijadikan sebagai pendukung unit analisis.

Alasan peneliti hanya memilih tiga teknik propaganda karena hanya tiga teknik tersebut yang masing-masing teknik bisa dibagi lagi menjadi dua arti yang berlawanan yaitu arti secara positif (propaganda putih) dan arti secara negatif (propaganda hitam), artinya dari setiap teknik propaganda tersebut terdapat 2 kategorisasi jenis propaganda yaitu

propaganda putih dan propaganda hitam. Sehingga nantinya dalam penelitian ini istilah teknik propaganda dan jenis propaganda tersebut akan digabung menjadi (1) *Name Calling* terdiri dari Name Calling Putih dan Name Calling Hitam, (2) *Testimony* terdiri dari Testimony Putih dan Testimony Hitam, (3) *Card Stacking* terdiri dari Card Stacking Putih dan Card Stacking Hitam.

Sedangkan unit analisis yang peneliti buat yaitu ada 5 unit analisis yaitu yang pertama unit analisis Tekstual dan yang kedua unit analisis Visual pada teknik propaganda *Name Calling*, yang ketiga unit analisis *Statement* pada teknik propaganda *Testimony*, kemudian yang keempat unit analisis Judul Berita dan yang kelima unit analisis Isi Berita pada teknik propaganda *Card Stacking*.

Berikut ini adalah unit analisis, kategorisasi, dan indikator yang peneliti susun untuk penelitian ini:

Tabel 1:
Unit analisis, kategorisasi, dan indikator analisis isi.

Teknik Propaganda	Unit Analisis	Kategorisasi	Indikator
Name Calling	Tekstual	Propaganda Putih	Pemberian label positif
			Julukan yang bersifat baik
		Propaganda Hitam	Pemberian label negatif
			Julukan yang bersifat buruk
		Netral	Tidak ada label positif maupun negatif
	Visual	Propaganda Putih	Pemberian label positif
			Julukan yang bersifat baik
		Propaganda Hitam	Pemberian label negatif
			Julukan yang bersifat buruk
Netral	Tidak ada label positif maupun negatif		

Testimony	<i>Statement</i>	Propaganda Putih	Kesaksian positif Berasal dari pengagum
		Propaganda Hitam	Kesaksian negatif Berasal dari pembenci
		Netral	Tidak ada kesaksian positif maupun negatif
Card Stacking	Judul Berita	Propaganda Putih	Memberikan kasus terbaik Hanya menyebut kelebihan, keunggulan
		Propaganda Hitam	Memberikan kasus terburuk Hanya menyebut kekurangan, kelemahan
		Netral	Menyebut semua kelebihan, keunggulan sekaligus kekurangan, kelemahan
	Isi Berita	Propaganda Putih	Memberikan kasus terbaik Hanya menyebut kelebihan, keunggulan
		Propaganda Hitam	Memberikan kasus terburuk Hanya menyebut kekurangan, kelemahan
		Netral	Menyebut semua kelebihan, keunggulan sekaligus kekurangan, kelemahan

(Sumber : olahan peneliti)

4. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan cara mengukur variabel. Dengan kata lain adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur variabel. Perincian kategori dan variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

(1) Name Calling (Tekstual)

- a. Propaganda putih, yaitu pemberian label atau julukan baik yang bisa ditemukan di dalam teks berita.
- b. Propaganda hitam, yaitu pemberian label atau julukan buruk yang bisa ditemukan di dalam teks berita.

- c. Netral, yaitu tidak ada label baik atau buruk yang ditemukan di dalam teks berita.

(2) Name Calling (Visual)

- a. Propaganda putih, yaitu pemberian label atau julukan baik yang berupa gambar (visual) di dalam berita.
- b. Propaganda hitam, yaitu pemberian label atau julukan buruk yang berupa gambar (visual) di dalam berita.
- c. Netral, yaitu tidak ada pemberian label baik atau buruk yang berupa gambar (visual) di dalam berita.

(3) Testimony (*Statement*)

- a. Propaganda putih, yaitu sebuah kesaksian baik dan positif yang bisa berasal dari individu, kelompok, maupun suatu instansi atau lembaga tertentu.
- b. Propaganda hitam, yaitu sebuah kesaksian buruk dan negatif yang bisa berasal dari individu, kelompok, maupun suatu instansi atau lembaga tertentu.
- c. Netral, yaitu tidak ada kesaksian positif maupun negatif yang berasal dari individu, kelompok, maupun suatu instansi atau lembaga tertentu.

(4) Card Stacking (Judul Berita)

- a. Propaganda putih, yaitu judul berita yang menggambarkan kelebihan, keunggulan, dan hal-hal positif.

- b. Propaganda hitam, yaitu judul berita yang menggambarkan kekurangan, kelemahan, dan hal-hal negatif.
- c. Netral, yaitu judul berita yang tidak menggambarkan kelebihan, keunggulan, dan hal-hal positif juga tidak menggambarkan kekurangan, kelemahan, dan hal-hal negatif sehingga bersifat netral.

(5) Card Stacking (Isi Berita)

- a. Propaganda putih, yaitu upaya pemaparan dalam seluruh isi berita yang hanya menampilkan kelebihan, keunggulan, dan hal-hal positif serta menyembunyikan kekurangan, kelemahan, dan hal-hal negatif.
- b. Propaganda hitam, yaitu upaya pemaparan dalam seluruh isi berita yang hanya menampilkan kekurangan, kelemahan, dan hal-hal negatif serta menyembunyikan kelebihan, keunggulan, dan hal-hal positif.
- c. Netral, yaitu upaya pemaparan dalam seluruh isi berita yang menampilkan kekurangan, kelemahan, dan hal-hal negatif juga menampilkan kelebihan, keunggulan, dan hal-hal positif, atau tidak menampilkan keduanya sehingga bersifat netral.

5. Metode Analisis Data

Holsti dalam Eriyanto (2011: 280) mengatakan, untuk memperkuat data yang digunakan peneliti, maka diperlukan suatu metode yang mengecek data tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode reliabilitas dengan menggunakan formula Ole R. Holsti :

$$\text{Reliabilitas Antar - Coder} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Dimana CR merupakan *Coefficient Reliabilty* yang dicari, sedangkan M adalah jumlah pernyataan yang disetujui oleh peneliti dan pengkoder. Sedangkan N1 adalah jumlah unit yang *dicoder* oleh peneliti dan N2 adalah jumlah unit yang *dicoding* oleh *coder* lain. Sub Variabel dikatakan reliabel jika hasil perhitungan lebih dari 0,7 atau 70 %. Jika hasil yang diperoleh kurang dari angka tersebut maka sub variabel dan lembar koding yang digunakan tidak reliabel.

Data yang terkumpul, melalui *coding sheet* yang didapatkan oleh para *coder* akan *diinput* ke dalam tabel secara keseluruhan agar mudah membacanya. Setelah itu data yang terkumpul harus diuji keabsahannya melalui uji reliabilitas. Apabila data yang tersaji sudah reliabel, maka data akan disajikan data tabel frekuensi yang menyajikan masing-masing sub variabel atau dimensi, satu sub variabel mempunyai satu tabel pembahasan. Tahap selanjutnya adalah mendeskripsikan apa yang ditemukan dari sajian data. Ini menggunakan statistik yang disebut sebagai statistik deskriptif. Disebut sebagai statistik deskriptif karena statistik ini bertujuan

mendeskripsikan dan menjabarkan temuan dan data yang didapat dari analisis isi. Jika analisis isi menggunakan lima variabel, maka kelima variabel tersebut dapat dijabarkan masing-masing (Eriyanto, 2011: 305).

Selanjutnya, data yang sudah tersaji akan dihitung kembali untuk menguji hipotesis H_0 dan H_a . Peneliti akan menggunakan teknik perhitungan *Chi Square* (Chi Kuadrat), rumusnya adalah :

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dimana x^2 adalah *chi square*, O adalah frekuensi observasi, dan E adalah frekuensi harapan. Perhitungan ini bisa dilakukan lebih mudah menggunakan program Microsoft Excel yang akan peneliti pakai. Dasar pengambilan keputusan: Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 ditolak, sementara jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 diterima.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji reliabilitas dengan formula Ole R. Holsti, temuan data, analisis data, dan pengujian hipotesis dengan formula *chi square* atau chi kuadrat yang telah peneliti lakukan memberi kesimpulan sebagai berikut:

1. Berita di *media online* BBCIndonesia.com terdapat Propaganda Putih terhadap sosok Donald Trump selama periode bulan Maret - Mei 2016 dengan hasil poin Propaganda Putih sebesar 112 poin (35,33%) dari total 317 poin. Dan hasil pengujian hipotesis dengan rumus *chi square* juga membuktikan nilai χ^2 hitung (17,05) lebih besar daripada nilai kritis χ^2 (9,48) maka H_0 (Tidak ada Propaganda Putih dalam Pemberitaan Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com Periode Bulan Maret - Mei 2016) ditolak dan H_a (Ada Propaganda Putih dalam Pemberitaan Donald Trump di *media online* BBCIndonesia.com Periode Bulan Maret - Mei 2016) diterima.
2. Penelitian analisis isi propaganda di *media online* BBCIndonesia.com ini terwujud dengan menggunakan 3 teknik propaganda, antara lain: 'Name Calling', 'Testimony', dan 'Card Stacking', serta 5 unit analisis antara lain: 'Tekstual', 'Visual', 'Statement', 'Judul Berita', dan 'Isi Berita'. Keseluruhan unit analisis tersebut mempunyai angka reliabilitas yang

memadai dengan nilai paling rendah berada pada angka 0,7857 dan nilai paling tinggi mencapai angka 0,9523.

3. Dari kelima unit analisis yang digunakan, unit analisis 'Visual' mendapat perolehan angka yang paling kecil jika dibandingkan dengan keempat unit analisis lainnya, yaitu hanya sebesar 23 poin yang terdiri dari Name Calling Putih 13 poin dan Name Calling Hitam 10 poin. Kemudian disusul unit analisis 'Tekstual' sebesar 50 poin yang terdiri dari Name Calling Putih 11 poin dan Name Calling Hitam 39 poin, unit analisis 'Statement' sebesar 72 poin yang terdiri dari Testimony Putih 16 poin dan Testimony Hitam 56 poin, unit analisis 'Judul berita' sebesar 85 poin, yang terdiri dari Card Stacking Putih 36 poin dan Card Stacking Hitam 49 poin. Yang terakhir unit analisis 'Isi Berita' yang mencapai angka paling tinggi yaitu sebesar 87 poin yang terdiri dari Card Stacking Putih 36 poin dan Card Stacking Hitam 51 poin.

B. Saran

Setelah melalui hasil analisis, perhitungan dan proses pendeskripsian, peneliti bermaksud memberikan saran-saran, sebagai berikut:

1. Untuk Media

Sebagai salah satu institusi media internasional terbesar di seluruh dunia maka seyogyanya redaksi BBC khususnya pada *media online* BBCIndonesia.com menjadikannya sebagai sarana penyampai informasi yang lebih obyektif sebagai perwujudan kode etik pers. Pada era

jurnalisme *online*, berita terkait pemilihan umum sangat menjanjikan karena dapat menarik pembaca. Selain itu terkadang media sering kebablasan dan akhirnya mengabaikan peristiwa yang lainnya. Dan diharapkan selain obyektifitas, media massa khususnya *media online* harus lebih memperhatikan mengenai kualitas berita yang mereka terbitkan. Hal ini khususnya terkait dengan masih ditemukannya beberapa tulisan yang salah ketik atau *typo*. *Media online* pun diharapkan mampu memberikan informasi secara lebih aktual dan detail serta jangan melupakan unsur 5W 1H dalam penyajian berita.

2. Untuk Pembaca

Bagi khalayak pembaca diharapkan lebih cermat dan kritis dalam menginterpretasikan isi berita. Tidak mudah begitu saja menerima informasi yang disampaikan karena realitas media massa telah mengalami konstruksi realitas. Oleh sebab itu jika pembaca tidak berhati-hati maka akan terjebak dalam propaganda media.

3. Untuk Penelitian selanjutnya

Perkembangan penelitian analisis isi saat ini menjadi sangat digemari. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian komunikasi dengan model analisis isi maka semakin banyaknya referensi yang sudah ada diharapkan dapat mengoptimalkan penelitian-penelitian selanjutnya. Dan juga peneliti harus memperhatikan kejenuhan yang akan dialami karena peneliti akan mengalami pengulangan-pengulangan pada beberapa bagian.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an :

Al-Qur'an Digital Versi 3.2

Buku :

- Abrar, Ana Nadhya. 2005. *Penulisan Berita: Edisi Kedua*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya
- Arifin, Zainal. 2012. *Evaluasi Pembelajaran: Prinsip, Teknik, Prosedur*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Assegaf, Djafar. 1985. *Jurnalistik Masa Kini Pengantar Kewartawanan*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baran, Stanley J dan Davis, Dennis K. 2010. *Teori Komunikasi Massa "Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan"*. Jakarta: Salemba Humanika
- Barus, Sedia Willing. 1996. *Jurnalistik Petunjuk Praktis Menulis Berita*. Jakarta: Mini Jaya Abadi
- Cull, Nicholas J. 2003. *Propaganda and Mass Persuasion, A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. California: ABC-CLIO
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Jowett, Garth S. & O'Donnell, Victoria. 2006. *Propaganda and Persuasion*. California. Sage Publications
- Kunandar, Alip. 2015. *Memahami Propaganda: Metode, Praktik, Analisis*. Yogyakarta: Galuh Patria
- Kurniawan, Khaerudin. 2005. *Bahasa Jurnalistik*. Bandung: Pusat Studi Literasi
- Kusumaningrat, Hikmat. 2005. *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Liliweri, Alo. 2011. *KOMUNIKASI "Serba Ada Serba Makna"*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nasrulloh, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nurudin. 2002. *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Severin, Werner J. dan Tankard, James W. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Skripsi :

- Azmi Nur Aini Adam. 2013. *Propaganda Cable News Network (CNN) Dalam Upaya Mendukung Kebijakan Luar Negeri Amerika Serikat di Suriah Tahun 2011 - 2013*.
- Bram Wasni Putra. 2015. *Keberpihakan Media Massa Dalam Penyajian Berita (Analisis Isi Berita Perseteruan Gubernur Vs DPRD DKI Jakarta di Surat Kabar Harian Kompas Periode 1 - 31 Maret 2015)*
- Syarif Hidayatulloh. 2014. *Teknik Propaganda Nazi Dalam Film (Analisis Isi pada Film Hitler The Rise of Evil)*

Internet :

- http://www.academia.edu/4513826/CAKUPAN_PROPAGANDA
diakses pada 16 Mei 2016 pukul 20:50 WIB
- http://digilib.uin-suka.ac.id/18732/2/11730036_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf
diakses pada 19 Mei 2016 pukul 15:20 WIB
- <http://thesis.umy.ac.id/datapublik/t34924.pdf>
diakses pada 19 Mei 2016 pukul 15:30 WIB
- <http://inovasipintar.com/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>
diakses pada 2 Juni 2016 pukul 19:20 WIB
- <http://www.tafsirqu.com/2015/06/pdf-ebook-tafsir-ibnu-katsir-tafsir.html>
diakses pada 18 Juli 2016 pukul 16:30 WIB
- <http://www.remotivi.or.id>
diakses pada 15 Oktober 2016 pukul 16.00 WIB



LAMPIRAN

LEMBAR CODING

PROPAGANDA DI MEDIA ONLINE

(Analisis Isi Pemberitaan Donald Trump pada BBCIndonesia.com

Periode Bulan Maret - Mei 2016)

Nomor Coding : _____
Nomor Identitas Coder : _____
Hari / Tanggal : _____
Judul Berita : _____

1. Teksual

1 = Name Calling Putih

2 = Name Calling Hitam _____

x = Netral

2. Visual

1 = Name Calling Putih

2 = Name Calling Hitam _____

x = Netral

3. Statement

1 = Testimony Putih

2 = Testimony Hitam _____

x = Netral

4. Judul Berita

1 = Card Stacking Putih

2 = Card Stacking Hitam

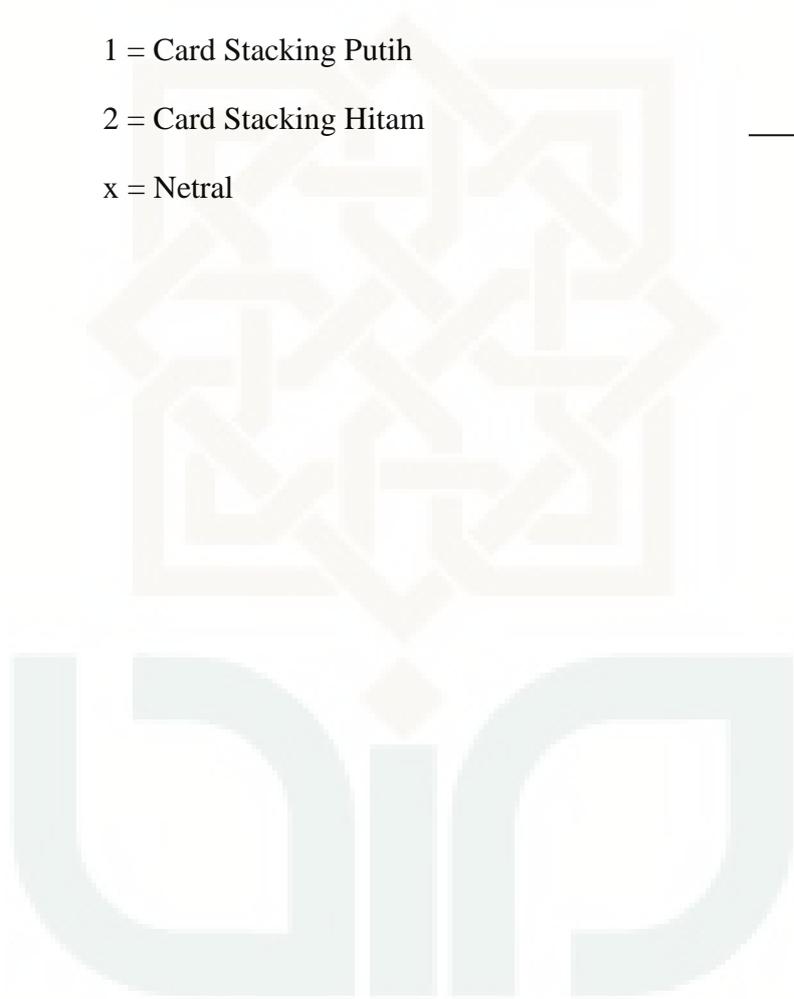
x = Netral

5. Isi Berita

1 = Card Stacking Putih

2 = Card Stacking Hitam

x = Netral



HASIL CODING

Unit Analisis 1. Tekstual

No.	Tanggal / Berita	Peneliti	N1	N2
1.	(2 Maret 2016) Pemilihan Pendahuluan AS: Clinton dan Trump Menang 'Besar'	X	X	X
2.	(2 Maret 2016) Kedua Partai AS Gelar Tahap Penting Pemilihan Capres	X	X	X
3.	(3 Maret 2016) Petinggi Partai Republik Menentang Donald Trump	X	2	2
4.	(4 Maret 2016) Trump Jadi Sasaran dalam Debat Partai Republik	2	2	2
5.	(5 Maret 2016) Ben Carson Mundur dari Bursa Pencalonan Presiden AS	2	2	X
6.	(7 Maret 2016) Sanders Kalahkan Clinton di Kaukus Maine	X	X	X
7.	(8 Maret 2016) Mahasiswa Mesir Setuju Meninggalkan AS Setelah Mengomentari Trump	X	X	X
8.	(9 Maret 2016) Trump Menang di Michigan dan Mississippi	X	X	X
9.	(11 Maret 2016) Rubio Kritik Pernyataan Trump Soal Islam	X	2	2
10.	(12 Maret 2016) Trump Batalan Kampanye Menyusul Bentrokan di Chicago	X	X	X
11.	(13 Maret 2016) Obama Imbau Bakal Kandidat Presiden AS Tidak Saling Hina	2	2	2
12.	(15 Maret 2016) Jangan Dengarkan Donald Trump, Brussel Bukan #hellhole	X	X	X
13.	(16 Maret 2016) Menang di Florida, Trump dan Clinton Terus Pimpin Persaingan	X	X	1
14.	(17 Maret 2016) Trump Klaim Pendukungnya Akan Merusuh Jika Dia Gagal Jadi Kandidat Presiden	X	X	X
15.	(17 Maret 2016) Trump Jadi Presiden AS Masuk 10 Risiko Tertinggi Dunia	2	2	2

16.	(20 Maret 2016) Demonstran Anti-Trump Blokade Jalan Tol	2	2	2
17.	(23 Maret 2016) Trump dan Clinton Menang Besar di Arizona	X	X	X
18.	(26 Maret 2016) Ted Cruz Tuduh Donald Trump Menyebar Rumor	2	2	2
19.	(30 Maret 2016) Staf Donald Trump Dituduh Menyerang Wartawan	X	X	X
20.	(6 April 2016) Menangi Wisconsin, Cruz Berupaya Saingi Trump	X	X	X
21.	(20 April 2016) Trump dan Clinton Menangi Pemilihan Pendahuluan di New York	X	X	X
22.	(22 April 2016) Donald Trump Berjanji Untuk Mengubah Citranya	2	1	X
23.	(27 April 2016) Donald Trump Melaju di Lima Negara Bagian	X	X	X
24.	(28 April 2016) Kebijakan Luar Negeri ala Trump Singgung ISIS	X	1	X
25.	(29 April 2016) Kekerasan Pecah Saat Kampanye Donald Trump di California	X	X	X
26.	(30 April 2016) Rusuh Lagi di California Saat Kampanye Donald Trump	2	2	2
27.	(1 Mei 2016) Obama Sindir Donald Trump	X	2	X
28.	(2 Mei 2016) Trump Tuduh Cina 'memperkosakan' AS Terkait Perdagangan	1	1	X
29.	(4 Mei 2016) Dua Bakal Calon Presiden AS, Trump dan Cruz, Saling Mengejek	2	2	2
30.	(4 Mei 2016) Bakal Calon Presiden AS dari Partai Republik, Ted Cruz Mundur	2	2	2
31.	(5 Mei 2016) Rolling Stones Tak Mau Lagunya Dipakai Kampanye Trump	X	2	X
32.	(5 Mei 2016) Kasich Mundur, Trump Dianggap Sebagai Calon Presiden Republik	X	X	X
33.	(10 Mei 2016) Donald Trump akan Beri Pengecualian bagi Wali Kota London Sadiq Khan	X	X	X

34	(12 Mei 2016) Melunak, Sikap Donald Trump Tentang 'Pencekalan bagi Muslim'	2	2	X
35.	(13 Mei 2016) Bekas Pembantu Donald Trump Serukan Pembunuhan Obama	X	X	2
36.	(18 Mei 2016) Trump Akan Ajak Kim Jong-un Berdiskusi	2	2	1
37.	(20 Mei 2016) Apa Sebenarnya Arti di Balik 'Ciuman Trump dan Putin'?	1	1	1
38.	(25 Mei 2016) Mengapa Sekarang Donald Trump Mengungguli Hillary Clinton	X	X	X
39.	(26 Mei 2016) Obama: Pemimpin Dunia Bingung dengan Pernyataan Trump	X	2	X
40.	(27 Mei 2016) Donald Trump Kantongi Cukup Dukungan Untuk Jadi Kandidat Presiden AS	X	X	X
41.	(28 Mei 2016) Kampanye Trump Kembali Diwarnai Bentrokan	X	X	X
42	(30 Mei 2016) Trump: Imigran Dilayani Lebih Baik Ketimbang Serdadu Veteran AS	1	X	1

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 34}{42 + 42} \\
 &= \frac{68}{84} = 0,8095
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 33}{42 + 42} \\
 &= \frac{66}{84} = 0,7857
 \end{aligned}$$

Unit Analisis 2. Visual

No.	Tanggal / Berita	Peneliti	N1	N2
1.	(2 Maret 2016) Pemilihan Pendahuluan AS: Clinton dan Trump Menang 'Besar'	X	X	X
2.	(2 Maret 2016) Kedua Partai AS Gelar Tahap Penting Pemilihan Capres	X	X	X
3.	(3 Maret 2016) Petinggi Partai Republik Menentang Donald Trump	1	1	1
4.	(4 Maret 2016) Trump Jadi Sasaran dalam Debat Partai Republik	X	X	X
5.	(5 Maret 2016) Ben Carson Mundur dari Bursa Pencalonan Presiden AS	X	X	X
6.	(7 Maret 2016) Sanders Kalahkan Clinton di Kaukus Maine	X	X	X
7.	(8 Maret 2016) Mahasiswa Mesir Setuju Meninggalkan AS Setelah Mengomentari Trump	X	X	X
8.	(9 Maret 2016) Trump Menang di Michigan dan Mississippi	X	X	X
9.	(11 Maret 2016) Rubio Kritik Pernyataan Trump Soal Islam	X	X	X
10.	(12 Maret 2016) Trump Batalkan Kampanye Menyusul Bentrokan di Chicago	X	X	X
11.	(13 Maret 2016) Obama Imbau Bakal Kandidat Presiden AS Tidak Saling Hina	X	X	X
12.	(15 Maret 2016) Jangan Dengarkan Donald Trump, Brussel Bukan #hellhole	X	X	X
13.	(16 Maret 2016) Menang di Florida, Trump dan Clinton Terus Pimpin Persaingan	X	1	X
14.	(17 Maret 2016) Trump Klaim Pendukungnya Akan Merusuh Jika Dia Gagal Jadi Kandidat Presiden	X	X	X
15.	(17 Maret 2016) Trump Jadi Presiden AS Masuk 10 Risiko Tertinggi Dunia	X	X	X
16.	(20 Maret 2016) Demonstran Anti-Trump Blokade Jalan Tol	2	2	2

17.	(23 Maret 2016) Trump dan Clinton Menang Besar di Arizona	X	X	X
18.	(26 Maret 2016) Ted Cruz Tuduh Donald Trump Menyebar Rumor	X	X	X
19.	(30 Maret 2016) Staf Donald Trump Dituduh Menyerang Wartawan	X	X	1
20.	(6 April 2016) Menangi Wisconsin, Cruz Berupaya Saingi Trump	X	X	X
21.	(20 April 2016) Trump dan Clinton Menangi Pemilihan Pendahuluan di New York	X	X	X
22.	(22 April 2016) Donald Trump Berjanji Untuk Mengubah Citranya	1	1	1
23.	(27 April 2016) Donald Trump Melaju di Lima Negara Bagian	X	X	X
24.	(28 April 2016) Kebijakan Luar Negeri ala Trump Singgung ISIS	X	X	X
25.	(29 April 2016) Kekerasan Pecah Saat Kampanye Donald Trump di California	X	X	X
26.	(30 April 2016) Rusuh Lagi di California Saat Kampanye Donald Trump	2	2	2
27.	(1 Mei 2016) Obama Sindir Donald Trump	X	2	X
28.	(2 Mei 2016) Trump Tuduh Cina 'memperkosakan' AS Terkait Perdagangan	X	X	X
29.	(4 Mei 2016) Dua Bakal Calon Presiden AS, Trump dan Cruz, Saling Mengejek	X	X	X
30.	(4 Mei 2016) Bakal Calon Presiden AS dari Partai Republik, Ted Cruz Mundur	X	X	X
31.	(5 Mei 2016) Rolling Stones Tak Mau Lagunya Dipakai Kampanye Trump	X	X	X
32.	(5 Mei 2016) Kasich Mundur, Trump Dianggap Sebagai Calon Presiden Republik	X	X	X
33.	(10 Mei 2016) Donald Trump akan Beri Pengecualian bagi Wali Kota London Sadiq Khan	X	X	X
34.	(12 Mei 2016) Melunak, Sikap Donald Trump Tentang 'Pencekalan bagi Muslim'	X	X	X

35.	(13 Mei 2016) Bekas Pembantu Donald Trump Serukan Pembunuhan Obama	X	X	X
36.	(18 Mei 2016) Trump Akan Ajak Kim Jong-un Berdiskusi	X	2	X
37.	(20 Mei 2016) Apa Sebenarnya Arti di Balik 'Ciuman Trump dan Putin'?	X	X	X
38.	(25 Mei 2016) Mengapa Sekarang Donald Trump Mengungguli Hillary Clinton	X	X	X
39.	(26 Mei 2016) Obama: Pemimpin Dunia Bingung dengan Pernyataan Trump	1	1	1
40.	(27 Mei 2016) Donald Trump Kantongi Cukup Dukungan Untuk Jadi Kandidat Presiden AS	X	X	X
41.	(28 Mei 2016) Kampanye Trump Kembali Diwarnai Bentrokan	2	2	1
42.	(30 Mei 2016) Trump: Imigran Dilayani Lebih Baik Ketimbang Serdadu Veteran AS	X	1	X

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 38}{42 + 42} \\
 &= \frac{76}{84} = 0,9047
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 40}{42 + 42} \\
 &= \frac{80}{84} = 0,9523
 \end{aligned}$$

Unit Analisis 3. Statement

No.	Tanggal / Berita	Peneliti	N1	N2
1.	(2 Maret 2016) Pemilihan Pendahuluan AS: Clinton dan Trump Menang 'Besar'	X	X	X
2.	(2 Maret 2016) Kedua Partai AS Gelar Tahap Penting Pemilihan Capres	X	X	X
3.	(3 Maret 2016) Petinggi Partai Republik Menentang Donald Trump	2	2	2
4.	(4 Maret 2016) Trump Jadi Sasaran dalam Debat Partai Republik	2	X	2
5.	(5 Maret 2016) Ben Carson Mundur dari Bursa Pencalonan Presiden AS	X	X	X
6.	(7 Maret 2016) Sanders Kalahkan Clinton di Kaukus Maine	1	1	1
7.	(8 Maret 2016) Mahasiswa Mesir Setuju Meninggalkan AS Setelah Mengomentari Trump	2	2	X
8.	(9 Maret 2016) Trump Menang di Michigan dan Mississippi	X	2	X
9.	(11 Maret 2016) Rubio Kritik Pernyataan Trump Soal Islam	2	2	2
10.	(12 Maret 2016) Trump Batalkan Kampanye Menyusul Bentrokan di Chicago	2	2	2
11.	(13 Maret 2016) Obama Imbau Bakal Kandidat Presiden AS Tidak Saling Hina	2	2	2
12.	(15 Maret 2016) Jangan Dengarkan Donald Trump, Brussel Bukan #hellhole	2	2	2
13.	(16 Maret 2016) Menang di Florida, Trump dan Clinton Terus Pimpin Persaingan	1	1	1
14.	(17 Maret 2016) Trump Klaim Pendukungnya Akan Merusuh Jika Dia Gagal Jadi Kandidat Presiden	X	2	X
15.	(17 Maret 2016) Trump Jadi Presiden AS Masuk 10 Risiko Tertinggi Dunia	2	2	2
16.	(20 Maret 2016) Demonstran Anti-Trump Blokade Jalan Tol	2	2	2

17.	(23 Maret 2016) Trump dan Clinton Menang Besar di Arizona	X	X	X
18.	(26 Maret 2016) Ted Cruz Tuduh Donald Trump Menyebar Rumor	2	2	2
19.	(30 Maret 2016) Staf Donald Trump Dituduh Menyerang Wartawan	2	2	2
20.	(6 April 2016) Menangi Wisconsin, Cruz Berupaya Saingi Trump	X	2	X
21.	(20 April 2016) Trump dan Clinton Menangi Pemilihan Pendahuluan di New York	1	1	1
22.	(22 April 2016) Donald Trump Berjanji Untuk Mengubah Citranya	2	2	X
23.	(27 April 2016) Donald Trump Melaju di Lima Negara Bagian	X	X	X
24.	(28 April 2016) Kebijakan Luar Negeri ala Trump Singgung ISIS	X	1	X
25.	(29 April 2016) Kekerasan Pecah Saat Kampanye Donald Trump di California	X	X	X
26.	(30 April 2016) Rusuh Lagi di California Saat Kampanye Donald Trump	X	X	X
27.	(1 Mei 2016) Obama Sindir Donald Trump	2	2	2
28.	(2 Mei 2016) Trump Tuduh Cina 'memperkosakan' AS Terkait Perdagangan	X	X	X
29.	(4 Mei 2016) Dua Bakal Calon Presiden AS, Trump dan Cruz, Saling Mengejek	2	2	X
30.	(4 Mei 2016) Bakal Calon Presiden AS dari Partai Republik, Ted Cruz Mundur	2	2	X
31.	(5 Mei 2016) Rolling Stones Tak Mau Lagunya Dipakai Kampanye Trump	2	2	X
32.	(5 Mei 2016) Kasich Mundur, Trump Dianggap Sebagai Calon Presiden Republik	X	X	X
33.	(10 Mei 2016) Donald Trump akan Beri Pengecualian bagi Wali Kota London Sadiq Khan	X	X	X
34.	(12 Mei 2016) Melunak, Sikap Donald Trump Tentang 'Pencekalan bagi Muslim'	2	2	2

35.	(13 Mei 2016) Bekas Pembantu Donald Trump Serukan Pembunuhan Obama	X	X	X
36.	(18 Mei 2016) Trump Akan Ajak Kim Jong-un Berdiskusi	2	2	2
37.	(20 Mei 2016) Apa Sebenarnya Arti di Balik 'Ciuman Trump dan Putin'?	X	2	X
38.	(25 Mei 2016) Mengapa Sekarang Donald Trump Mengungguli Hillary Clinton	1	1	1
39.	(26 Mei 2016) Obama: Pemimpin Dunia Bingung dengan Pernyataan Trump	2	2	2
40.	(27 Mei 2016) Donald Trump Kantongi Cukup Dukungan Untuk Jadi Kandidat Presiden AS	X	X	X
41.	(28 Mei 2016) Kampanye Trump Kembali Diwarnai Bentrokan	X	X	X
42.	(30 Mei 2016) Trump: Imigran Dilayani Lebih Baik Ketimbang Serdadu Veteran AS	1	1	1

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 36}{42 + 42} \\
 &= \frac{72}{84} = 0,8571
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 38}{42 + 42} \\
 &= \frac{76}{84} = 0,9047
 \end{aligned}$$

Unit Analisis 4. Judul Berita

No.	Tanggal / Berita	Peneliti	N1	N2
1.	(2 Maret 2016) Pemilihan Pendahuluan AS: Clinton dan Trump Menang 'Besar'	1	1	1
2.	(2 Maret 2016) Kedua Partai AS Gelar Tahap Penting Pemilihan Capres	X	X	X
3.	(3 Maret 2016) Petinggi Partai Republik Menentang Donald Trump	2	2	2
4.	(4 Maret 2016) Trump Jadi Sasaran dalam Debat Partai Republik	2	2	2
5.	(5 Maret 2016) Ben Carson Mundur dari Bursa Pencalonan Presiden AS	X	X	X
6.	(7 Maret 2016) Sanders Kalahkan Clinton di Kaukus Maine	X	X	X
7.	(8 Maret 2016) Mahasiswa Mesir Setuju Meninggalkan AS Setelah Mengomentari Trump	X	X	X
8.	(9 Maret 2016) Trump Menang di Michigan dan Mississippi	1	1	1
9.	(11 Maret 2016) Rubio Kritik Pernyataan Trump Soal Islam	2	2	2
10.	(12 Maret 2016) Trump Batalkan Kampanye Menyusul Bentrokan di Chicago	2	2	2
11.	(13 Maret 2016) Obama Imbau Bakal Kandidat Presiden AS Tidak Saling Hina	X	X	X
12.	(15 Maret 2016) Jangan Dengarkan Donald Trump, Brussel Bukan #hellhole	2	2	X
13.	(16 Maret 2016) Menang di Florida, Trump dan Clinton Terus Pimpin Persaingan	1	1	1
14.	(17 Maret 2016) Trump Klaim Pendukungnya Akan Merusuh Jika Dia Gagal Jadi Kandidat Presiden	2	X	2
15.	(17 Maret 2016) Trump Jadi Presiden AS Masuk 10 Risiko Tertinggi Dunia	2	2	2
16.	(20 Maret 2016) Demonstran Anti-Trump Blokade Jalan Tol	2	2	2

17.	(23 Maret 2016) Trump dan Clinton Menang Besar di Arizona	1	1	1
18.	(26 Maret 2016) Ted Cruz Tuduh Donald Trump Menyebar Rumor	2	2	2
19.	(30 Maret 2016) Staf Donald Trump Dituduh Menyerang Wartawan	2	2	2
20.	(6 April 2016) Menangi Wisconsin, Cruz Berupaya Saingi Trump	X	2	X
21.	(20 April 2016) Trump dan Clinton Menangi Pemilihan Pendahuluan di New York	1	1	1
22.	(22 April 2016) Donald Trump Berjanji Untuk Mengubah Citranya	1	1	1
23.	(27 April 2016) Donald Trump Melaju di Lima Negara Bagian	1	1	1
24.	(28 April 2016) Kebijakan Luar Negeri ala Trump Singgung ISIS	X	X	1
25.	(29 April 2016) Kekerasan Pecah Saat Kampanye Donald Trump di California	2	2	2
26.	(30 April 2016) Rusuh Lagi di California Saat Kampanye Donald Trump	2	2	2
27.	(1 Mei 2016) Obama Sindir Donald Trump	2	2	2
28.	(2 Mei 2016) Trump Tuduh Cina 'memperkosakan' AS Terkait Perdagangan	X	X	X
29.	(4 Mei 2016) Dua Bakal Calon Presiden AS, Trump dan Cruz, Saling Mengejek	2	2	X
30.	(4 Mei 2016) Bakal Calon Presiden AS dari Partai Republik, Ted Cruz Mundur	X	X	X
31.	(5 Mei 2016) Rolling Stones Tak Mau Lagunya Dipakai Kampanye Trump	2	2	2
32.	(5 Mei 2016) Kasich Mundur, Trump Dianggap Sebagai Calon Presiden Republik	1	1	1
33.	(10 Mei 2016) Donald Trump akan Beri Pengecualian bagi Wali Kota London Sadiq Khan	X	X	1
34.	(12 Mei 2016) Melunak, Sikap Donald Trump Tentang 'Pencekalan bagi Muslim'	X	X	X

35.	(13 Mei 2016) Bekas Pembantu Donald Trump Serukan Pembunuhan Obama	X	X	X
36.	(18 Mei 2016) Trump Akan Ajak Kim Jong-un Berdiskusi	1	1	1
37.	(20 Mei 2016) Apa Sebenarnya Arti di Balik 'Ciuman Trump dan Putin'?	X	X	X
38.	(25 Mei 2016) Mengapa Sekarang Donald Trump Mengungguli Hillary Clinton	1	1	1
39.	(26 Mei 2016) Obama: Pemimpin Dunia Bingung dengan Pernyataan Trump	2	2	2
40.	(27 Mei 2016) Donald Trump Kantongi Cukup Dukungan Untuk Jadi Kandidat Presiden AS	1	1	1
41.	(28 Mei 2016) Kampanye Trump Kembali Diwarnai Bentrokan	2	2	2
42.	(30 Mei 2016) Trump: Imigran Dilayani Lebih Baik Ketimbang Serdadu Veteran AS	X	X	1

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 40}{42 + 42} \\
 &= \frac{80}{84} = 0,9523
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 37}{42 + 42} \\
 &= \frac{74}{84} = 0,8809
 \end{aligned}$$

Unit Analisis 5. Isi Berita

No.	Tanggal / Berita	Peneliti	N1	N2
1.	(2 Maret 2016) Pemilihan Pendahuluan AS: Clinton dan Trump Menang 'Besar'	1	1	1
2.	(2 Maret 2016) Kedua Partai AS Gelar Tahap Penting Pemilihan Capres	X	X	X
3.	(3 Maret 2016) Petinggi Partai Republik Menentang Donald Trump	X	2	X
4.	(4 Maret 2016) Trump Jadi Sasaran dalam Debat Partai Republik	2	2	2
5.	(5 Maret 2016) Ben Carson Mundur dari Bursa Pencalonan Presiden AS	2	2	2
6.	(7 Maret 2016) Sanders Kalahkan Clinton di Kaukus Maine	1	1	1
7.	(8 Maret 2016) Mahasiswa Mesir Setuju Meninggalkan AS Setelah Mengomentari Trump	X	X	X
8.	(9 Maret 2016) Trump Menang di Michigan dan Mississippi	1	1	1
9.	(11 Maret 2016) Rubio Kritik Pernyataan Trump Soal Islam	2	2	X
10.	(12 Maret 2016) Trump Batalkan Kampanye Menyusul Bentrokan di Chicago	1	2	1
11.	(13 Maret 2016) Obama Imbau Bakal Kandidat Presiden AS Tidak Saling Hina	2	2	X
12.	(15 Maret 2016) Jangan Dengarkan Donald Trump, Brussel Bukan #hellhole	X	X	X
13.	(16 Maret 2016) Menang di Florida, Trump dan Clinton Terus Pimpin Persaingan	1	1	1
14.	(17 Maret 2016) Trump Klaim Pendukungnya Akan Merusuh Jika Dia Gagal Jadi Kandidat Presiden	X	2	X
15.	(17 Maret 2016) Trump Jadi Presiden AS Masuk 10 Risiko Tertinggi Dunia	2	2	2
16.	(20 Maret 2016) Demonstran Anti-Trump Blokade Jalan Tol	2	2	2

17.	(23 Maret 2016) Trump dan Clinton Menang Besar di Arizona	X	X	X
18.	(26 Maret 2016) Ted Cruz Tuduh Donald Trump Menyebar Rumor	2	2	2
19.	(30 Maret 2016) Staf Donald Trump Dituduh Menyerang Wartawan	2	2	2
20.	(6 April 2016) Menangi Wisconsin, Cruz Berupaya Saingi Trump	X	1	X
21.	(20 April 2016) Trump dan Clinton Menangi Pemilihan Pendahuluan di New York	1	1	1
22.	(22 April 2016) Donald Trump Berjanji Untuk Mengubah Citranya	X	X	X
23.	(27 April 2016) Donald Trump Melaju di Lima Negara Bagian	1	1	1
24.	(28 April 2016) Kebijakan Luar Negeri ala Trump Singgung ISIS	1	1	1
25.	(29 April 2016) Kekerasan Pecah Saat Kampanye Donald Trump di California	2	2	2
26.	(30 April 2016) Rusuh Lagi di California Saat Kampanye Donald Trump	2	2	2
27.	(1 Mei 2016) Obama Sindir Donald Trump	2	2	2
28.	(2 Mei 2016) Trump Tuduh Cina 'memperkosakan' AS Terkait Perdagangan	X	2	X
29.	(4 Mei 2016) Dua Bakal Calon Presiden AS, Trump dan Cruz, Saling Mengejek	2	2	2
30.	(4 Mei 2016) Bakal Calon Presiden AS dari Partai Republik, Ted Cruz Mundur	X	1	X
31.	(5 Mei 2016) Rolling Stones Tak Mau Lagunya Dipakai Kampanye Trump	2	2	2
32.	(5 Mei 2016) Kasich Mundur, Trump Dianggap Sebagai Calon Presiden Republik	1	1	1
33.	(10 Mei 2016) Donald Trump akan Beri Pengecualian bagi Wali Kota London Sadiq Khan	X	2	X
34.	(12 Mei 2016) Melunak, Sikap Donald Trump Tentang 'Pencekalan bagi Muslim'	2	2	2

35.	(13 Mei 2016) Bekas Pembantu Donald Trump Serukan Pembunuhan Obama	X	X	X
36.	(18 Mei 2016) Trump Akan Ajak Kim Jong-un Berdiskusi	X	X	X
37.	(20 Mei 2016) Apa Sebenarnya Arti di Balik 'Ciuman Trump dan Putin'?	X	X	X
38.	(25 Mei 2016) Mengapa Sekarang Donald Trump Mengungguli Hillary Clinton	1	1	X
39.	(26 Mei 2016) Obama: Pemimpin Dunia Bingung dengan Pernyataan Trump	2	2	2
40.	(27 Mei 2016) Donald Trump Kantongi Cukup Dukungan Untuk Jadi Kandidat Presiden AS	1	1	1
41.	(28 Mei 2016) Kampanye Trump Kembali Diwarnai Bentrokan	2	2	2
42.	(30 Mei 2016) Trump: Imigran Dilayani Lebih Baik Ketimbang Serdadu Veteran AS	1	1	1

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 35}{42 + 42} \\
 &= \frac{70}{84} = 0,8333
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2 \cdot M}{N1 + N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 39}{42 + 42} \\
 &= \frac{78}{84} = 0,9285
 \end{aligned}$$

Nilai Kritis χ^2 (*chi square*)

Derajat Kebebasan	Taraf Signifikansi		
	10%	5%	1%
1	2,706	3,841	6,635
2	4,605	5,991	9,210
3	6,251	7,815	11,341
4	7,779	9,488	13,277
5	9,236	11,070	15,086
6	10,645	12,592	16,812
7	12,017	14,067	18,475
8	13,362	15,507	20,090
9	14,684	16,919	21,666
10	15,987	18,307	23,209
11	17,275	19,675	24,725
12	18,549	21,026	26,217
13	19,812	22,362	27,688
14	21,064	23,685	29,141
15	22,307	24,996	30,578
16	23,542	26,296	32,000
17	24,769	27,587	33,409
18	25,989	28,869	34,805
19	27,204	30,144	36,191
20	28,412	31,410	37,566
21	29,615	32,671	38,932
22	30,813	33,924	40,289
23	32,007	35,172	41,638
24	33,196	36,415	42,980
25	34,382	37,652	44,314
26	35,563	38,885	45,642
27	36,741	40,113	46,963
28	37,916	41,337	48,278
29	39,087	42,557	49,588
30	40,256	43,773	50,892

Sumber: Eriyanto (2011: 346)

CURRICULUM VITAE



**SHAUM
AKBAR
RAZAKA**

Biodata

Nama Lengkap : Shaum Akbar Razaka
Tempat, tgl Lahir : Yogyakarta, 26 November 1992
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Tinalan KG II/471C RT 18 RW 04
Prenggan Kotagede Yogyakarta
55172
Email : razaka@windowslive.com

 **Shaum Akbar Razaka**

 **@shaumakbar**

 **0878 2466 1035**

 **@shaumakbar**

Pendidikan Formal

- ❖ TK Aba Mushola Yogyakarta 1996 - 1999
- ❖ SD Negeri Kotagede 1 Yogyakarta 1999 - 2005
- ❖ SMP Negeri 9 Yogyakarta 2005 - 2008
- ❖ SMA Negeri 5 Yogyakarta 2008 - 2011
- ❖ Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2011 - 2017

Pengalaman Organisasi

- ☆ Remaja Islam Masjid Al-Barokah (Rismaba), sebagai Wakil Ketua 2008 - 2009
- ☆ Rohis, sebagai Manager Nasyid Darussalam Voice 2009 - 2010
- ☆ Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia 2011 - 2012
- ☆ Student Entrepreneur Community Jogja, sebagai Core Person 2011 - 2013
- ☆ Republik Sosial, sebagai Koordinator Laskar Sedekah Jogja 2014 - sekarang

Kemampuan

- ✓ Komputer (Microsoft Office, Corel, 10 Fingers Fast Typing)
- ✓ Public Speaking (MC, Trainer, Presentator)
- ✓ Sosial (Negotiation, Teamwork, Collaboration)

Pengalaman Kerja/Magang

- PT. Duta Future International, sebagai Public Speaker 2010 - 2012
- PT. Microsoft Indonesia, sebagai Windows 8 UCrew 2013
- PT. Arah Dunia Televisi, sebagai Marketing Communication 2014
- PT. Garuda Perkasa Tourindo, sebagai HRD 2015 - sekarang

Demikian Curriculum Vitae ini saya buat dengan sebenarnya.

Shaum Akbar Razaka