

KONTEN-KONTEN PROPAGANDA MELALUI MEDIA DIGITAL

(Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera dalam Akun

Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018)



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:

Mukhamad Fakhri Anwar

13730074

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Mukhamad Fakh Anwar

Nomor Induk : 13730074

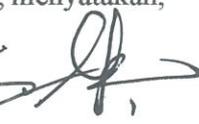
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

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

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

Yogyakarta, 31 Oktober 2018

Yang menyatakan,

Mukhamad Fakh Anwar
NIM. 13730074





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
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 : Mukhamad Fakhri Anwar
NIM : 13730074
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**KONTEN-KONTEN PROPAGANDA MELALUI MEDIA DIGITAL
(Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera dalam Akun
Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 November 2018

Pembimbing

Mokhamad Mahfud, M. Si
NIP. 19770713 200604 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/1314 /PP.00.9/1396.a /2018

Tugas Akhir dengan judul : KONTEN-KONTEN PROPAGANDA MELALUI MEDIA DIGITAL (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera dalam Akun Instagram @dutaislam 15 Juni - 15 Juli 2018)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUKHAMAD FAKIH ANWAR
Nomor Induk Mahasiswa : 13730074
Telah diujikan pada : Jumat, 16 November 2018
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

Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji I

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

Penguji II

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
NIP. 19840516 201503 2 001

Yogyakarta, 16 November 2018



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

MOTTO

**Seberapa keras usahamu,
sejauh itulah pencapaian
kesuksesanmu**

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

Almamater tercinta

**Keluarga Besar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial
dan Humaniora**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh. Alhamdulillah, Syukur tak terkira seraya tercurahkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Kasih tak pilih kasih dan Maha Penyayang yang tak pandang sayang telah menuntun penulis menuju jalan keluar dari satu proses akhir penyusunan skripsi. Berbagai peristiwa dan kerumitan yang penulis jalani selama penyusunan skripsi ini telah menghantarkan pada titik kesimpulan akhir yang semoga dapat memberikan kemanfaatan bagi penulis dan pembaca. Sholawat serta salam selalu dalam junjungan baginda agung Muhammad SAW, sebaik-baik makhluk dan menjadi suri tauladan bagi seluruh ummat.

Banyak sekali pihak yang turut andil dan berperan dalam penyusunan skripsi ini, dai awal hingga akhir baik secara moril maupun materiil. Di antaranya:

1. Dekan fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Bapak Dr. Mochamad Sodik, M.Si
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si
3. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Mokhamad Mahfud S.Sos.I, M.Si
4. Dosen Penguji bapak Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag, M.Si dan Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A
5. Ibu yang tak kenal lelah terus mendoakan anak-anaknya. Maaf untuk banyak waktu dan tenaga yang terbuang demi mendoakan anaknya yang

tak sependai saat di bangkus sekolah. Percayalah, telat wisuda bukan akhir segalanya.

6. Kakak yang selalu mendorong untuk segera bergerak dari zona nyaman, meskipun tetap saja gaya gravitasi bantal lebih tinggi daripada untuk berdiri.
7. Mbak Putri sebagai admin @dutaislam yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu tugas ini cepat selesai, mbak Atik yang selalu ngasih saran baiknya.
8. Temen-temen Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang selalu kompak dan ada setiap saat.
9. Terkhusus Kang Hendrik, Afifah Khoirunnisa dan Dewi Maqnu'ah sebagai mentor pribadi yang selalu aku repotin siang malem, Naya yang udah tak repotin jadi coder berkali-kali sampe pusing.
10. Berkat jasa kalian Hadi Wahono, Asnawi, Ahmad Faqih skripsi ini bisa diketik sampai lampiran (numpang ngetik).
11. Temen-temen PP. Al Munawwir Komplek L Yogyakarta yang selalu support siang malem.
12. Forum Santri Krapyak Karesidenan Kedu yang selalu bikin ngakak. Berkat kalian perjalanan skripsi ini jadi lebih berwarna.
13. Buat kamu dan semua orang yang tak pernah lelah bilang “Semangaattttt...!”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka	10
E. Landasan Teori.....	15
F. Kerangka Pemikiran.....	24
G. Metode Penelitian.....	25
BAB II GAMBARAN UMUM.....	44
A. Sejarah Berdirinya @dutaislam.....	44
B. Logo	45
C. Konten Berita	46

D. Sistem Pemberitaan	49
BAB III PEMBAHASAN	51
A. Uji Reliabilitas.....	51
B. Temuan Data	53
C. Pembahasan	65
BAB IV PENUTUP	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Peringkat pengguna internet seluruh dunia	2
Gambar 2 : Puisi Surat untuk Osama	6
Gambar 3 : Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4 : Logo Instagram @dutaislam	45
Gambar 5 : Pemberitaan Kategori <i>Name Calling</i>	67
Gambar 6 : Dukungan terhadap Julukan Buruk.....	69
Gambar 7 : Penolakan terhadap Julukan Buruk.....	69
Gambar 8: Diskusi Kecil Antar Netizen	70
Gambar 9: Pemberitaan Kategori <i>Transfer</i>	72
Gambar 10 : Pemberitaan kategori <i>Transfer</i>	73
Gambar 11 : Pemberitaan kategori <i>Transfer</i>	73
Gambar 12 : Pemberitaan kategori <i>Transfer</i>	74
Gambar 13 : Pemberitaan Kategori <i>Testimony</i>	78
Gambar 14 : Pemberitaan Kategori <i>Testimony</i>	79
Gambar 15 : Isi berita pertama kategori <i>Testimony</i>	80
Gambar 16 : <i>Testimony</i> Netizen.....	81
Gambar 17 : <i>Testimony</i> Netizen.....	82
Gambar 18 : Isi berita Kedua kategori <i>Testimony</i>	83
Gambar 19 : Pemberitaan Kategori <i>Card Stacking</i>	85

Gambar 20 : Pemberitaan Kategori <i>Card Stacking</i>	86
Gambar 21 : Pemberitaan Kategori <i>Card Stacking</i>	86
Gambar 22 : Pemberitaan Kategori <i>Card Stacking</i>	87
Gambar 23 : Pemberitaan Kategori <i>Card Stacking</i>	87
Gambar 24 : Pemberitaan Kategori <i>Card Stacking</i>	88
Gambar 25 : Komentar Netizen	90
Gambar 26 : Komentar Netizen	91
Gambar 27 : Komentar Netizen	92
Gambar 28 : Pemberitaan Kategori <i>Bandwagon</i>	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tabel Konten Berita yang Menggunakan Kata Bermuatan Ujaran Kebencian	7
Tabel 2: Tabel Perbedaan Telaah Pustaka	14
Tabel 3 : Tabel Unit Analisis	27
Tabel 4 : Tabel Berita yang Mengandung Nama PKS	36
Tabel 5 : Tabel Kumpulan Berita Terpilih Akun Instagram	38
Tabel 6 : Alat Ukur Penelitian	52
Tabel 5: Persamaan coder berita <i>name calling</i>	53
Tabel 6: Persamaan coder berita <i>glittering generality</i>	54
Tabel 7 : Persamaan coder berita <i>transfer</i>	55
Tabel 8 : Persamaan coder berita <i>testimony</i>	56
Tabel 9 : Persamaan coder berita <i>plain folks</i>	56
Tabel 10: Persamaan coder berita <i>card stacking</i>	57
Tabel 11: Persamaan coder berita <i>bandwagon</i>	58
Tabel 12 : Reliabilitas Hasil Analisis <i>Coder 1 dan Coder 2</i>	59
Tabel 15 : Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas <i>Coder 1, Coder 2 dan Coder 3</i>	62

Tabel 16 : Persentase Konten Berita64

Abstract

This research aims to find out and to describe propaganda technique of *Partai Keadilan Sejahtera* party report on Instagram account @dutaislam, June 15th – July 15th 2018. Due this time, there are 75 reports which show 17 reports of the *Partai Keadilan Sejahtera* party. The researcher uses collecting data method of documentation through news screenshot and library research through various sources of books, internets, coding sheets, and previous researches.

The result of research shows that, there are 14 of 17 news about *Partai Keadilan Sejahtera* in instagram account @dutaislam that are agreed by all coders using propaganda technique according to institute for propaganda analysis. Most of them uses card stacking with percentage of 42%, then the Transfer is 28%, testimony is 14%, Name Calling and Bandwagon is 7% for each of them, and the lowest are glittering generality and plain folks, 0% for each of them.

Keywords: Communication, Instagram @dutaislam, *Partai Keadilan Sejahtera*, Propaganda.

:

BAB I

PENDAHULUAN

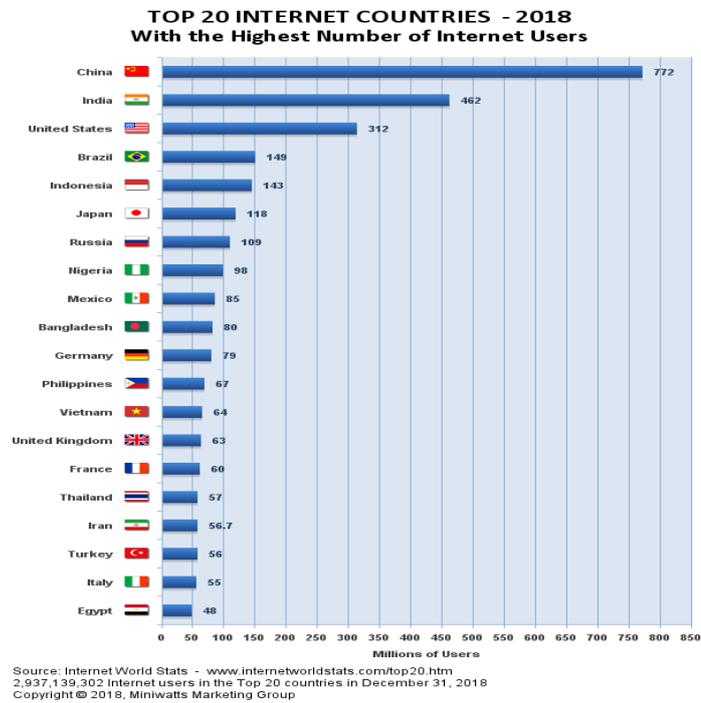
A. LATAR BELAKANG MASALAH

Masyarakat di berbagai belahan bumi tengah berada pada arus gelombang revolusi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi atau familiar disebut dengan ICT (*Information Communication and Technology*), dimana media informasi dan komunikasi dilakukan melalui teknologi canggih berupa jaringan internet. Melalui perangkat *smartphone*, koneksi internet seakan-akan menjadi kebutuhan pokok sehari-hari bagi semua kalangan, terutama generasi Z dan generasi *Digital Native* (generasi yang sejak kecil di bawah umur 3 tahun telah mengenal gadget maupun *smartphone* sebagai bagian dari kehidupan mereka) www.codepolitan.com/ (diakses pada 21 Juli 2018). Arus persebaran informasi menjadi tersentralisasi melalui jaringan internet, karena memiliki sejumlah kelebihan belum ada pada generasi sebelumnya yakni tidak terbatasnya antara ruang dan waktu.

Jaringan internet yang berkembang mulai akhir abad ke-20 hingga sekarang begitu pesat. Grafik ini terus naik bila dilihat dari awal masuknya internet di Indonesia. Terlebih lagi, Indonesia sedang mengalami bonus demografi (kondisi suatu negara memiliki jumlah usia produktif lebih banyak dibandingkan dengan jumlah usia non-produktif) akan memberikan pengaruh besar terhadap jumlah penggunaan internet. Menurut data terakhir yang dirilis oleh www.internetworldstats.com (diakses pada 25 Juli 2018) menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-5 sebagai pengguna internet terbesar di dunia.

Gambar 1

Peringkat pengguna internet seluruh dunia



Sumber: www.internetworldstats.com/top20.htm
(Diakses pada 20 Agustus 2018)

Media Digital merupakan alat komunikasi modern dimana karakteristik yang menempel padanya sebagai hasil transformasi dan gabungan dari berbagai media-media sebelumnya. Gabungan karakteristik tersebut meliputi teks, gambar, suara dan video yang kemudian menjadi satu komponen berupa media komunikasi fisik baru yang dapat membantu pekerjaan manusia secara cepat dan murah (Biagi, 2010: 231). Sebagai media baru yang memberikan banyak sekali kemudahan mengakses informasi, media digital menjadi daya tarik tersendiri bagi perusahaan-perusahaan komersial maupun non komersial untuk memperluas jangkauan dan persebarannya kepada publik. Dari berbagai kemudahan tersebut, media

digital digunakan oleh individu maupun organisasi sebagai sarana penyebaran informasi, perekrutan anggota, maupun untuk mempengaruhi orang.

Instagram sebagai *platform* media sosial, tidak hanya sebatas aplikasi untuk berbagi foto dan video pribadi, akan tetapi juga telah bertransformasi untuk memasarkan produk bisnis, bahkan Instagram juga menjadi sarana penyebaran informasi, perekrutan anggota dan penyebaran ideologi. Sebagai aplikasi yang mudah untuk mengunggah foto, video dengan disertai caption yang menarik, Instagram menjadi pilihan komunikasi terbaru dan alternatif untuk segala usia. Mudah dalam mengunggah konten serta jangkauannya yang tak terbatas.

Dalam praktiknya media tidak hanya sekedar memberikan informasi saja, akan tetapi juga mengajak khalayak untuk melakukan perubahan perilaku (Tamburaka, 2013: 1). Nurudin sendiri menjelaskan dalam bukunya (Nurudin, 2008: 5) bahwa metode komunikasi dalam dunia kontemporer meliputi beberapa bagian yang kesemuanya bertujuan untuk mempengaruhi khalayak: (1) Jurnalistik, (2) Hubungan masyarakat, (3) Periklanan, (4) Pameran, (5) Propaganda, (6) Publikasi.

Propaganda merupakan salah satu jenis strategi komunikasi yang menggunakan jenis komunikasi lepas berupa gambar, tulisan, video, musik, media massa atau film dengan tujuan utamanya adalah untuk menyebarkan kepercayaan serta harapan tertentu dengan mengubah cara pandang dan membiarkan khalayak meyakini tindakannya bukan karena paksaan (Baran dan Davis, 2010: 95). Propaganda berasal dari *Roman Catholic Congregatio de Propaganda Fide (Committe for the propagation of the faith)* tahun 1622

yang dikembangkan untuk kepentingan penyebaran agama Katholik dimana pada perkembangannya makna propaganda mengalami objektivikasi sebagai metode penyampaian pesan. Pada tahun 1937 Universitas Yale mendirikan *Institute for Propaganda Analysis* untuk mengorganisasikan usaha dalam mengkritisi dan melawan pesan-pesan propaganda. Formulasi dari berbagai karya beberapa tahun berdiri, *Institute for Propaganda Analysis* memformulasikan teknik-teknik propaganda (Nurudin, 2008: 15).

Teknik propaganda tersebut antara lain adalah (1). *Name calling*, menggunakan label negatif dan nama yang jelek, (2). *Glittering generalities*, menggunakan suatu kata bijak dalam bentuk slogan atau kata populer, (3). *Transfer*, memakai pengaruh seseorang yang dihormati dan dipuja dari hal lain, (4). *Testimony*, penggunaan orang lain sebagai kesaksian, (5). *Plain Folks*, mengidentikkan sesuatu yang dipropagandakan itu milik rakyat, hanya orang biasa karena publik memercayai jiwa yang rendah hati, (6). *Card stacking*, menjadikan kasus terbaik pada sisi mereka dan yang terburuk pada sisi orang lain, (7). *Bandwagon*, mempublikasikan kesuksesan-kesuksesan yang telah dicapai.

Berdasarkan pada hasil praeset berupa wawancara bersama dengan salah satu admin instagram @dutaislam pada 1 Juli 2018, peneliti menemukan bahwa akun Instagram @dutaislam merupakan media massa *online* yang dimiliki oleh Ormas Islam Nahdhatul Ulama. Media yang berdiri pada akhir tahun 2015 tersebut berangkat dari keinginannya untuk ikut meramaikan acara Muktamar Nahdhatul Ulama ke-33 di Jombang, Jawa Timur dengan mengangkat tema “Islam Nusantara”. Dalam

perkembangannya sendiri, akun instagram @dutaislam tidak hanya menggunakan media sosial instagram sebagai sarana penyebaran dakwah islam dan informasi. Dari hasil penelusuran peneliti berhasil menemukan 4 media sosial yang digunakan yaitu Twitter, Facebook, Youtube dan Instagram.

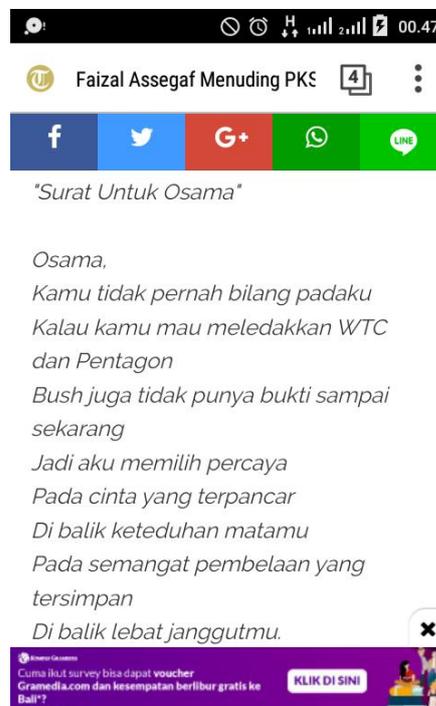
Akun instagram @dutaislam menggunakan nama komunitas aslinya yaitu @dutaislam dengan *tagline* nya “Untuk kebenaran tanpa teror, *counter attack* radikalisme”. Konten yang diunggah sebagaimana fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi Instagram, terdiri dari berita-berita yang sifatnya *soft news* maupun *hard news* dalam bentuk foto maupun video dengan penambahan deskripsi pada fitur *caption* Instagram.

Membawa nama besar Nahdhotul Ulama sebagai ideologi yang menggemakan Islam Nusantara dengan basis *Ahlus sunah wal jamaah*, Instagram @dutaislam cukup ramai mendapat perhatian netizen terhadap konten berita yang dimuat. Dalam unggahannya, setidaknya terdapat 19 konten berita yang memuat ujaran kebencian dipublikasikan dalam jangka waktu satu bulan dimulai dari tanggal 15 Juni – 15 Juli 2018. Pemberitaan ini kemudian menjadi cukup masif dilakukan oleh @dutaislam karena mendapat pengaruh dibubarkannya Ormas HTI oleh Pemerintah yang terbukti ingin mengubah dasar negara seperti dilansir dalam portal berita online detik.com (<https://news.detik.com/berita/4008685/ptun-sahkan-pembubaran-hti>). Partai Keadilan Sejahtera diketahui memiliki ideologi yang hampir sama dengan Ormas HTI, seringkali agenda-agenda HTI mendapat dukungan oleh Partai Keadilan Sejahtera. Beberapa dukungan antara keduanya antara lain adalah

dukungan PKS terkadap HTI untuk menempuh banding terhadap putusan PTUN (<https://nasional.kompas.com/read/2018/05/07/19140241/pks-dukung-hti-tempuh-banding-putusan-ptun>). Menurut salah satu mantan aktivis progress 98 Faizal Assegaf yang dilansir dalam beberapa media online www.tribunnews.com tertanggal 6 Juni 2018, www.liputan6.com dan www.kompas.com tertanggal 21 Mei 2018, www.merdeka.com tertanggal 29 Mei 2018 menyatakan bahwa Partai Keadilan Sejahtera dianggap mendukung gerakan-gerakan terorisme dengan bukti puisi yang dibacakan Anis Matta dalam acara konser amal Hari Jadi Darut Tauhid dengan judul “Surat untuk Osama” dan “Jawaban untuk Osama” untuk mengenang Osama sebagai tokoh mujahid.

Gambar 2

Puisi Surat untuk Osama



Sumber: <https://wow.tribunnews.com/2018/06/06/faizal-assegaf-menuding-pks-adalah-partai-penyokong-gembong-terorisme>
(diakses pada 2/11/2018)

Oleh karena beberapa bukti di atas, kemudian ramailah hastag #tenggelamkanPKS di media sosial twitter maupun Instagram. Akan tetapi, dalam perjalanan untuk mensukseskan misi penenggelaman PKS, ada media yang menggunakan konten propaganda. Beberapa judul berita yang dimuat oleh akun Instagram @dutaislam menggunakan kata-kata bermuatan ujaran kebencian dan adu domba dalam rentang tanggal 15 Juni – 15 Juli. Di antaranya adalah:

Tabel 1

Konten berita yang menggunakan kata-kata bermuatan ujaran kebencian

No	Judul Berita	Tanggal
1.	Gagas Ide Konyol, Bacaleg PKS Ngambek Berjamaah	15 Juli 2018
2.	PKS Meninggal dengan Su'ul Khotimah Menyusul Sahabatnya HTI	13 Juli 2018
3.	Ngawur Murokkab Islam Nusantara	12 Juli 2018
4.	Innalillahi, Pendekar PSHT Nekad Bakar Bendera NU	26 Juni 2018
5.	PKS Pecah Akibat Kualat Sama NU	13 Juli 2018
6.	#SELAMATTINGGALGERINDRA Trending: 2019 haram pilih Gerindra	17 Juni 2018
7.	Agenda PKS Paling Membahayakan NKRI	18 Juni 2018

Sumber: www.instagram.com/dutaislam/

Sebagai media sosial yang informatif, seyogyanya penayangan berita dilakukan dalam porsi yang berimbang dan proporsional. Bukan hanya konten berita politik, ekonomi, atau sosial saja, pun demikian untuk penayangan berita yang bermuatan religi. Berita yang timpang dan tidak berimbang dapat menimbulkan banyak persepsi dari masyarakat. Lebih jauh lagi, dapat menimbulkan sentimen sosial dan perpecahan antar golongan.

Peran media sebagai alat penyalur informasi publik, sangat dibutuhkan keberadaannya di tengah-tengah masyarakat informasi. Informasi menjadi jendela pengetahuan dan wawasan baru bagi masyarakat. Pengetahuan seseorang akan semakin luas apabila informasi tersedia dengan cukup dan baik, yakni konten-konten yang mengandung nilai-nilai positif. Pun demikian, dalam suatu pemberitaan harus mengikuti kode etik jurnalistik. Seperti halnya seruan dalam Al-Qur'an surat Hujurat ayat 12 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah sebagian kamu menggunjing sebagian yang lain. Sukakah salah seorang di antara kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang (Q.S. Al Hujurat {49} 12).

Berdasarkan ayat di atas mengandung dua makna penting bagi manusia beriman, yakni (1) dilarang untuk melakukan prasangka, yaitu melakukan tuduhan dan sangkaan buruk terhadap keluarga, teman, kerabat maupun orang lain tidak pada tempatnya, sebab sebagian dari prasangka itu adalah murni perbuatan dosa. (2) dilarang menggunjing sebagian yang lain. Selain merupakan perbuatan dosa dan dilarang oleh agama, berprasangka buruk dan menggunjing dapat mengakibatkan saling curiga dan perpecahan di antara keduanya (Ar-Rifa'i, 1989: 431).

Dari permasalahan di atas, peneliti kemudian tertarik untuk meneliti “Konten-konten Propaganda dalam Media Digital pada Pemberitaan Partai

Keadilan Sosial dalam Akun Instagram @dutaislam. Peneliti mengambil media Instagram @dutaislam dikarenakan konten berita yang diunggah banyak menggunakan kata-kata ujaran kebencian dengan pemilihan kata bombastis seperti pada tabel 1 di atas.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah *“Apa saja konten propaganda yang digunakan pada akun Instagram @dutaislam dalam Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera”?*

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja konten propaganda yang digunakan pada akun Instagram @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan yang terintegrasi dan terkoneksi tentang propaganda dalam media digital. Memberikan gambaran mengenai praktek propaganda pada media digital dalam akun Instagram @dutaislam.

b. Manfaat Praktis

1) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran bagi khalayak dan peminat penelitian pada bidang

komunikasi mengenai praktik propaganda dalam media online secara umum dan konten berita @dutaislam secara khusus.

- 2) Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan menjadi inspirasi bagi komunitas yang tergabung dalam akun Instagram @dutaislam dalam proses dakwah islam yang *Rahmatan Lil 'Aalamiin*.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, sudah ada beberapa literatur penelitian mengenai propaganda dan media digital sebagai perbandingan dan bahan referensi. Peneliti melakukan perbandingan hasil penelitian satu dengan yang lainnya, diantaranya:

Pertama, penelitian yang pernah dilakukan oleh Atik Dinarti Ary. Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2017 mengangkat judul penelitian “**Bentuk-bentuk Propaganda dalam Media Online**” (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Pasangan Calon Anies-Sandiaga dalam kanal Pilkada DKI di Portal Berita Online Okezone.com pada 9-11 Februari 2017). Fokus penelitian ini mengenai media online sebagai wadah propaganda. Menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan objek penelitiannya adalah Pemberitaan Pasangan Calon Anies-Sandiaga dalam kanal Pilkada DKI di Portal Berita Online Okezone.com pada 9-11 Februari 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil dari penelitiannya menunjukkan adanya propaganda dalam pemberitaan Pilkada DKI oleh Kanal berita *online* Okezone.com. Ada sebanyak 5 bentuk propaganda dari 7 bentuk propaganda menurut *Institute of Propaganda Analysis Universitas Yale*. Dari 69 berita yang dipublikasikan

pada kanal Pilkada DKI Okezone.com mulai dari tanggal 9 – 11 februari 2017, terdapat 31 berita yang mengandung nama pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Jakarta. *Plain folk* menduduki peringkat tertinggi dengan prosentase 50%, disusul *bandwagon* dengan prosentase 20,83%, kemudian *card stacking* (12,5%), *transfer* (8,33%), *testimony* (8,33%), *name calling* (0%), *glittering generality* (0%). Persamaan penelitian Atik dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti konten propaganda media *online*. Letak perbedaan antara penelitian Atik adalah Objek penelitian dan media. Objek kajian yang diteliti adalah berita tentang Pilkada DKI 2017 sementara objek kajian peneliti adalah dakwah Islam. Penelitian ini terfokus pada portal berita *online* Okezone.com sedangkan peneliti menggunakan Instagram sebagai media penelitian. Berbeda lagi dengan penelitian kedua di bawah ini.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Muhammad Fakhriansyah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2015. Penelitian dengan judul **“Propaganda dalam Film” (Analisis Wacana Kritis Teknik Propaganda Anti-Jerman Dalam Film Stalingrad)**. Hasil dari penelitian Fakhri menunjukkan bahwa Film *Stalingrad* tidak memperlihatkan konteks sejarah dengan baik. Tokok Khan dan Henz merupakan tokoh yang memperkuat anggapan penonton mengenai sejarah kelamnya Jerman yang selama ini beredar di masyarakat seperti Genosida dan kediktatoran seorang Hitler. Kedua tokoh tersebut yang dianggap memiliki peran besar dalam membangun sebuah wacana propaganda, yang ingin diceritakan oleh propagandis adalah Rusia. Berangkat dari posisi tersebut,

digunakanlah film *Stalingrad* dengan memanipulasi dialog yang mengatasnamakan sejarah dan menutupi fakta-fakta lain terkait pihak lawan sehingga objek propagandanya menjadi terdeskreditkan. Pola seperti itu termasuk dalam kategori teknik propaganda *glittering generalities* dan citra Jerman digambarkan dalam kasus terburuk yang dilakukan, yakni kasus pemusnahan penduduk Rusia di Kota Stalin.

Persamaan penelitian ini terletak pada tema yang diangkat yaitu propaganda. Perbedaan penelitiannya terletak pada objek penelitian dan analisis. Skripsi ini mengambil objek penelitian Teknik Propaganda Anti Jerman dalam Film *Stalingrad* sedangkan peneliti mengambil objek kajian dakwah islam. Analisis yang dipakai adalah analisis wacana kritis sementara peneliti akan menggunakan analisis isi kuantitatif.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Wiwi Alawiyah dengan judul **“Makna Pesan Propaganda Komunikasi Politik Tentang Islam dalam Film 3 (Alif, Lam, Mim)”**. Penelitian mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2016 bertujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos serta dialog propaganda yang terdapat dalam film 3 (*Alif, Lam, Mim*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya makna semiotik (*denotasi, konotasi, mitos*) dan propaganda politik. Makna denotasi ditemukan pada beberapa adegan dalam film dengan simbol. Pakaian *jubah, gamis dan sorban* menjadi simbol yang dikenakan oleh orang-orang islam dalam film 3 (*Alif, Lam, Min*). Masyarakat menganggap aneh dengan pakaian seperti itu. Makna konotasinya adalah beraneka ragamnya reaksi masyarakat dalam menilai pakaian *jubah, gamis dan sorban*.

Masyarakat menganggap pakaian tersebut yang digunakan oleh teroris, orang-orang yang menggunakan pakaian seperti itu dapat melakukan kekacauan dan kekerasan bahkan sampai melakukan pengeboman sehingga mereka dijuluki seorang teroris. Sedangkan mitos dalam adegan film ini adalah bahwa pakaian jubah yang dikenakan oleh seorang Kyai dan orang-orang Islam dalam kehidupan masyarakat masih dianggap asing dan aneh. Sedangkan dialog propaganda dalam adegan film 3 (*Alif, Lam, Mim*) menggunakan beberapa teknik propaganda seperti *name calling*, *card stacking* dan *frustration or spacegot*.

Persamaan skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah propaganda sebagai subjek penelitian. Sedangkan perbedaan di antara keduanya terletak pada fokus penelitian, media dan analisis. Penelitian ini memilih fokus penelitian komunikasi politik tentang islam sedangkan peneliti hanya akan meneliti tentang dakwah islam. Media dan analisis yang dipilih dalam penelitian ini adalah film 3 (*Alif, Lam, Mim*) dengan analisis semiotik model Roland Barthes sementara peneliti akan menggunakan *new media* Instagram dengan menggunakan analisis isi kuantitatif.

Tabel 1

Tabel Perbedaan Telaah pustaka

No	Peneliti	Judul	Subjek	Metode	Hasil	Perbedaan
1	Atik Dinarti Ary	Bentuk-bentuk Propaganda dalam Media Online” (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Pasangan Calon Anies-Sandiaga dalam kanal Pilkada DKI di Portal Beita Online Okezone.com pada 9-11 Februari 2017	Pemberitaan Pasangan Calon Anies-Sandiaga dalam kanal Pilkada DKI di Portal Beita Online Okezone.com	Analisis isi kuantitatif	Ada sebanyak 5 bentuk propaganda dari 7 bentuk propaganda menurut Institute of Propaganda Analysis Universitas Yale. Plain folk menduduki peringkat tertinggi dengan prosentase 50%, disusul bandwagon dengan prosentase 20,83%, kemudian card stacking (12,5%), transfer (8,33%), testimony (8,33%), name calling (0%), <i>glittering generality</i> (0%).	Penelitian Atik tentang berita Pilkada DKI 2017
2	Muhammad fakhriansyah	propaganda dalam Film (Analisis Wacana Kritis Teknik Propaganda Anti-Jerman dalam Film Stalingrad)	Teknik propaganda anti-Jerman dalam film Stalingrad	Analisis isi kuantitatif	bahwa film stalingrad tidak memperlihatkan konteks sejarah dengan baik memanipulasi dialog dengan mengatasnamakan sejarah dan menutupi fakta-fakta lain terkait pihak lawan sehingga objek propogandanya menjadi terdeskreditkan. Pola seperti itu termasuk dalam kategori teknik propaganda <i>Glittering generalities</i>	Fakhri meneliti teknik propaganda yang dipakai dalam film stalingrad dengan menggunakan analisis wacana kritis
3	Wiwi Alawiyah	Makna Pesan Propaganda Komunikasi Politik Tentang Islam dalam Film 3 (<i>Alif, Lam, Mim</i>)	Islam dalam Film 3 (<i>Alif, Lam, Mim</i>)	Analisis semiotik model Roland Barthes	adanya makna semiotik <i>denotasi</i> (beberapa adegan dalam film dengan simbol jubah, gamis dan sorban), <i>konotasi</i> (beraneka ragamnya reaksi masyarakat dalam menilai pakaian jubah, gamis dan sorban), <i>mitos</i> (pakaian jubah yang dikenakan oleh seorang kiai dan orang-orang Islam dalam kehidupan masyarakat masih dianggap asing dan aneh) dan propaganda politik (<i>name calling, card stacking, dan frustration or spacegot</i>)	Meneliti komunikasi politik tentang islam dalam film 3 (<i>Alif, Lam, Mim</i>)

E. LANDASAN TEORI

1. Propaganda

Definisi propaganda sendiri memiliki banyak makna. Hal ini karena tiap-tiap definisi dikemukakan oleh pihak, kelompok atau individu yang mempunyai latar belakang, situasi sosial dan tujuan yang berlainan atau berbeda-beda. Istilah propaganda mendapat reaksi negatif di negara-negara demokrasi karena banyak korban berjatuhan pada masa Hitler melalui propaganda Nazi yang dipakai pada waktu itu (1930-1940). Berbeda lagi dengan propaganda yang dipakai oleh Paus Gregorius XV. Paus Gregorius XV memakai propaganda sebagai metode komunikasi untuk menyebarkan misi suci agama serta mengawasi kegiatan misionaris agama Katholik Roma (Nurudin, 2008: 7).

Menurut pandangan Harold D. Lasswell, propaganda adalah teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasikan representasinya. Sebuah upaya dari seseorang atau sekelompok orang untuk merubah perilaku khalayak sesuai dengan yang diinginkan dengan tanpa disadari oleh khalayak sendiri.

Sedangkan definisi dalam bukunya yang lain, Lasswell mengemukakan:

“[propaganda, pen] solely to the control of public opinion by significant symbols, or to speak more concretely and less accurately, by the stories, rumours, report, pictures and other form of social communication” (Nurudin, 2008:10).

Dari pengertian di atas, yang dimaksud dengan propaganda adalah semata-mata kontrol opini yang dilakukan melalui simbol-simbol yang mempunyai arti, atau menyampaikan pendapat yang nyata serta akurat (teliti), baik melalui sebuah cerita, rumor laporan, gambar-gambar maupun dengan bentuk lain yang bisa digunakan dalam komunikasi sosial. Propagandis melakukan kontrol opini melalui media komunikasi berupa simbol, gambar, *tagline*, berita, laporan, dll secara terus menerus hingga tujuan yang ingin disampaikan tercapai.

Pendapat Lasswell didukung oleh pendapat Qualter, yang mana propaganda menurut Qualter adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk, mengawasi, atau mengubah sikap dari kelompok-kelompok lain dengan menggunakan media komunikasi dengan tujuan bahwa pada setiap situasi yang tersedia, reaksi dari mereka yang dipengaruhi akan seperti yang diinginkan oleh propagandis (Nurudin, 2008: 9).

Liliweri dalam bukunya (Kunandar, 2017: 85) menjelaskan bahwa setidaknya ada tiga tujuan dari penggunaan propaganda:

a. Mempengaruhi opini publik

Yaitu untuk mengubah pandangan publik tentang suatu ide yang sedang tersebar melalui penyajian fakta-fakta sehingga mudah dimobilisasi. Perubahan opini bisa kepada arah positif ataupun negatif.

b. Memanipulasi opini

Bagi seorang propagandis, tujuan dari propaganda adalah untuk memanipulasi emosi target khalayak dari perasaan suka kepada perasaan tidak suka, dari perasaan cinta kepada perasaan benci, dari perasaan sayang kepada perasaan marah maupun sebaliknya. Propagandis berusaha untuk memanipulasi kata, suara, simbol pesan nonverbal agar dapat membangkitkan emosi khalayak. Melalui dorongan emosi, khalayak akan lebih mudah dalam memberikan respon sesuai tanpa adanya rasa paksaan.

c. Menggalang dukungan atau penolakan

Sasaran utama dari propaganda adalah mengubah sikap dan perilaku khalayak untuk mendukung atau menolak suatu isu tertentu. Banyak orang yang menggunakan propaganda atau propagandis untuk menggalang dukungan, menerima atau menolak sesuatu isu.

Untuk menjelaskan bagaimana propaganda dilakukan, *Institute for Propaganda Analysis* (IPA) telah memformulasikan teknik-teknik propaganda dalam bukunya yang berjudul *The Fine Art of Propaganda* (1939) (Kunandar, 2017: 104-110) sebagai berikut:

a. Name Calling

Merupakan teknik propaganda dengan memberikan label buruk pada suatu gagasan. Propagandis menggunakan metode ini dengan sebutan-sebutan buruk pada lawan yang dituju. Tujuan dari *name calling* adalah untuk menggiring khalayak menolak dan

menyangsikan ide tertentu tanpa memeriksa kebenaran terlebih dahulu karena pergerakannya harus dihentikan atau dilawan.

b. Glittering Generality

Teknik *glittering generality* biasa digunakan untuk menonjolkan propagandis dengan mengidentifikasi dirinya dengan menyanjungnya sendiri mewakili sesuatu yang luhur dan agung. Propagandis menggabungkan sesuatu dengan suatu “kata bijak” dengan tujuan untuk membuat khalayak menerima dan menyetujui ide tertentu tanpa memeriksanya terlebih dahulu. Kelemahan dari teknik ini adalah menganggap dirinya paling benar, sedangkan orang lain salah.

c. Transfer

Upaya memengaruhi khalayak dengan meminjam dan memindahkan nilai-nilai kebajikan tertentu untuk ditempelkan dengan hal lain serta membawa otoritas, dukungan dari suatu yang dihargai kepada suatu yang lain. Biasanya menggunakan pengaruh seseorang, tokoh, atau *public figure* yang dikagumi banyak orang dan punya wibawa. *Transfer* menggunakan simbol-simbol seperti pakaian, gambar, maupun ideologi.

d. Testimony

Perkataan seseorang yang dihormati atau dibenci akan selalu dikutip dan ditampilkan secara langsung. Teknik propaganda ini sering digunakan dalam lingkungan kerja komersial. Menggunakan

nama seseorang terkemuka yang mempunyai otoritas dan gaya hidup mewah untuk mengatakan bahwa suatu gagasan, program atau ide atau seseorang itu baik atau buruk. Dalam dunia periklanan dikenal dengan istilah *brand ambassador* (Duta merek).

e. Plain Folks

Teknik yang satu ini menampilkan tokoh atau *public figure* sebagai orang biasa dekat dengan masyarakat. Seperti tokoh yang gemar olahraga bersepeda maupun pergi ke pasar. *Plain folks* juga dapat digunakan dalam bentuk *tagline* seperti Soeharto milik rakyat.

Plain folks juga biasa dipakai dalam bentuk perkataan atau tingkah laku layaknya khalayak yang dituju seperti kampanye politik.

f. Card Stacking

Teknik ini meliputi seleksi dan kegunaan fakta atau kebohongan, ilustrasi atau kebingungan serta pernyataan-pernyataan masuk akal atau tidak masuk akal yang hanya menonjolkan sisi baiknya atau buruknya saja, sehingga masyarakat hanya mampu melihat satu sisi saja. Propagandis memilih argument atau bukti yang mendukung sebuah gagasan dan mengabaikan segala sesuatu yang merugikan gagasan propagandis.

g. Bandwagon

Teknik propaganda yang berupaya untuk meyakinkan khalayak bahwa dimana semua anggota kelompok yang kita menjadi

anggotanya menerima programnya, oleh karena itu kita harus mengikuti dan menggabungkan diri ke dalam kelompok itu. Jika tidak maka akan menimbulkan efek seperti teralienasi atau terisolasi.

2. Media Digital

Media digital atau *digital media* merupakan sebuah istilah yang menggambarkan semua bentuk media komunikasi yang menggabungkan teks, gambar, suara dan video menggunakan teknologi komputer (Biagi, 2010: 231). Internet sebagai media digital merupakan hasil dari kombinasi ribuan jaringan komputer yang mengirim dan menerima data dari seluruh dunia. Berbeda dengan sebelum tahun 1970, dimana media yang didefinisikan berdasarkan sistem penyampaiannya dan metode pengirimannya. Kertas sebagai media cetak, penerbit untuk koran, majalah dan studio untuk radio dan televisi.

Dalam dunia digital dimana hampir semua elemen terkait, kecepatan dan kenyamanan jaringan telah mengubah industri media massa dan menghapus semua ide sebelumnya tentang bagaimana komunikasi massa harus bekerja. Sebagai salah satu bentuk media digital yang sedang *tranding* di masyarakat dunia saat ini yaitu Instagram.

3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri. Foto atau video yang

dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi follower Anda. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower* seperti di twitter. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram kini dipakai oleh mayoritas anak muda, *public figure*, hingga komunitas dan perusahaan. Sebagai bentuk dari media baru, aplikasi *smartphone* yang dibuat Kevin Systrom dan Mike Krieger tersebut kini sedang trend digunakan oleh sekitar 800 juta pengguna menurut rilis berita Kompas 29/09/17. (<http://tekno.kompas.com/>).

Beberapa fitur Instagram yang digunakan oleh akun Instagram @dutaislam sebagai berikut:

a. Unggah Foto (*Photo Upload*)

Sebuah cara baru untuk berkomunikasi, unggah foto atau video adalah menu utama. Pengguna Instagram dapat mengunggah foto maupun video dari kamera *smartphone* atau galeri. Kualitas foto atau video yang diunggah akan memberikan pengaruh terhadap banyaknya orang memberikan tanda suka atau komentar. Apabila foto yang diunggah memiliki tema khusus makin banyak follower yang tertarik.

b. Judul (*Caption*)

Pengguna diberikan keluasan untuk mendeskripsikan foto atau video melalui *caption*. Fungsi dari *caption* sendiri adalah untuk memperkuat konten yang ingin disampaikan. Tidak ada aturan baku bagi pengguna untuk membuat *caption*. Judul sangat penting untuk merepresentasikan foto atau video yang telah diunggah. @dutaislam selalu menggunakan judul sesuai dengan unggahan yang dimuat.

c. Tanda Pagar (*Hashtag*)

Fungsi dari *hashtag* sendiri adalah untuk memberi kemudahan dalam membubuhkan topik tertentu dengan cara memberikan tanda pagar pada setiap update status di mikroblog. (Bambang, 2012: 53). Dalam setiap pemberitaan, @dutaislam selalu menyertakan hastag di kolom terakhir komentar.

d. Pengikut (*Followers*)

Aktivitas mencari teman, dengan cara *following* akun pengguna Instagram lainnya. Akun dengan jumlah *followers* yang banyak, penyebaran informasi akan lebih cepat sampai ke publik secara luas. Pengguna yang sudah mengikuti sebuah akun, hasil unggahan akan tampil di beranda akun yang mengikuti. Dengan begitu, proses komunikasi berjalan. Dalam hal ini, jumlah *followers* akun Instagram @dutaislam telah mencapai 19.600 followers www.instagram.com/dutaislam/ (diakses pada 22 Novemver 2018).

e. *Mentions*

Sebuah fitur menarik yang berfungsi memanggil pengguna Instagram lain. *Mentions* bisa diletakkan pada *caption*, kolom komentar, serta pada foto yang diunggah. Untuk memakai fitur *mentions* ini cukup dengan menggunakan tanda *arroba* (@) kemudian diikuti dengan memasukkan nama akun yang akan dipanggil.

f. Tanda Suka (*Like*)

Tanda suka (*like*) diartikan sebagai suatu ketertarikan pada foto atau video yang diunggah. Istilah saling memberi saling menerima berlaku di Aplikasi Instagram ini meskipun tidak mutlak.

Semakin banyak *likers* akan berpengaruh pada bertambahnya jumlah *followers* dan berpeluang besar masuk ke jajaran foto populer yang muncul di menu *search tab*.

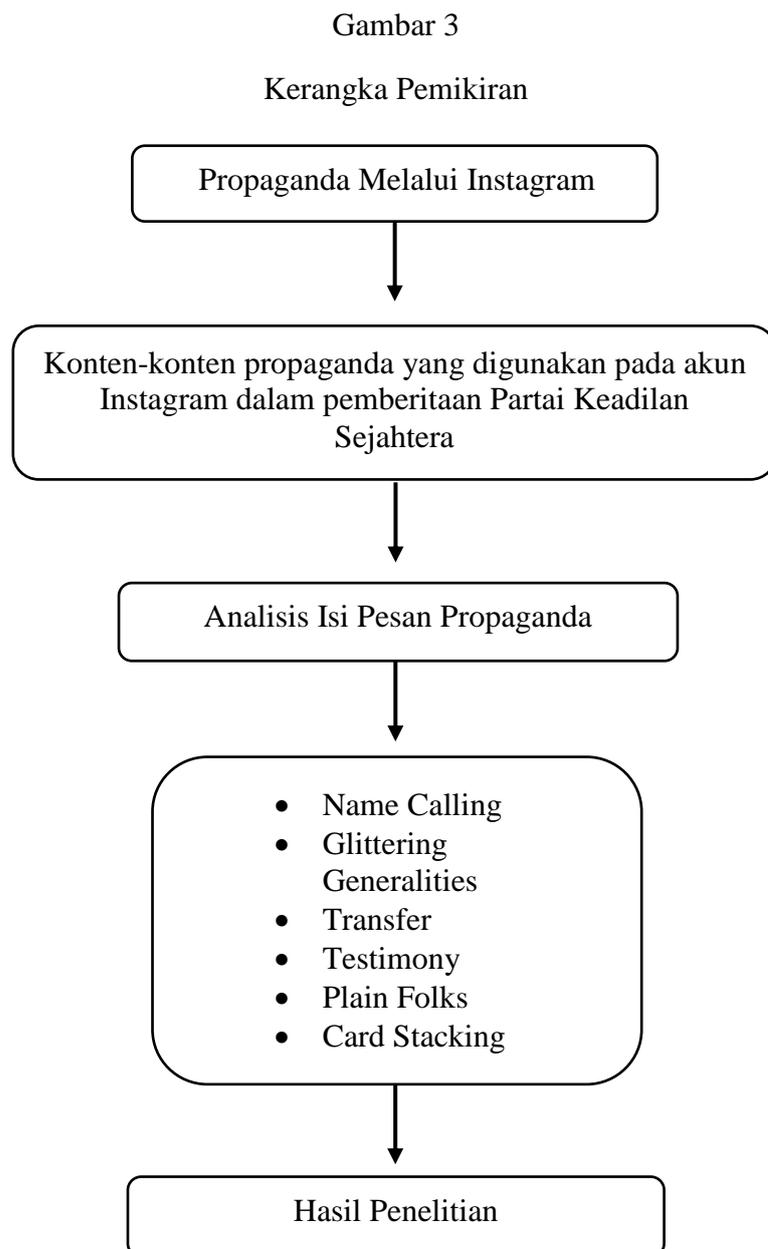
g. Komentar (*Comments*)

Seperti halnya dengan like, dimana menu ini digunakan untuk berinteraksi secara langsung dengan pengguna akun lain. Tidak ada aturan bagi pengguna dalam mengisi komentar pada sebuah foto atau video yang diunggah.

Kolom komentar sangat penting bagi akun komunitas atau perusahaan guna berjalannya komunikasi timbal balik berupa masukan, kritik, saran dan lain-lain.

F. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran berisi tentang peta konseptual bagaimana alur peneliti berpikir dalam penelitian ini. Berikut bagan pemikiran yang dipakai peneliti:



(Sumber: Olahan peneliti)

G. METODE PENELITIAN

Dalam bukunya Sugiyono (Sugiyono, 2013: 5) dijelaskan bahwa metode dalam arti kata yang sebenarnya berasal dari bahasa Yunani yakni “*Methodos*” yang memiliki makna *cara* atau *jalan*, yaitu persoalan yang menyangkut tentang cara kerja untuk memahami objek yang akan diteliti dengan tujuan dan kegunaan. Terdapat 4 kriteria yang perlu diperhatikan dalam metode penelitian, yaitu (1) cara ilmiah, yaitu kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis, (2) data, diperoleh melalui penelitian merupakan data empiris yang mempunyai kriteria tertentu yakni valid, (3) memiliki tujuan, (4) memiliki kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:5).

1. Jenis Penelitian

Untuk mendalami permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah dan untuk membantu menjawab rumusan masalah yang telah peneliti susun, penelitian akan dilakukan dengan menggunakan analisis isi kuantitatif yang menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan yang hanya menggambarkan pesan saja (*descriptive content analysis*). Tujuannya yakni membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang sifat-sifat atau fakta-fakta populasi atau objek tertentu (Kriyantoro, 2006: 67). Oleh karena itu harapan besar penelitian ini mampu memberikan gambaran serta pengetahuan tentang bagaimana propaganda ditampilkan dalam konten berita yang dimuat oleh akun Instagram @dutaislam pada 15 Juni – 15 Juli 2018.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah sumber dalam memperoleh keterangan penelitian yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011: 38). Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera dalam akun Instagram @dutaislam.

b. Objek penelitian

Sedangkan objek penelitian adalah objek yang diteliti dalam suatu penelitian. Objek penelitian ini adalah Konten-konten propaganda pada akun Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018.

3. Unit Analisis

Secara sederhana, unit analisis merupakan bagian apa dari isi yang diteliti, serta dipakai untuk memberikan kesimpulan isi dari suatu teks. Unit analisis sendiri dapat berupa kata, kalimat, foto, paragraf maupun *scene* (potongan adegan). Penentuan unit analisis sangat penting karena nantinya yang akan menentukan aspek apa yang menjadi indikator analisis pada teks dan hasil penelitian (Eriyanto, 2013: 59).

Terdapat beberapa jenis unit analisis menurut para ahli seperti Budd, Thorp dan Donohew, Weber, Holsti, Riffe, Lacy, Fico dan Krippendorff. Holsti dan Budd, Thorp dan Donohew mengidentifikasi ada dua unit analisis dalam penelitian analisis isi, yakni pencatatan (*recording*

units) dan unit konteks (*Context units*). Sedangkan Weber hanya mengidentifikasi satu jenis unit analisis dalam penelitian analisis isi, yakni unit pencatatan (*recording units*). Sementara Riffed an Krippendorff mengidentifikasi unit analisis lain selain unit pencatatan dan unit konteks, yaitu unit sample (*sampling units*).

Dari beberapa jenis unit analisis dari para ahli tersebut, penelitian ini akan menggunakan unit analisis Holsti (1969) dimana item yang diteliti adalah secara keseluruhan. Adapun konten berita yang akan diteliti dalam berita akun Instagram @dutaislam tanggal 15 Juni – 15 Juli 2018 meliputi Judul berita, foto/ video, serta isi berita yang menjadi kesatuan berita.

Tabel 2

Tabel Unit Analisis

Teori	Kategorisasi	Unit Analisis
Propaganda	<i>Name Calling</i>	Julukan buruk, mengejek
	<i>Glittering Generality</i>	Kata mutiara, pujian
	<i>Transfer</i>	Gambar, Simbol, Gagasan
	<i>Testimony</i>	Kesaksian orang
	<i>Plain Folks</i>	Sederhana, merakyat
	<i>Card Stacking</i>	Fakta, kebohongan, ilustrasi, pernyataan logis atau tidak logis
	<i>Bandwagon</i>	Bujukan

(Sumber: Olahan Peneliti)

4. Definisi Konseptual dan Operasional

a. Definisi Konseptual

Penelitian analisis isi berangkat dari konsep (Eriyanto, 2013: 175) mengatakan bahwa konsep diumpamakan sebagai gambaran singkat dari realitas sosial karena sebagai hasil representasi dari pengamatan terhadap objek maupun gejala sosial yang dipakai untuk mewakili suatu realitas yang kompleks. Para ahli dan ilmuwan pasti menggunakan konsep sebagai representasi untuk menggambarkan atau mengabstraksikan suatu gejala. Adanya konsep memberikan kemudahan bagi para ahli atau ilmuwan untuk berbicara tentang objek dengan bahasa yang sama.

Definisi konseptual dapat diperoleh melalui kajian pustaka, penelusuran bahan dan penelitian yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya. Menurut Chaffe dalam (Eriyanto, 2013: 176) ada dua cara peneliti melakukan definisi konseptual. *Pertama, Distilasi* (penyulingan) yaitu sebuah makna konsep yang abstrak dimulai dengan membaca apa yang pernah dikatakan oleh ahli atau penelitian terdahulu. *Kedua, list* (daftar) yaitu menentukan mana definisi konseptual yang akan diambil sekaligus menjadi pijakan dalam penelitian. Dalam hal ini, peneliti akan memisahkan definisi awal (yang biasa dipahami oleh orang awam) dengan definisi secara utuh dan objektif.

Dalam membuat definisi konseptual harus memenuhi beberapa persyaratan, yakni: (1) harus memasukkan atribusi unik dari apa yang didefinisikan, dengan memasukkan semua kasus dan mengeluarkan kasus yang tidak tercakup. (2) harus jelas tidak menimbulkan banyak tafsir.

Berikut ini definisi konseptual unit analisis Propaganda hasil dari pengolahan peneliti dengan adaptasi tujuh strategi propaganda menurut Lembaga riset *Institute for Propaganda Analysis* (Kunandar, 2017: 104-110):

a. *Name Calling*

Propagandis menggunakan teknik *name calling* dengan memberikan buruk pada lawan yang dituju.

1) Julukan buruk

Julukan buruk merupakan pemberian nama oleh seseorang atau golongan kepada orang atau golongan lain sehubungan dengan sesuatu yang menempel pada dirinya serta berkonotasi jelek.

2) Ejekan

Ejekan merupakan perbuatan mengolok-olok, menertawakan dan menyindir pihak lawan dengan tujuan untuk menghinakan.

b. Glittering Generality

Menampilkan pesan-pesan yang mengutip nilai-nilai atau kata yang baik dengan menghubungkannya dengan tujuan dari propagandis.

1) Kata Mutiara

Kata mutiara merupakan sebuah ungkapan pada sesuatu yang berharga dan diagung-agungkan.

2) Pujian

Pujian merupakan pernyataan pengakuan dan penghargaan yang tulus akan kebaikan atau keunggulan sesuatu.

c. Transfer

Merupakan visualisasi konsep untuk mengalihkan karakter tertentu kepada sesuatu yang dikagumi khalayak.

1) Gambar

Gambar merupakan tiruan barang baik itu orang, binatang, tumbuhan, dan sebagainya yang dibuat secara manual atau menggunakan aplikasi *editing* sehingga bisa dinikmati keindahannya.

2) Simbol

Simbol merupakan lambang yang biasa dipakai untuk mewakili sesuatu, sehingga orang akan dengan mudah menafsirkan pesan tanpa harus bertele-tele.

3) Gagasan

Gagasan merupakan hasil pemikiran atau ide tentang sesuatu yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk pemikiran selanjutnya.

d. *Testimony*

Propagandis menampilkan perkataan tokoh/ *public figure* yang disukai oleh masyarakat luas.

1) Kesaksian orang

Saksi merupakan orang yang melihat atau mengetahui sendiri suatu peristiwa.

e. *Plain Folks*

Upaya meyakinkan masyarakat bahwa gagasan yang ditawarkan berkaitan dengan keseharian khalayak atau milik khalayak itu sendiri.

1) Sederhana

Sederhana merupakan sifat dari sesuatu yang dipandang tidak berlebihan.

2) Merakyat

Merakyat merupakan orang yang memiliki sifat atau berlaku seperti rakyat kebanyakan.

f. *Card Stacking*

Propagandis memanfaatkan fakta atau kebohongan baik sesuatu yang masuk akal maupun tidak masuk akal.

1) Fakta atau kebohongan

Fakta merupakan sesuatu yang benar-benar terjadi. Sementara kebohongan adalah sesuatu yang tidak sesuai dengan realita.

2) Ilustrasi

Ilustrasi merupakan alat yang digunakan untuk membantu menjelaskan sesuatu.

3) Pernyataan logis atau tidak logis

Pernyataan logis merupakan perkataan yang diutarakan oleh seseorang atau golongan serta bisa diterima dengan nalar.

g. *Bandwagon*

Berupa himbauan untuk bergabung atau mengikuti suara mayoritas.

1) Bujukan

Bujukan merupakan upaya untuk meyakinkan orang lain bahwa yang dikatakan benar dimana biasanya menggunakan kata-kata manis dan sebagainya.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan seperangkat prosedur yang memberikan gambaran usaha atau aktivitas peneliti secara empiris untuk menjawab konsep yang telah digambarkan sebelumnya. Definisi operasional dibutuhkan oleh peneliti karena fenomena tidak dapat

diamati secara langsung. Analisis isi hanya dapat dilakukan untuk mengamati fenomena yang konkret terlihat secara nyata dan dapat diobservasi oleh peneliti. Sering kali konsep masih abstrak sehingga tidak dapat diukur dan dilihat secara langsung. Oleh karena itu, Definisi operasional berfungsi sebagai proses menurunkan dari definisi yang abstrak menuju pada definisi konkret. (Eriyanto, 2013: 177).

Berikut ini adalah definisi operasional dari teknik propaganda yang telah peneliti susun sebagai berikut:

a. *Name Calling*

Berita yang menampilkan judul berita, foto atau video maupun isi dengan memberikan julukan buruk pada lawan serta mengejek pada Partai Keadilan Sejahtera.

b. *Glittering Generality*

Berita yang menampilkan judul berita, foto atau video maupun isi dengan menggunakan kata-kata mutiara maupun pujian untuk mendukung tujuan pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera dengan menciptakan realitas yang bisa diterima oleh publik.

c. *Transfer*

Berita yang menampilkan judul berita, foto atau video maupun isi Partai Keadilan Sosial dengan menghubungkan

gambar, symbol maupun gagasan atau ide dari sesuatu yang dikagumi orang kepada Partai Keadilan Sejahtera.

d. *Testimony*

Berita yang menampilkan judul berita, foto atau video maupun isi berupa perkataan/ kesaksian orang baik berupa kekaguman atau kebencian smengenai Partai Keadilan Sejahtera.

e. *Plain Folks*

Berita yang menampilkan judul berita, foto atau video maupun isi tentang agenda Partai Keadilan Sejahtera saat bersama dengan masyarakat atau saat tidak bersama dengan masyarakat. Agenda yang dimaksudkan adalah program, pembinaan, kaderisasi, dan penyebaran ideologi.

f. *Card Stacking*

Berita yang menampilkan judul berita, foto atau video maupun isi mengenai kasus yang sifatnya fakta atau kebohongan dengan menggunakan ilustrasi atau melalui pernyataan logis kepada Parta Keadilan Sejahtera.

g. *Bandwagon*

Kiriman yang menampilkan judul berita, isi maupun foto atau video yang berisi bujukan untuk mengikuti suara mayoritas seolah-olah bila tidak mengikutinya akan termarginalkan dan tidak dianggap atau terisolasi.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin diketahui isinya. Populasi merupakan konsep yang abstrak. Oleh karena itu harus didefinisikan secara jelas agar anggota dari populasi dapat ditentukan secara cermat (Eriyanto, 2013: 109). Adapun yang dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah semua pemberitaan propaganda pada Partai Keadilan Sejahtera yang ada dalam akun Instagram @dutaislam periode 15 Juni – 15 Juli 2018.

Pemilihan waktu mulai dari tanggal 15 Juni – 15 Juli 2018 dikarenakan situasi sosial politik dan keagamaan yang ramai menjadi perbincangan. Pembubaran Organisasi Politik Pan-islamisme HTI oleh pemerintah Republik Indonesia memberikan dampak bagi eksistensi Partai Keadilan Sejahtera. Beberapa tokoh kebangsaan maupun agama serta masyarakat menilai bahwa Partai Keadilan Sejahtera layak untuk dibubarkan karena ideologi yang tidak sesuai dengan Undang-undang dan tujuan negara.

b. Sampel

Sampel merupakan isi apa yang akan diteliti dan didalami. Sampel berfungsi sebagai batasan yang tegas isi mana yang akan diteliti dan tidak diteliti. Penentuan sampel sendiri berdasarkan pada tujuan analisis isi yang telah dirumuskan di awal (Eriyanto, 2013: 63). Peneliti mengambil sampel kuota (*Quota Sampling*). Sampel

kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi ciri-ciri tertentu hingga mencapai jumlah yang diinginkan.

(Eriyanto, 2013: 156) peneliti memang tidak memilih sampel secara acak dalam sampel kuota. Sampel kuota menggunakan batasan (persyaratan tertentu) sebelum sampel itu diambil. Hal ini dapat mengurangi subjektivitas dari peneliti, namun hasil analisis tidak dapat digeneralisasikan.

Sampel yang dipilih peneliti adalah berita yang dimuat dalam akun Instagram @dutaislam yang mengandung nama Partai Keadilan Sejahtera yang ditayangkan pada tanggal 15 Juni – 15 Juli 2018. Berdasarkan dari teknik pengambilan sample kuota di atas, peneliti memperoleh data sebanyak 17 berita dalam rentang waktu 15 Juni – 15 Juli 2018 dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4

Berita yang Mengandung Nama PKS

No	Tanggal	Jumlah Berita
1.	18 Juni 2018	1
2.	19 Juni 2018	3
3.	20 Juni 2018	4
4.	21 Juni 2018	1
5.	23 Juni 2018	1
6.	24 Juni 2018	1
7.	26 Juni 2018	1
8.	28 Juni 2018	1

9.	1 Juli 2018	1
10.	13 Juni 2018	2
11.	15 Juli 2018	1

(Sumber: Olahan Peneliti)

Tabel 5

Kumpulan Berita Terpilih Akun Instagram @dutaislam tanggal 15 Juni – 15 Juli
2018

No	Waktu	Kiriman
1	18, Juni 2018	Agenda PKS Paling Membahayakan NKRI
2	19, Juni 2018	Agenda Utama Politik PKS
3	19, Juni 2018	Agenda PKS yang Paling Membahayakan NKRI
4	19, Juni 2018	Pendiri PKS Anak Mantan Pemberontak NKRI
5	20, Juni 2018	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian III)
6	20, Juni 2018	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian II)
7	20, Juni 2018	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian I)
8	20, Juni 2018	Serang Kyai NU, PKS Mau Babak Belur?
9	21, Juni 2018	Keramat: Yang Nyerang Kyai NU Terbukti Tamat!
10	23, Juni 2018	PKS Full Nyerang Kiai NU
11	24, Juni 2018	Kalangkabut, Buzzer PKS Serang Islam Nusantara
12	26, Juni 2018	Indahnya Kampanye Caleg PKS Wonogiri
13	28, Juni 2018	Kader PKS Banyak Anak? Ini Tanggapan Anis Matta
14	1, Juli 2018	Bahaya PKS Ketika Mendapatkan Kekuasaan
15	13, Juli 2018	PKS Pecah Akibat Kualat Sama NU
16	13, Juli 2018	PKS Meninggal dengan Su'ul Khotimah Menyusul Sahabatnya HTI
17	15, Juli 2018	Gagas Ide Konyol, Bacaleg PKS Ngambek Berjamaah

(Sumber: Olahan Peneliti)

6. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Metode Pengumpulan Data

1) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan menghimpun, mengumpulkan, menyatukan data baik berupa tulisan, gambar ataupun elektronik sesuai dengan apa yang diteliti. Data yang diambil merupakan data primer dari yang berasal dari kiriman berita akun Instagram @dutaislam. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data melalui *screenshot* kiriman berita akun Instagram dalam rentang waktu 15 Juni – 15 Juli 2018.

2) Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah sumber data sekunder yang diambil oleh peneliti dari beberapa sumber yang berkaitan dengan fokus penelitian berupa literatur, laporan, jurnal, berita, internet, *coding sheet* serta penelitian lain yang dianggap relevan.

b. Instrumen Pengumpulan Data

Alat ukur dalam penelitian yang akan dilakukan ini berupa *coding sheet*, yaitu alat yang dipakai untuk mengukur aspek tertentu dari isi media. *Coding sheet* memuat segala aspek yang ingin dilihat dalam analisis isi (Eriyanto, 2013: 221). Proses *coding* memakai unit tematik karena yang diamati adalah item. Berbeda dengan unit fisik maupun sintaksis dimana pengamatannya adalah kata atau kalimat.

Coder akan membaca keseluruhan berita (Judul, foto atau video dan isi) baru kemudian dapat mengkode ke dalam kategori yang sesuai (Eriyanto, 2013: 245). *Coder* tidak hanya mengukur atau menghitung saja, tetapi juga memberi penilaian dan kemudian mengategorikan ke dalam kategori yang dipakai dalam penelitian. Proses *coding* ini sangat ditentukan oleh unit analisis yang digunakan dalam analisis isi. Ada yang cukup mengukur atau menghitung, namun ada juga yang membutuhkan penilaian dari *coder*. Dalam hal ini ada tujuh kategori propaganda yang akan diteliti, yaitu: *name calling, glittering generality, transfer, testimony, card stacking, palin folks*, dan *bandwagon*.

Salah satu ciri penting dalam penelitian analisis isi kuantitatif adalah objektivitas. Maknanya peneliti akan membuat mekanisme sehingga *coder* meng-*coding* berdasarkan apa yang ada dalam isi, bukan berdasarkan pada penafsiran *coder*.

7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Data

Validitas berkaitan dengan apakah alat ukur yang dipakai secara tepat mengukur konsep yang akan diukur atau tidak. Alat ukur yang mempunyai validitas tinggi adalah alat ukur yang secara tepat mengukur apa yang akan diteliti (Eriyanto, 2013:259).

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, peneliti akan menggunakan uji validitas isi. Yaitu dengan menyertakan semua

indikator dari konsep, dan tidak ada yang terlewatkan. Ada tujuh ukuran yang dipakai peneliti untuk mengetahui propaganda yang dilakukan oleh akun Instagram @dutaislam dalam kiriman pemberitaan terhadap Partai keadilan Sejahtera. Ukuran tersebut diturunkan dari teori tujuh konsep jenis-jenis propaganda menurut *Institute for Propaganda Analysis*.

b. Reliabilitas Instrumen

Selain harus valid, alat ukur juga harus memiliki keandalan yang tinggi. Reliabilitas (keandalan) apabila alat ukur yang dipakai akan menghasilkan temuan yang sama berdasarkan data, bukan karena hasil penafsiran dari *coder*, berapa kali pun dipakai (Eriyanto, 2013: 281). Pada dasarnya, tujuan dari reliabilitas untuk melihat persamaan dan perbedaan hasil dari alat ukur dari pengkode yang berbeda.

Peneliti akan menggunakan reliabilitas antar *coder* atau *intercoder reliability* dimana peneliti membutuhkan dua orang atau lebih untuk menilai konten-konten propaganda pada pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera dalam akun Instagram @dutaislam. Untuk melakukan sebuah analisis isi kuantitatif, sistem ini dirasa yang paling tepat karena yang diperlukan adalah pemikiran yang objektif.

Untuk menghitung derajat reliabilitas, peneliti akan menggunakan alat ukur Formula Holsti dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

CR : *Coefficient Reliability* (Reliabilitas antar coder)

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh masing-masing *coder*)

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1 (peneliti)

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2 (Naya)

Reliabilitas bergerak dari antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satu pun yang disetujui oleh para coder, sedangkan 1 berarti persetujuan sempurna di antara para *coder*. *Coding sheet* Formula Holsti ini memiliki batas minimum angka reliabilitas sebesar 0,7 atau 70%. Artinya bila hasil perhitungan di atas 0,7 berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Tapi jika di bawah 0,7 berarti alat ukur bukan alat yang reliabel (Eriyanto, 2013: 292).

Formula Holsti ini akan peneliti gunakan dalam semua kategori, kemudian hasil dari tiap-tiap kategori akan ditampilkan sebagai laporan.

8. Metode Analisis Data

Langkah terakhir setelah data yang diteliti terkumpul adalah mengolah dan analisis data. Peneliti akan menggunakan metode analisis kuantitatif deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi biasa yang mana memuat frekuensi dari masing-masing kategori dan persentase.

Pertama-tama data dimasukkan ke dalam *coding sheet* yang didalamnya memuat unit analisis dan kategori. Selanjutnya data dianalisis memakai rumus Holsti dengan mengambil ukuran dari teori tujuh konsep jenis-jenis propaganda menurut *Institute for Propaganda Analysis*. Peneliti akan mendeskripsikan jenis-jenis propaganda manakah yang paling sering digunakan atau muncul dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera dalam akun Instagram @dutaislam dalam rentang waktu 15 Juni – 15 Juli 2018.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini diperoleh dari serangkaian uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas ini diturunkan dari 7 teknik propaganda menurut *Institute for Propaganda Analysis* dari Universitas Yale. Kemudian uji reliabilitasnya menggunakan reliabilitas antar *coder* dengan 3 *coder*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja konten propaganda yang digunakan dalam akun Instagram @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera

Dari 75 berita yang dipublikasikan dalam akun Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018, terdapat 14 berita yang mengandung nama Partai Keadilan Sejahtera. Dari penelitian yang telah dilakukan di awal, peneliti berhasil menemukan konten-konten berita dalam akun Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018. Sebanyak 42% konten propaganda yang digunakan oleh akun Instagram @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera berisi tentang *card stacking*. Kemudian pada posisi kedua dengan persentase sebesar 28% konten propaganda yang digunakan oleh akun Instagram @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera berisi tentang *transfer*. Sebanyak 14% konten propaganda yang digunakan oleh akun Instagram @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera berisi tentang *testimony*. Sebanyak 7% konten propaganda yang digunakan

oleh akun Instagram @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera berisi tentang *name calling*, selanjutnya sebesar 7% konten propaganda yang digunakan oleh akun Instagram @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera berisi tentang *bandwagon*.

Card Stacking paling sering digunakan karena konten berita menyajikan kasus yang bersifat fakta atau kebohongan, ilustrasi, maupun pernyataan logis tentang penyerangan PKS terhadap kyai NU, konten sindiran pada berita agenda kampanye daerah yang dilakukan Calon Legislatif PKS tidak menunjukkan sifat dan karakternya dan agenda-agenda terstruktur yang dapat membahayakan keutuhan NKRI. Sedangkan @dutaislam tidak ada konten propaganda yang berisi *glittering generality* karena teknik ini memiliki makna konotasi mendukung, sedangkan media ini memiliki perbedaan ideologi yang kontras dengan PKS. *Plain folks* juga tidak ada dalam konten berita @dutaislam dalam pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera, karena sasaran tembak @dutaislam bukan pada agenda tokoh atau lembaga Partai Keadilan Sejahtera saat bersama dengan masyarakat atau saat tidak bersama masyarakat. Akan tetapi lebih terfokus pada ideologi yang dibawa dan disebarluaskan PKS terhadap publik yang dianggapnya dapat mengancam keutuhan dan persatuan NKRI.

B. SARAN

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Media tidak serta merta menyajikan informasi, namun juga menginginkan perubahan terhadap khalayak. Melalui teknik propaganda, media mengambil peran penting dalam menggerakkan massa secara

halus. Sehingga dalam mengidentifikasi suatu berita dibutuhkan ketelitian mendalam dan berulang-ulang.

2. Bagi Pembaca

Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang secara cepat, dimana segala informasi dapat bergerak dengan cepat dan mudah untuk dimanipulasi. Sebagai pembaca diharuskan untuk lebih berhati-hati dan bijak dalam menilai suatu berita. Tinjau ulang terlebih dahulu kebenaran berita yang masuk, baru kemudian dipikirkan kembali layak tidaknya berita tersebut diketahui orang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alquran dan Terjemahannya. 2006. Kudus: Menara Kudus.
- Ar-Rifa'I, Muhammad. 1989. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4*. Jakarta: Gema Insani.
- Bambang, 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita
- Baran & Dawis. 2010. *Teori Komunikasi Massa Dasar Pergolakan dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Biagi. 2010. *Media Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba
- Eriyanto. 2013. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kunandar, Alip. 2017. *Memahami Propaganda (Metode, Praktik, dan Analisis)*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Nurudin. 2008. *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Riyanto & Mahfud. 2012. *Komunikasi Islam Perspektif Integrasi-Interkoneksi*. Yogyakarta: Galuh Patria.
- Sastropoetro Santoso. 1988. *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Sunarjo dan Sunarjo, 1982. *Mengenal Propaganda*. Yogyakarta: Liberty.
- Syahputra, Iswandi. 2007. *Komunikasi Profetik Konsep dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tamburaka. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Internet:

www.codepolitan.com/generasi-digital-natives-dan-digital-immigrant-58f838b3ba9e0

<https://commons.wikimedia.org/>)

www.internetworldstats.com

www.internetworldstats.com/top20.htm

<https://nasional.kompas.com/read/2018/05/07/19140241/pks-dukung-hti-tempuh-banding-putusan-ptun>

<https://nasional.tempo.co/read/460214/pks-sebenarnya-partai-islam-mazhab-gado-gado/full?view=ok>

<https://news.detik.com/berita/4008685/ptun-sahkan-pembubaran-hti>

<http://tekno.kompas.com/>

<https://wow.tribunnews.com/2018/06/06/faizal-assegaf-menuding-pks-adalah-partai-penyokong-gembong-terorisme>

<https://www.Dutaislam.com>

<https://www.instagram.com/dutaislam/>

<https://www.instagram.com/p/BILE0KPBaBT/?taken-by=dutaislam>

<https://www.instagram.com/p/BkPTYy1hX6f/>

<https://www.instagram.com/p/BkPMm0CBr4E/>

<https://www.instagram.com/p/BkPDKHsB3qC/>

<https://www.instagram.com/p/BkKxUtUhf46/>

<https://www.instagram.com/p/BkLdKxfBHSS/>

<https://www.instagram.com/p/BkRt1MdhdKN/>

<https://www.instagram.com/p/BkXk-SBBmbF/>

<https://www.instagram.com/p/BkdVmlbhq4X/>

<https://www.instagram.com/p/BlKzsQlh2Qy/>

<https://www.instagram.com/p/BIPVdjGhVjB/>

<https://www.instagram.com/p/Bkl-mo7B7hS/>

<https://www.instagram.com/p/BkrO5rNBmDj/>

Ary Atik. 2017. Bentuk-bentuk Propaganda dalam Media Online (*Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Pasangan Calon Anies-Sandiaga dalam kanal Pilkada DKI di Portal Beita Online Okezone.com pada 9-11 Februari 2017*). Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Fakhriansyah, Muhammad. 2015. Propaganda dalam Film (*Analisis Wacana Kritis Teknik Propaganda Anti-Jerman dalam Film Stalingrad*). Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Alawiyah, Wiwi. 2016. Makna Pesan Propaganda Komunikasi Politik Tentang Islam dalam Film 3 (*Alif, Lam, Mim*). Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah.

Rangkuman Lembar Kerja *Coding* Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera Pada

Akun Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018

Coder 1: Peneliti

No	Judul Berita	Hasil
1	Agenda PKS Paling Membahayakan NKRI	4
2	Agenda Utama Politik PKS	4
3	Agenda PKS yang Paling Membahayakan NKRI	6
4	Pendiri PKS Anak Mantan Pemberontak NKRI	4
5	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian III)	3
6	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian II)	3
7	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian I)	3
8	Serang Kyai NU, PKS Mau Babak Belur?	6
9	Keramat: Yang Nyerang Kyai NU Terbukti Tamat!	6
10	PKS Full Nyerang Kiai NU	6
11	Kalangkabut, Buzzer PKS Serang Islam Nusantara	6
12	Indahnya Kampanye Caleg PKS Wonogiri	6
13	Kader PKS Banyak Anak? Ini Tanggapan Anis Matta	3
14	Bahaya PKS Ketika Mendapatkan Kekuasaan	7
15	PKS Pecah Akibat Kualat Sama NU	6
16	PKS Meninggal dengan Su'ul Khotimah. Menyusul Sahabatnya HTI	1
17	Gagas Ide Konyol, Bacaleg PKS Ngambek Berjamaah	6

Rangkuman Lembar Kerja *Coding* Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera Pada

Akun Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018

Coder 2: Nailil Fithriyyah (Ilmu Komunikasi)

No	Judul Berita	Hasil
1	Agenda PKS Paling Membahayakan NKRI	4
2	Agenda Utama Politik PKS	4
3	Agenda PKS yang Paling Membahayakan NKRI	6
4	Pendiri PKS Anak Mantan Pemberontak NKRI	6
5	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian III)	3
6	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian II)	3
7	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian I)	3
8	Serang Kyai NU, PKS Mau Babak Belur?	1
9	Keramat: Yang Nyerang Kyai NU Terbukti Tamat!	6
10	PKS Full Nyerang Kiai NU	6
11	Kalangkabut, Buzzer PKS Serang Islam Nusantara	7
12	Indahnya Kampanye Caleg PKS Wonogiri	6
13	Kader PKS Banyak Anak? Ini Tanggapan Anis Matta	3
14	Bahaya PKS Ketika Mendapatkan Kekuasaan	7
15	PKS Pecah Akibat Kualat Sama NU	6
16	PKS Meninggal dengan Su'ul Khotimah. Menyusul Sahabatnya HTI	1
17	Gagas Ide Konyol, Bacaleg PKS Ngambek Berjamaah	6

Rangkuman Lembar Kerja *Coding* Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera Pada

Akun Instagram @dutaislam 15 Juni – 15 Juli 2018

Coder 2: Khafidl Akmal (Filsafat)

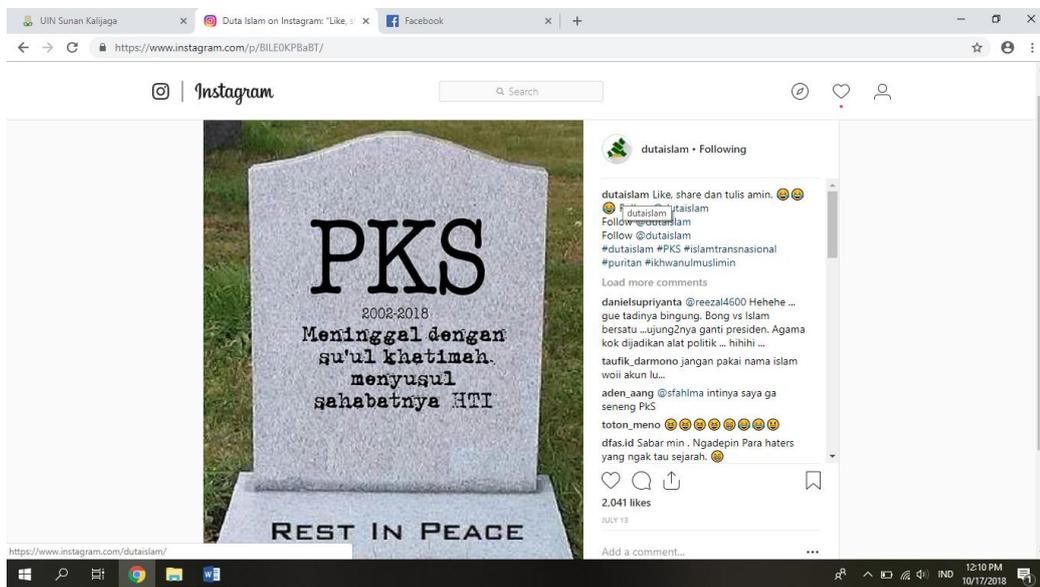
No	Judul Berita	Hasil
1	Agenda PKS Paling Membahayakan NKRI	4
2	Agenda Utama Politik PKS	4
3	Agenda PKS yang Paling Membahayakan NKRI	6
4	Pendiri PKS Anak Mantan Pemberontak NKRI	4
5	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian III)	3
6	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian II)	3
7	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian I)	3
8	Serang Kyai NU, PKS Mau Babak Belur?	6
9	Keramat: Yang Nyerang Kyai NU Terbukti Tamat!	6
10	PKS Full Nyerang Kiai NU	6
11	Kalangkabut, Buzzer PKS Serang Islam Nusantara	6
12	Indahnya Kampanye Caleg PKS Wonogiri	6
13	Kader PKS Banyak Anak? Ini Tanggapan Anis Matta	3
14	Bahaya PKS Ketika Mendapatkan Kekuasaan	7
15	PKS Pecah Akibat Kualat Sama NU	6
16	PKS Meninggal dengan Su'ul Khotimah. Menyusul Sahabatnya HTI	1
17	Gagas Ide Konyol, Bacaleg PKS Ngambek Berjamaah	6

Coding Sheet Konten Berita Name Calling

No	Tanggal	Judul	Julukan buruk	Ejekan
1	13 Juli 2018	PKS Meninggal dengan Su'ul Khotimah Menyusul Sahabatnya HTI	√	-

Sumber: Olahan Peneliti

Berita Name Calling



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BILEOKPBaBT/?taken-by=dutaislam>
(diakses pada 18/10/2018 14.21)

Coding Sheet Konten Berita Transfer

No	Tanggal	Judul	Gambar	Simbol	Ideologi
1.	20 Juni 2018	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian I)	√	√	√
2.	20 Juni 2018	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian II)	√	√	√
3.	20 Juni 2018	Kesamaan PKS dan PKI (Bagian III)	√	√	√
4.	28 Juni 2018	Kader PKS Banyak Anak? Ini Tanggapan Anis Matta	√	-	√

Sumber: Olahan Peneliti

Berita Transfer



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkPDKHsB3qC/>
(diakses pada 19/10/18 12.22)



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/BkPMm0CB4E/>
(diakses pada 19/10/18 12.22)



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/BkPTYy1hX6f/>
(diakses pada 19/10/18 12.22)



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkkGF75gRNt/>
(diakses pada 19/10/18 12.13)

Coding Sheet Konten Berita Testimony

No	Tanggal	Judul	Kesaksian Orang
1.	18 Juni 2018	Agenda PKS Paling Membahayakan NKRI	√
2.	19 Juni 2018	Agenda Utama Politik PKS	√

Sumber: Olahan Peneliti

Berita Testimony



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkKxUtUhF46/>
(diakses pada 19/10/2018 12.23)



Sumber:

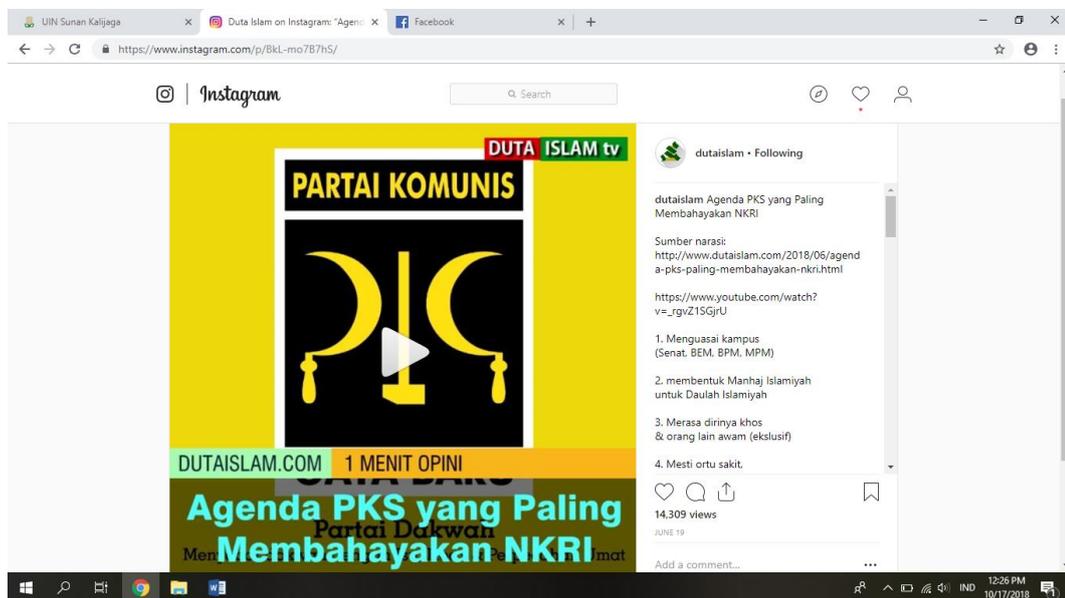
<https://www.instagram.com/p/BkLdKxfBHSS/>
(diakses pada 19/10/2018 12.23)

Coding Sheet Konten Berita Card Stacking

No	Tanggal	Judul	Fakta/ Kebohongan	Ilustrasi	Pernyataan Logis/ Tidak Logis
1.	18 Juni 2018	Agenda PKS yang Paling Membahayakan NKRI	√	√	√
2.	21 Juni 2018	Keramat: Yang Nyerang NU Terbukti Tamat!	√	√	-
3.	23 Juni 2018	PKS Full Nyerang Kiai NU	√	√	√
4.	26 Juni 2018	Indahnya Kampanye Caleg PKS Wonogiri	√	√	-
5.	13 Juli 2018	PKS Pecah Akibat Kualat Sama NU	√	√	√
6.	15 Juli 2018	Gagas Ide Konyol, Bacaleg PKS Ngambek Berjamaah	√	√	√

Sumber: Olahan Peneliti

Berita Testimony

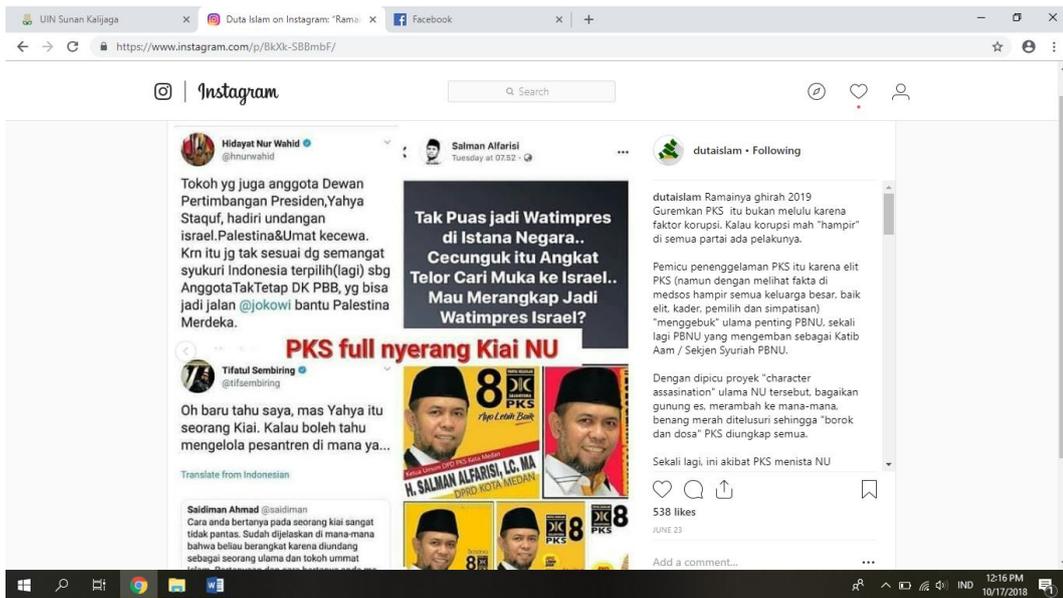


Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkL-mo7B7hS/>
(diakses pada 19/10/18 12.26)



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/BkRt1MhdhKN/>
 (diakses pada 19/10/2018 16.00)



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/BkXk-SBBmbF/>
 (diakses pada 19/10/18 12.16)



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/BkdVmlbhq4X/>
(diakses pada 19/10/18 12.15)



Sumber:
<https://www.instagram.com/p/BLKzsOlh2Qy/>
(diakses pada 19/10/18 12.11)

UIN Sunan Kalijaga x Duta Islam on Instagram: "Gonc... x Facebook x +

https://www.instagram.com/p/BIPVdjGhVjB/

Search

8
MOHON DO'A
 Semoga kami dapat terus
 Berkhidmat untuk Indonesia

MENGUNDURKAN DIRI

SELAMAT NURDIN
 Calon DPR RI Periode 2019 - 2024

**Gagas Ide Konyol, Bacaleg PKS
 Ngambek Berjamaah**

DUTA ISLAM tv | Duta Islam | @dutaislamcom | @dutaislam

dutaislam • Following

dutaislam Goncangan makin keras menempa Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Setelah ramai-ramai dihuat, perpecahan di internal partai pun makin dalam. Kini sejumlah Bakal Calon Legislatif (Bacaleg) PKS malah ngambek berjamaah. Ramai-ramai mereka mengundurkan diri jadi Bacaleg PKS.

Satu diantaranya eks bacaleg PKS Ahmad Zainuddin. Zainuddin menyatakan mundur setelah mendapat surat edaran Presiden PKS Nomor 02 tertanggal 26 Juni yang mengharuskan meneken surat pernyataan bersedia mundur dan surat pengunduran diri dengan tanggal dikosongkan. Surat tersebut dinilai akan membeluggu dirinya satu saat jika masih nyalon melalui PKS. "Dua surat ini akan menjadi belunggu bagi saya, yang menghalangi kemerdekaan saya."

435 likes
 JULY 15
 Add a comment...

Windows taskbar: 12:08 PM 10/17/2018

Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BIPVdjGhVjB/>

(diakses pada 19/10/18 12.00)

Coding Sheet Konten Berita Bandwagon

No	Tanggal	Judul	Bujukan
1.	01 Juli 2018	Bahaya PKS Jika Mendapatkan Kekuasaan	√

Sumber: Olahan Peneliti

Berita Bandwagon



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkrO5rNBmDj/>
(diakses pada 19/10/2018 16.04)

Berita yang Tidak Mendapat Persetujuan Bersama



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkY4ZcdhAww/>

(diakses pada 17/10/2018 12.15)



Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkPjf0jhEKv/>

(diakses pada 17/10/2018 12.21)

The screenshot shows an Instagram post from the account 'dutaislam'. The main content is a video with a play button overlay. The video features a man wearing a black cap and glasses, smiling. A green banner at the top of the video reads 'DUTA ISLAM tv'. Below the video, a green banner says 'DUTAISLAM.COM 1 MENIT BERITA'. The video title is 'Pendiri PKS Anak Mantan Pemberontak NKRI'. The post includes a caption with several hashtags: #dutaislam, #dutaislamcom, #partaikeadilansejahtera, #alimoeertopo, #fahrihamzah, #yusufsupendi, #pksmuda, #penglimamiliter, #diti, and #danakampanye. There are two visible comments: one from 'cukupalwi' discussing politics and Islam, and another from 'namu.kmt' mentioning 'hamdanihasibuanrizky'. The post shows 6,771 views and is dated 'JUNE 19'. The browser's address bar shows the URL 'https://www.instagram.com/p/BkNKoeYBCYs/'.

Sumber:

<https://www.instagram.com/p/BkNKoeYBCYs/>
(diakses pada 17/10/2018 12.25)

CURRICULUM VITAE



Nama : Mukhamad Fakhri Anwar

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, tanggal Lahir: Magelang, 12 Desember 1995

Agama : Islam

Alamat Lengkap : Dlinggo, Ngadirejo, Tegalrejo, Kab. Magelang

PENDIDIKAN FORMAL

2013-2018 : Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

2010-2013 : SMA N 3 Kota Magelang

2007-2010 : SMP N 10 Kota Magelang

2002-2007 : MI Yakti Ma'arif Ngadirejo

PENGALAMAN KERJA

2017 : Program Internship Telkom Youth Challenge Project Batch #1