

Teknik Propaganda pada Pemberitaan Calon Walikota Padang Jelang Pemilukada 2018 di Harian Padang Ekspres

Sulthan Jiyad Muqsith Asmara¹, Alkhendra², Sheiful Yazan³, Arina Fransiska⁴

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

¹Email : sulthanjiyad12345@gmail.com

²Email : alkhendraarifin@yahoo.co.id

³Email : sheiful2013@gmail.com

⁴Email : arinafransiska@uinib.ac.id

ABSTRACT

Research is motivated by the development of increasingly mass media. These developments shifted the aim of the media to convey information, educate, entertain and social control. The mass media is also used to launch propaganda with certain techniques in influencing the attitudes and behavior of a particular person or group - in this case the candidate for mayor of Padang. The use of mass media for propaganda occurred in the Padang Ekspres Daily. Qualitative research methods with content Analysis models, focus on physical units, syntactic units, referential units, propositional units and thematic propaganda units techniques on the preaching of candidates for mayor of Padang ahead of the 2018 post-conflict local election in Padang Ekspres daily. The research was conducted in June 2018, the sampling technique was simple random sampling. The researcher found the propaganda techniques used were glittering generalities, bandwidth, transfers, testimonials and card stacking. Preaching pair number 1 uses four propaganda techniques; glittering generalities, tranfers, testimonials, and card stacking. The Mahyeldi-Desri pair uses the five propaganda techniques. Glittering generalities are the most commonly used techniques, card stacking and testimonials are the least used. All analysis units can measure the use of propagation techniques. The various units of physical reporting. The syntactic unit looking at "Mahyeldi", "Emzalmi", "Desri" and "Qur'an" is the most frequently occurring word. Referential units, propositional units and thematic units of news predominantly present equivalent words, propositions and themes about Islam and / or religiosity.

Keywords: Mechanical propaganda; news; content analysis

ABSTRAK

Penelitian dilatarbelakangi perkembangan media massa yang semakin berkembang. Perkembangan tersebut menggeser tujuan media untuk menyampaikan informasi, mendidik, menghibur dan kontrol sosial. Media massa juga dimanfaatkan untuk melancarkan propaganda dengan teknik-teknik tertentu dalam mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang atau kelompok tertentu - dalam hal ini calon walikota Padang. Pemanfaatan media massa untuk propaganda terjadi pada Harian Padang Ekspres. Metode penelitian kualitatif dengan model content Analysis,

fokus pada unit fisik, unit sintaksis, unit referensial, unit proposisional dan unit tematik propaganda technique pada pemberitaan calon walikota Padang jelang pemilukada 2018 di harian Padang Ekspres. Penelitian dilakukan bulan Juni 2018, teknik penarikan sampel simple random sampling. Peneliti menemukan teknik propaganda yang digunakan adalah glittering generalities, bandwagon, transfer, testimonial dan card stacking. Pemberitaan pasangan nomor urut 1 menggunakan empat teknik propaganda; glittering generalities, tranfers, testimonials, dan card stacking. Pasangan Mahyeldi-Desri menggunakan kelima teknik propaganda. Glitering generalities teknik paling sering digunakan, card stacking dan testimonials paling jarang digunakan. Semua unit analisis dapat mengukur penggunaan teknik propagandanya. Unit fisik pemberitaan beragam. Unit sintaksis melihat “Mahyeldi”, “Emzalmi”, “Desri” dan “Al-qur’an” menjadi kata yang paling sering muncul. Unit referensial, unit proposisional dan unit tematik berita-berita ini secara dominan menghadirkan kata sepadan, proposisi dan tema tentang Islam dan/atau religiusitas.

Kata Kunci : Teknik propaganda; Berita; Analisis isi

PENDAHULUAN

Sejak munculnya media cetak pertama sampai hari ini perkembangan media massa sudah semakin maju, apalagi pada era informasi sekarang bisa melalui media cetak, elektronik dan media interaktif, sehingga tidak aneh apabila banyak orang yang menyetujui pandangan bahwa siapa saja yang menguasai informasi, maka ia akan menguasai dunia. Untuk dapat menguasai informasi orang dituntut cekatan dalam menghimpun, menyeleksi, mengolah serta mampu dan bijak dalam memanfaatkan segala macam informasi. Penyebaran pesan dalam media massa pada era informasi sekarang ini tidak hanya ditujukan untuk menyampaikan informasi, mendidik, menghibur ataupun melakukan kontrol sosial tetapi juga dimanfaatkan untuk melancarkan propaganda untuk mempengaruhi sikap dan prilaku orang lain, karena propaganda merupakan alat untuk menyampaikan pesan dari seseorang, kelompok ataupun kepada masyarakat luas. Sama dengan komunikasi sama-sama bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan prilaku.

Propaganda oleh Nurudin (2002) diibaratkan sebuah ilmu. Ilmu itu akan membuahkan hasil positif jika melekat pada orang-orang yang mempunyai kepribadian baik, namun propaganda bisa menghasilkan kejelekan dan kesengsaraan manakala melekat pada orang-orang yang tidak baik.

Berikut beberapa tehnik propaganda yang disampaikan oleh Alfred McClung Lee dan Elizabeth Briant Lee (1939) dalam buku *The Fine Art of Propaganda: A Study Father Coughlin’s Speeches* mengemukakan tujuh tehnik propaganda yaitu: Name Calling, Glittering Generality, Tranfer, Testimonial, Plain Folks, Card Stacing and Bandwagon. Jelang pemilihan umum kepala daerah (selanjutnya akan peneliti sebut dengan pemilukada) walikota Padang tahun 2018 dalam pemberitaan pasangan calon walikota Padang di Harian Padang Ekspres, terlihat bahwa ada beberapa tehnik propaganda yang terdapat dalam pemberitaan pasangan calon tersebut.

Di antaranya terlihat pada hal 9, rubric Metropolis pada kolom 1 dan 2 berita tentang pasangan calon nomor urut

2 Dengan judul berita Mahyeldi di SD Islam Al Azhar 32 jln Khatib Sulaiman Padang. Dilihat dari foto beritanya komunikator sebagai pembuat berita menggunakan teknik propaganda Plain Folk, yaitu dalam foto berita yang bersifat merakyat. Dalam foto tersebut Mahyeldi sangat akrab dengan murid-murid sekolah tersebut. Di samping itu dalam pembahasan berita yang diturunkan propagandis juga memakai tehnik Glittering Generality yaitu: menggunakan kata-kata bijak untuk membuat pembaca menerima dan menyetujui hal tersebut tanpa memeriksanya terlebih dahulu. Sementara itu berita yang diturunkan tentang pasangan nomor urut 1 dengan judul berita Emzalmi – Desri Komit Ciptakan Pilkada Damai, masih dalam rubrik Metropolis, alinea ke empat. Dalam foto berita juga terdapat tehnik propaganda Plain Folk, yaitu dalam foto berita yang bersifat merakyat, dalam judul foto tersebut: Arak-arakan: Emzalmi - Desri Ayunda Mengikuti Pawai Kampanye Damai Pilkada Padang. Terlihat pasangan ini berdiri di atas mobil Toyota Hartop zaman doeloe yang diiringi oleh pengendara roda dua yang cukup ramai. Pemandangan ini menggambarkan bahwa pasangan Emzalmi – Desri mengidentikkan dirinya dengan rakyat atau mengabdikan kepada rakyat.

Dilihat dari konten berita yang ditulis juga ada teknik propaganda Card Stacking yaitu seleksi atau kegunaan fakta atau kepalsuan, ilustrasi atau kebingungan, masuk akal atau tidak masuk akal suatu pernyataan agar memberikan kemungkinan terbaik maupun terburuk. Emzalmi mengaku tidak menginginkan pilkada Kota Padang dirusak oleh perilaku

yang tidak semestinya. Seperti politik uang, serangan fajar saat menjelang pemilihan. Aksi ini bakal menodai pelaksanaan pilkada dan merusak nilai-nilai demokrasi. Konten berita tersebut memberikan sebuah fakta yang masuk akal Emzalmi tidak menginginkan pilkada dirusak oleh perilaku politik uang dan serangan fajar dengan ilustrasi aksi ini akan menodai pilkada dan merusak nilai-nilai demokrasi. Sebuah pernyataan yang dapat memberikan kemungkinan terburuk atau terbaik dari aksi perilaku yang menodai pilkada.

Pemberitaan pasangan calon wali kota Padang jelang pemilukada di harian Padang Ekspres tersebut jelas adanya teknik propaganda, namun peneliti tidak hanya akan melihat teknik propaganda yang terdapat dalam pemberitaan tersebut namun peneliti akan melihat konten pemberitaan dengan menganalisis isi (content analysis) dari berita tersebut. Untuk menganalisis berita pasangan calon wali kota Padang ini peneliti menggunakan bentuk analisis isi oleh Riffe, Lacy dan Fico (1998) dengan unit analisis: unit fisik, unit sintaksis, unit reverensial, unit proporsional dan unit tematik. Setiap pemberitaan yang ada pada harian Padang Ekspres tentang pasangan calon wali kota Padang jelang pemilukada 2018 ini akan berbeda disetiap penerbitannya. Untuk itu peneliti ingin melihat perbedaan pemberitaan pasangan calon wali kota tersebut, baik dari unit fisik, yaitu unit pencatatan yang dilakukan berdasarkan fisik dari suatu teks, baik ukuran fisik luas dan panjang berita, ukuran inchi untuk foto berita dan pada halaman berapa ditampilkan foto berita tersebut. Unit sintaktis juga merupakan unit yang akan peneliti

lakukan karena unit ini merupakan unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian dari suatu bahasa dari suatu isi.

Untuk menganalisa unit referensial dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis kata-kata yang mirip, sepadan, atau mempunyai arti dan maksud yang sama dicatat sebagai satu dan kesatuan. Untuk melihat unit proporsional peneliti akan menggunakan pernyataan dengan menghubungkan satu kalimat dengan kalimat lain dan menyimpulkan proposisi (pernyataan) yang terbentuk dari rangkaian antar kalimat tersebut. Terakhir peneliti akan menggunakan unit analisis tematik untuk melihat tema atau topik pembicaraan dari suatu teks.

KAJIAN TEORI

Beberapa definisi dan pengertian propaganda sebagai berikut:

a. Dalam *Encyclopedia Internasional* dikatakan Propaganda adalah, "suatu jenis komunikasi yang berusaha mempengaruhi pandangan dan reaksi, tanpa mengindahkan tentang nilai benar atau tidak benarnya pesan yang disampaikan.

b. *Everyman's Encyclopedia* mengungkapkan bahwa propagandan adalah suatu seni untuk penyebaran dan meyakinkan suatu kepercayaan, khususnya kepercayaan agama dan politik.

c. Qualter mengatakan bahwa propagandan adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk, mengawasi atau mengubah sikap dari kelompok-kelompok lain dan menggunakan media komunikasi dengan tujuan bahwa pada setiap situasi yang tersedia, reaksi dari mereka yang

dipengaruhi akan seperti yang diinginkan propagandis.

d. Harold D. Laswell dalam tulisannya *Propaganda* (1937) mengatakan propaganda adalah teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasikan representasinya (*Propaganda in broadest sense is the technique of influencing human action by the manipulation of representations*). Definisi lainnya dari Laswell dalam bukunya *Propaganda technique in the World War* (1927) menyebutkan bahwa Propaganda semata-mata kontrol Opini yang dilakukan melalui simbol-simbol yang mempunyai arti, atau menyampaikan pendapat yang akurat (teliti), melalui sebuah cerita, rumor laporan gambar-gambar dan bentuk-bentuk lain yang bisa digunakan dalam komunikasi sosial (*it refers [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*).

e. Barnays mengatakan, propaganda modern adalah suatu usaha yang bersifat konsisten dan terus menerus untuk menciptakan atau membentuk peristiwa-peristiwa guna mempengaruhi hubungan publik terhadap suatu usaha atau kelompok.

f. Rapl D. Casey berkata propaganda adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk memantapkan suatu sikap atau merupakan suatu pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program dan di pihak lain, merupakan usaha yang sadar dari lembaga-embaga komunikasi untuk

menyebarkan semangat dan fakta dalam semangatobjektifitas dan kejujuran.

g. Leonardo W. Dobb mengatakan, propaganda adalah suatu usaha sistematis yang dilakukan oleh individu yang masing-masing berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan cara menggunakan sugesti dan sebagai akibatnya mengontrol kegiatan tersebut.

TUJUAN DAN SASARAN PROPAGANDA

Dalam bukunya, Alo Liliweri menyatakan tujuan propaganda itu meliputi;

a. Mempengaruhi Opini Publik

Propaganda tidak saja sekadar bertujuan untuk mengkomunikasikan fakta-fakta kepada publik, tetapi juga fakta-fakta yang dapat mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu tertentu. Hal ini sebenarnya sesuai dengan tujuan utama dan pertama dari propaganda adalah mengubah pendapat umum tentang suatu yang akan diikuti oleh tindakan yang sesuai dengan pendapat tersebut. Perubahan pendapat umum itu bisa positif juga bisa negatif. Propaganda diharapkan dapat mengubah pendapat umum masyarakat tentang buruknya kinerja polisi (pendapat yang buruk) ke pendapat umum yang positif tentang pengayom masyarakat. Jadi propaganda dapat mengubah pendapat publik ke arah positif yang biasanya dilakukan dalam perang militer, iklan produk dan politik.

b. Memanipulasi Emosi

Propaganda dapat dilakukan melalui beberapa teknik manipulasi emosi, bahkan sering dilakukan dengan cara yang membahayakan. Bagi para propagandis, tujuan propaganda adalah

“memanipulasi” emosi target audiens dari perasaan suka ke perasaan tidak suka, dari perasaan cinta ke perasaan benci, dari perasaan sayang ke perasaan marah atau sebaliknya. Melalui teknik propaganda, para propagandis “memanipulasi” kata, suara, simbol pesan non verbal agar dapat membangkitkan emosi audiens.

c. Menggalang Dukungan atau Penolakan

Sasaran utama propaganda adalah mengubah sikap dan perilaku target audiens untuk mendukung atau menolak suatu isu tertentu. Tujuan propaganda ini adalah mengubah posisi suatu sikap dan perilaku seseorang kesuatu posisi sikap yang lain. Kebanyakan orang menggunakan propaganda ini untuk menggalang dukungan, menerima atau menolak suatu isu, menerima program pelestarian lingkungan hidup berkelanjutan dan menolak penebangan hutan, yang dalam jangka pendek hanya menguntungkan penguasa atau meningkatkan pendapatan daerah. propaganda menentukan posisi di mana kita berada dan setuju dengan pelestarian lingkungan hidup berkelanjutan dan menyampaikan visi ke posisi mana kita akan beralih.

TEKNIK PROPAGANDA

a. Name calling

Name calling adalah propaganda yang memberikan sebuah ide atau label yang buruk. Tujuannya adalah agar orang menolak dan menyangsikan ide tertentu tanpa mengoreksinya atau memeriksanya terlebih dahulu. Salah satu ciri yang melekat pada teknik ini adalah propagandis menggunakan sebutan-sebutan yang buruk pada lawan yang

dituju. Ini dimaksudkan untuk menjatuhkan atau menurunkan derajat seseorang atau kelompok tertentu.

b. Glitering generallities

Glitering generallities adalah mengasosiasikan sesuatu dengan suatu kata bijak yang digunakan untuk membuat kita menerima dan menyetujui hal itu tanpa memeriksanya terlebih dahulu. Teknik ini digunakan untuk menonjolkan propagandis dengan mengidentifikasi dirinya dengan segala apa yang serba luhur dan agung.

c. Transfer

Transfer meliputi kekuasaan, sanksi dan pengaruh sesuatu yang lebih dihormati dan dipuja dari hal lain yang membuat “sesuatu” lebih bisa diterima.

d. Testimonials

Testimonials berisi perkataan manusia yang dihormati bahwa ide atau program/produk adalah baik atau buruk. Propaganda ini sering digunakan dalam kegiatan komersial, meskipun juga bisa digunakan untuk kegiatan politik.

e. Plain Folk

Adalah propaganda dengan menggunakan cara memberikan identifikasi terhadap suatu ide. Teknik ini mengidentifikasi yang dipropagandakan milik atau mengabdikan pada komunikan.

f. Card stacking

Card stacking meliputi seleksi dan kegunaan fakta atau kepalsuan, ilustrasi atau kebingungan dan masuk akal atau tidak masuk akal suatu pernyataan agar memberikan kemungkinan terburuk atau

terbaik untuk suatu gagasan, program, manusia dan barang.

g. Bandwagon Technique

Teknik ini dilakukan dengan mengembar-gemborkan sukses yang dicapai oleh seseorang, suatu lembaga atau suatu organisasi.

h. Reputable Mounthpiece

Teknik ini dilakukan dengan mengemukakan sesuatu yang tidak sesuai kenyataan. Teknik ini biasanya digunakan oleh seorang yang menyanjung pemimpin, akan tetapi tidak lulus.

i. Using All Forms of Persuasions

Teknik yang digunakan untuk membujuk orang lain dengan rayuan, himbauan dan iming-iming.

M. Lyle Spencer, dalam bukunya *News Writing* menyebutkan, berita merupakan kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca. Williard C. Bleyer, dalam bukunya *Newspaper Writing and Editing* mengemukakan, berita adalah sesuatu yang termasa dipilih wartawan untuk dimuat di surat kabar karena ia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca-pembaca media cetak tersebut. William S. Maulsby, dalam bukunya *Getting in News* menulis, berita dapat dedefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut. Eric C. Hepwood menulis, berita adalah laporan pertama yang dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian

umum. Romli (2004) mendefinisikan berita merupakan laporan peristiwa yang yang memiliki nilai berita (News Value) – aktual, faktual, penting dan menarik.

Holsti (1996) analisis isi adalah suatu teknik untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik pesan. Riffe, Lacy, dan Fico (1998) analisis isi adalah pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol-simbol komunikasi, dimana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi ataupun konsumsi. Neuendorf (2002) analisis isi adalah sebuah peringkasan (summarizing), kuantifikasi dari pesan yang didasarkan pada metode ilmiah (diantaranya objektif-intersubjektif, reliabel, valid, dapat digeneralisasikan, dapat direplikasi, dan pengujian hipotesis) dan tidak dibatasi untuk jenis variabel tertentu atau konteks di mana pesan dibentuk dan ditampilkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian analisis isi (Content Analysis) kualitatif. Analisis ini dipakai untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi yang dilakukan secara kualitatif. Peneliti tidak hanya akan mengukur pada bahan yang tersurat saja, tetapi peneliti juga akan menganalisa mengoding apa yang dilihat, baik dalam bentuk berita maupun dalam bentuk foto yang bernilai berita pada harian Padang Ekspres. Berita yang penulis maksud adalah berita yang memuat tehnik

propaganda dalam pemberitaan calon wali kota Padang jelang pemilukada 2018.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua berita mengenai teknik propaganda yang dimuat pada harian Padang Ekspres, selama penelitian ini dilakukan dengan rentang waktu penerbitan selama bulan Juni. Teknik penarikan sampel untuk analisis isi media ini peneliti memakai sampel acak sederhana (simple random sampling).

Sumber data dalam penelitian ini adalah pemberitaan calon wali kota Padang jelang pemilukada 2018 pada harian Padang Ekspres selama periode bulan Juni 2018. Data ini merupakan kumpulan berita yang memuat kegiatan pasangan calon wali kota Padang selama tiga bulan tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Peneliti berinteraksi dengan material-material dokumentasi yang ada dalam pemberitaan calon wali Kota Padang jelang pemilukada 2018.

b. Dokumentasi

selain dokumen-dokumen yang telah peneliti kumpulkan melalui data observasi di sekitar dokumen berita yang terkait dengan penelitian ini, peneliti juga membutuhkan bahan bacaan lainnya seperti buku, jurnal dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian ini terutama untuk pembahasan pada bab dua.

Unit analisis yang digunakan sebagai acuan adalah unit analisis yang diidentifikasi oleh Riffe, Lacy dan Fico yang berkaitan dengan unit isi, yaitu:

1. Unit Fisik

Unit fisik adalah unit pencatatan yang didasarkan pada ukuran fisik dari suatu teks. Bentuk ukuran fisik akan bergantung pada jenis teks.

2. Unit Sintaksis

Unit sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan elemen-elemen atau bagian dari bahasa suatu isi dan yang dihitung adalah pemakaian dari kata atau kalimat. pkan.

3. Unit Referensial

Unit ini merupakan perluasan dari unit sintaksis, pada unit sistaksis yang dicatat dan dihitung adalah pemakaian dari kata atau kalimat, sementara unit referensial adalah mencatat atau menghitung kata-kata yang mirip, sepadan atau pun punya arti dan maksud yang sama serta merujuk pada sesuatu yang sama.

4. Unit Proporsional

Unit proporsional ini merupakan unit analisis yang menggunakan pernyataan (proposisi).

5. Unit Tematik

Unit ini lebih melihat pada tema atau topic pembicaraan suatu teks. Secara sederhana unit tematik ini berbicara mengenai “teks berbicara tentang apa atau mengenai apa”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian media yang bersifat homogen, karena hanya meneliti satu media harian Padang Ekspres. Selain memilih satu media, penelitian juga menggunakan satu rubrik

saja, yakni rubrik Metropolis. Penelitian ini dilakukan selama bulan Juni 2018. Melalui hasil pengumpulan data maka didapati 26 hari pada bulan tersebut yang dapat dijadikan sampel penelitian. Peneliti akan mengambil setiap hari yang memuat pemberitaan calon walikota padang, yakni pada hari minggu dan libur nasional tidak memuat pemberitaan calon walikota padang, sehingga sampel pada hari tersebut tidak perlu dimasukkan. Begitu juga pada libur bersama yang Hari Raya Idul Fitri yang dimulai pada tanggal 14 Juni 2018 – 20 Juni 2018. Hanya terdapat 16 hari terbitan Padang Ekspres. Setiap terbitan padang ekspres memuat dua pasang calon dan/atau dua berita. Hanya saja ada dua hari terbitan yang memuat satu pasang calon saja. Sehingga, jika dikalkulasikan seluruhnya hanya terdapat 30 berita.

Peneliti menemukan beberapa teknik propaganda yang ada di Koran harian Padang Ekspres. Diantaranya glitering generalities, bandwagon, testimonial, transfer dan card stacking. Adapun yang teknik propaganda yang tidak ditemukan sebagai berikut; name calling, plain folk, reputable mounthpiece, using all forms of persuasions. Glitering generalities menjadi teknik yang paling sering digunakan pada pemberitan calon Walikota Padang jelang pemilukada di harian Padang Ekspres. Empat pemberitaan menjadikan teknik ini sebagai teknik yang paling sering digunakan. Berikut beberapa judul yang menggunakan teknik ini; (1). Mahyeldi Dukung Komunitas Olahraga; edisi 8 Juni 2108 (2). Desri Ayunda Teringat Lagu Lailatur Qadar; edisi 8 Juni 2018 (3). Emzalmi: MTQ Tak Sekadar Pemberitaan; edisi 6 Juni 2018, Dan (4). Sebelum Debat,

Mahyeldi jadi imam; edisi 23 Juni 2018. Card stacking dan testimonial menjadi teknik yang paling jarang digunakan, masing-masing dua pemberitaan. Berita dengan judul; “Desri “Kita Mesti Sejahterakan Tiap Kelompok” dan “Mahyeldi Ingatkan Selalu Bertaqwa” menjadi dua berita yang menggunakan teknik propaganda card stacking. Sedangkan berita dengan judul: “Emzalmi Motivasi Generasi Cinta Al-Qur’an” dan “Ustadz Yusuf Mansur: Mahyeldi Rendah Hati”, menjadi dua berita yang menggunakan teknik propaganda Testimonial.

Bandwagon dan transfer merupakan teknik propaganda dengan masing-masing tiga berita. Berita dengan judul; “Support Mahyeldi dari Amsterdam”, “Ustadz Yusuf Mansur: Mahyeldi Rendah hati” dan “Mahyeldi Bimbing 2 Remaja Masuk Islam” merupakan berita yang menggunakan teknik propaganda Bandwagon. Sedangkan berita dengan judul; “Ustadz Yusuf Mansur: Mahyeldi Rendah Hati”, “Desri: Kita Mesti Sejahterakan Tiap Kelompok”, dan “Siang Ini kampanye Akbar Em-Des di RTH Imam Bonjol”

Pemberitaan pasangan calon nomor 1 (Emzalmi-Desri) tidak menggunakan semua teknik propaganda. Pemberitaan pada pasangan ini menggunakan empat teknik propaganda saja. Glitering generalities, testimonial, transfer, dan card stacking digunakan pada pemberitaan pasangan calon nomor 1, tetapi lain hal dengan teknik propaganda bandwagon yang sama sekali tidak digunakan untuk pemberitaan pasang calon nomor urut 1. Lain lagi dengan pemberitaan pasangan calon Walikota Padang nomor urut 2 (Mahyeldi-Hendri).

Bandwagon menjadi teknik propaganda yang paling sering digunakan pada pemberitaan calon Walikota Padang.

Unit fisik berita tentang pasangan calon Walikota Padang jelang pemilukada beragam. Berita dengan fisik paling banyak terdapat pada pemberitaan dengan judul “Siang ini kampanye akbar Em-Des di RTH Imam Bonjol” dan berita dengan fisik terkecil terdapat pada pemberitaan dengan judul “Mahyeldi Ingatkan selalu bertaqwa”. Unit sintaksis melihat kata “Mahyeldi”, “Emzalmi”, “Desri” dan, “Al-qur’an”, sebagai kata yang paling sering muncul pada penelitian ini. Unit referensial menuntun peneliti mengkategorikan kesepadanan kata pada pemberitaan pasangan calon Walikota Padang tersebut dengan kategori yang dapat dijadikan referensi bagi khalayak. Unit proposisional pada penelitian lebih dominan melihat kepada pernyataan dan porposisi tentang religiusitas. Unit tematik juga menemukan tema-tema tentang Islam dan /atau Religuisitas sebagai tema yang paling dominan.

KESIMPULAN

Pemberitaan pasangan calon Walikota Padang jelang pemilukada 2018 di harian padang ekspres hanya menggunakan lima teknik propaganda saja. Diantaranya, Glitering Generalities, bandwagon, transfer, testimonial dan card stacking.

Unit fisik berita tentang pasangan calon Walikota Padang jelang pemilukada jelas beragam. Berita dengan fisik paling banyak terdapat pada pemberitaan dengan judul “Siang ini kampanye akbar Em-Des di RTH Imam Bonjol” dan berita dengan fisik terkecil terdapat pada

pemberitaan dengan judul “Mahyeldi Ingatkan selalu bertaqwa”.

Unit sintaksis melihat kata “Mahyeldi”, “Emzalmi”, “Desri” dan, “Al-qur’an”, sebagai kata yang paling sering muncul pada penelitian ini.

Unit referensial menuntun peneliti mengkatogorikan kesepadanan kata pada pemberitaan pasangan calon Walikota Padang tersebut dengan kategori yang dapat dijadikan referensi bagi khalayak.

Unit proposisional pada penelitian lebih dominan melihat kepada pernyataan dan porposisi tentang religiusitas.

Unit tematik juga menemukan tema-tema tentang Islam dan /atau Religiusitas sebagai tema yang paling dominan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bajari, Atwar, dkk. 2011. Komunikasi Kontekstual. Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer. Cetakan pertama. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Chaer, Abdul. 2010. Bahasa Jurnalistik. Cetakan pertama. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Djuroto, Totok. 2002. Manajemen Penerbitan Pers. Cetakan kedua. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya)
- Effendy, Onong Uchyana. 2008. Dinamika Komunikasi. Cetakan ketujuh. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchyana. 2003. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cetakan ketujuhbelas. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Eriyanto. 2011. Analisis Isi. Cetakan pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Eriyanto. 2014. Analisis Jaringan Komunikasi. Cetakan pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Hamidi. 2010. Metode Penelitian dan Teori Komunikasi. Cetakan ketiga. Malang: UMM Press
- Koentjaraningrat. 1997. Metode-metode Penelitian Masyarakat. Cetakan keempatbelas. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kriyanto, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Cetakan pertama. Jakarta: Kencana
- Lili Weri, Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Cetakan pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Metropolis, Padang Ekspres, 2018. Padang
- Moleong, Lexy J. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan kedua puluh tujuh. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Mondry. 2008. Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik Bogor: Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2008. Komunikasi Massa. Kontroversi, teori dan Aplikasi. Cetakan pertama. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Nurudin. 2002. Komunikasi Propagand. Cetakan kedua. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Rakhmat, Jalaludin. 1998. Metode Penelitian Komunikasi. Cetakan keenam. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Saefullah, Ujang. 2007. Kapita Selekta Komunikasi. Pendekatan Budaya dan Agama. Cetakan pertama.

- Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarwono, Jonathan. 2014. Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skripsi. Cetakan pertama. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Sumadira, AS Haris. 2008. Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature. Cetakan ketiga. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. Metodologi Penelitian Praktis. Cetakan pertama. Yogyakarta: Penerbit teras.
- Tebbel, John. Terjemahan: Dean Praty Rahayuningsih. 2003. Karier Jurnalistik. Cetakan ketiga. Semarang: Dahara Prize