

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Penggunaan term propaganda pada judul penelitian ini mungkin akan dipertanyakan. Apakah berita-berita yang dijadikan objek penelitian ini memang bisa dikatakan sebagai sebuah propaganda? Jika memang iya, apa indikatornya? Lantas, apa hubungannya dengan Bahasa jurnalistik? Maka dari itu, pada Latar Belakang kali ini, pertama-tama akan dibahas apa itu propaganda, bagaimana ciri-cirinya, dan yang paling penting adalah, pembahasan kali ini akan membuktikan bahwa berita-berita yang dijadikan objek penelitian ini memang benar adalah sebuah propaganda. Tentunya dengan teori dan konsep dari para akademisi yang menggeluti propaganda.

Secara harfiah, propaganda memiliki akar Bahasa Latin yakni *propagare* yang berarti “mengembangkan”. Jika ditarik dari akar kebahasaan ini, propaganda memang tidak memiliki konotasi yang negatif. Ia bisa diartikan sebagai pengembangan ide atau gagasan untuk disampaikan ke pihak sasaran atau target. Di sini, propaganda memiliki sedikit perbedaan dengan komunikasi secara arti kebahasaan. Komunikasi berakar dari kata “common”, atau menyamakan. Sedangkan propaganda, yang memiliki arti “mengembangkan”, dapat dimaknai sebagai penekanan terhadap proses. Namun, pada akhirnya kesamaan persepsi yang menjadi tujuan dari propaganda. Maka dari itu, propaganda bisa dikatakan merupakan sub-genre dari komunikasi.

Propaganda sendiri sudah banyak didefinisikan oleh akademisi. Banyak juga akademisi yang bahkan memfokuskan diri pada kajian propaganda. Hal ini bisa ditarik kembali akarnya dari masa gencar-gencarnya Amerika dalam partisipasi Perang Dunia I. Bruce dalam bukunya yang ditulis bersama Lasswell yang berjudul *Propaganda, Communication, and Public Relation* (1946: 3) mendefinisikan propaganda sebagai salah satu bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi audiens dengan serangkaian informasi yang dipilih untuk merangsang respons emosional audiens, bukan rasional.

Dimensi penggunaan propaganda juga amat luas. Ia tidak hanya dipakai oleh kekuatan negara seperti keperluan perang. Propaganda bisa dipakai untuk tujuan apa pun dan oleh siapapun. Ketika berada di tangan korporasi, propaganda bisa digunakan untuk kepentingan periklanan dan promosi. Ketika berada di tangan politik, ia bisa dipakai untuk kepentingan kampanye. Ketika berada di tangan faksi keagamaan, ia bisa dipakai untuk melanggengkan pandangan agama atau meruntuhkan nilai-nilai yang berlawanan dengannya. Hal inilah yang akan menjadi topik utama dalam penelitian ini, yakni penggunaan komunikasi propaganda di tangan faksi keagamaan lewat produk jurnalistik.

Sebelum pemaparan lebih lanjut tentang Bahasa jurnalistik, perlu dipaparkan lebih dahulu beberapa teknik dalam propaganda. Serangkaian teknik inilah yang menjadi unit analisis pertama dalam penelitian ini. Teknik ini dirumuskan oleh Alfred M. Lee, akademisi komunikasi yang berfokus pada propaganda dalam bukunya berjudul *The Fine Art of Propaganda*. Dalam bukunya, beberapa teknik tersebut

meliputi:

1. Name-calling
2. Glittering generally
3. Transfer devices
4. Testimonial devices
5. Plain-folk devices
6. Card tactics
7. Bandwagon

Ketujuh teknik ini akan lebih dipaparkan pada kajian teori dan kerangka konseptual.

Propaganda bisa dilakukan dengan berbagai media. Ia bisa hadir dalam iklan, produk hiburan, pendidikan, pemerintahan, bahkan berita dan produk jurnalistik. Di sinilah kajian jurnalistik mulai masuk ke pembahasan. Tidak berbeda dengan kerja-kerja jurnalistik, propaganda juga pekerjaan yang bermaksud menyusun konstruksi atas realitas. Kemiripan tujuan yang diemban oleh jurnalistik dan propaganda ini membuat keduanya saling beririsan dan bertumpang tindih. Apa yang disebut sebagai jurnalistik, akan sah-sah saja disebut sebagai propaganda. Tergantung bagaimana penerima informasi mempersepsikan informasi tersebut.

Pesan-pesan dalam produk jurnalistik disusun dalam berbagai bentuk. Ia bisa berupa narasi, grafis, auditoral, atau bahkan audiovisual. Pada penelitian ini, bentuk

pesan yang akan difokuskan adalah pesan dalam bentuk narasi, karena objek penelitian berupa tabloid yang di dalamnya terdapat berbagai macam berita dan artikel. Untuk mengupas itu semua, diperlukan suatu pegangan konsep dalam jurnalistik. Dalam penelitian ini, hal tersebut adalah bahasa jurnalistik.

Bahasa jurnalistik adalah bahasa yang dipakai wartawan saat menyusun laporan di media massa dengan sifat-sifat khas; singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas dan menarik (Rosihan Anwar, 2005). Bahasa Jurnalistik dilandasi oleh bahasa yang baku, tidak menghiraukan kaidah kaidah kebahasaan, memberi perhatian besar pada ejaan yang benar dan pemilihan diksi yang mengikuti dinamika bahasa dalam masyarakat.

Jika bahasa jurnalistik diartikan demikian, maka sudah seharusnya pembaca menjumpai selingkung kebahasaan yang serupa di setiap media, karena bahasa jurnalistik adalah buku manual dalam menulis karya jurnalistik. Namun, kenyataannya sering dijumpai perbedaan dalam gaya bahasa yang digunakan antara satu media dengan media lain. Apa yang terjadi?

Penjelasan atas fenomena di atas bisa dijelaskan oleh kebijakan redaksional media. Meskipun ada bahasa jurnalistik yang menjadi pedoman umum para jurnalis untuk menulis laporan mereka, tiap media memiliki kebijakan kebahasaan masing-masing. Tempo misalnya, ia memiliki karakteristik bahasa jurnalistik yang naratif. Pada pembuka tiap beritanya, mereka akan membukanya dengan penggambaran suasana yang detail. Lain lagi dengan Tirto, mereka akan lebih condong memaparkan data-data numerikal ke dalam berita. Maka dari itu, penggunaan bahasa saintifik akan

lazim dijumpai. Poskota, media yang terkenal dengan jurnalisme kuningnya ini juga memiliki penggunaan bahasa jurnalistik yang spesifik. Headline pemberitaan mereka marak dengan penggunaan bahasa yang dalam kajian linguistik disebut bahasa kreol, yakni bentuk degeneratif dari bahasa formal. Lantas, bagaimana dengan bahasa yang digunakan Tabloid Media Ummat dan bagaimana hal tersebut berhubungan dengan propaganda?

Pertama-tama, perlu dijelaskan terlebih dahulu tentang latar belakang Tabloid Media Umat. Tabloid ini diterbitkan oleh organisasi massa yaitu Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Penerbitan dan peredaran tabloid yang terbit dua mingguan ini otomatis terhenti akibat pembubaran HTI pada 2017 lalu oleh pemerintah Indonesia. Pembubaran ini diakibatkan oleh tujuan dan gagasan HTI yang dianggap mengganggu stabilitas sosial politik di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan cita-cita HTI yang mengusung system bernegara khalifah al-Islamiyah di Indonesia. HTI sendiri merupakan cabang dari organisasi yang lebih besar yakni Hizbut Tahrir. Pada awalnya, Hizbut Tahrir merupakan partai politik di Palestina. Kemudian gagasan Hizbut Tahrir menyebar secara global dan mendirikan sub-unit di berbagai negara. Konsekuensi dari paham yang dibawa Hizbut Tahrir menyebabkan organisasi ini banyak dilarang dan dibubarkan di berbagai negara, bukan hanya di Indonesia.

Setelah peredaran Tabloid Media Umat diberhentikan pada 2017, berbagai cara dilakukan untuk tetap bisa menerbitkan tabloid ini. Per tahun 2019 hingga 2020, peneliti menemukan peredaran tabloid ini dalam skala yang amat terbatas, dan beruntung, peneliti mampu mendapatkan beberapa kopian tabloid yang kini tidak

memiliki legalitas hukum tersebut.

Berita-berita yang dihadirkan Tabloid Media Umat memang terlihat amat konfrontatif. Mulai dari pemilihan diksi baik itu pada headline maupun isis berita hingga framing dan agenda yang disusun, terlihat sekali bahwa ada musuh yang mereka lawan dan ada sesuatu yang mereka bela mati-matian di setiap tulisan yang mereka.

Pihak yang mereka anggap musuh bisa diidentifikasi menjadi beberapa pihak. Pertama adalah otoritas negara yang membubarkan mereka. Kedua adalah apa saja yang mereka maknai sebagai kaum liberal, ketiga adalah pihak yang berkeyakinan berbeda dari mereka.

Tabloid Media Umat bahkan memiliki rubrik yang bertajuk Kristologi. Term kristologi sendiri adalah cabang ilmu teologi yang mempelajari agama Kristen. Sebelum membaca isinya, mungkin pembaca akan bertanya-tanya, buat apa media keislaman menulis tentang kristologi? Ketika pembaca membaca isinya, ternyata isi pada tulisan-tulisan pada rubrik kristologi bertujuan untuk mendelegitimasi agama Kristen dengan argument-argumen yang dibangun berdasarkan kacamata Islam. Pada rubrik itu, ada artikel bertajuk “Silang Pandang Tentang Isa Almasih” yang terbit pada 15 Mei 2020 yang isinya mendelegitimasi Isa dalam Kristen dan menjelaskan betapa superiornya Isa dalam Islam. Selain itu ada yang berjudul “Emansipasi Wanita dalam Bibel” pada edisi 12 Juni 2020 yang isinya membandingkan posisi perempuan dalam Kristen dan Islam dan jawabannya tentulah posisi wanita dalam Islam yang lebih kuat.

Beberapa headline pada halaman muka tabloid ini juga konfrontatif. Pada edisi 26 Juni 2020 misalnya. Pada headline diberi judul “Rezim Pemalak!”. Headline lain, contohnya pada edisi 20 Desember 2019, adalah “Menghapus Khilafah dan Jihad, Bangkitnya Rezim Kemalis”. Selain itu teknik-teknik propaganda seperti *name-calling* dan *testimonial devices* lazim digunakan dalam setiap berita. Penyebutan nama dari pihak “lawan” acap kali bersifat merendahkan dan selalu diasosiasikan dengan symbol atau lambing tertentu. Di sisi lain, penyebutan nama pada pihak sendiri, selalu disertai dengan titel-titel lengkap seperti Ustaz, Kyai, Haji, dan sebagainya.

Sayangnya, selama ini belum ditemukan laporan bahwa apa yang dilakukan *Tabloid Media Umat* ini adalah pelanggaran dalam kode etik jurnalistik. Hal ini bisa dimengerti. Tabloid ini sendiri tidak terbit dalam sirkulasi yang masif. Ia hanya beredar di perputaran yang terbatas bahkan juga tidak diketahui jumlah oplah dan jumlah orang yang berlangganan.

Setelah memaparkan beberapa temuan awal di peragraf-paragraf di atas, peneliti akan membahas bagaimana beberapa teknik propaganda dilakukan dengan penggunaan bahasa jurnalisti. Maka dari itu, judul skripsi ini adalah, Propaganda pada *Tabloid Media Ummat* (Analisis Penggunaan Bahasa Jurnalistik pada *Tabloid Media Ummat* Edisi September 2019—September 2020)

## 1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan pada Latar Belakang Masalah di atas, penelitian ini akan berfokus pada penggunaan bahasa jurnalistik terhadap propaganda yang dilakukan *Tabloid Media Umat*. Maka pertanyaan penelitian adalah bagaimana:

1. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *name-calling*?
2. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *glittering generally*?
3. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *transfer devices*?
4. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *testimonial devices*?
5. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *card tactics*?
6. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *bandwagon*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, maka penelitian ini akan bertujuan untuk mencari tahu bagaimana:

1. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *name-calling*?
2. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *glittering generally*?
3. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *transfer devices*?
4. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *testimonial devices*?



5. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *card tactics*?

6. Bahasa jurnalistik digunakan pada teknik *bandwagon*?

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Pada dasarnya, penelitian mempunyai dua nilai manfaat atau kegunaan yang fundamental, yakni kegunaan secara akademis dan kegunaan secara praktis. Kegunaan akademis adalah tentang bagaimana penelitian ini mampu berpartisipasi terhadap perkembangandisiplin ilmu, di sisi lain kegunaan praktis lebih berfokus bagaimana penelitian ini memberikan kontribusi terhadap nilai kehidupan sehari-hari

##### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini membawa pengkajian bahasa jurnalistik ke dalam tataran yang berbeda. Jika biasanya penelitian bahasa jurnalistik lebih menitik beratkan kepada analisis isi kuantitatif, pada kali ini pengkajian bahasa jurnalistik lebih berfokus kepada bagaimana hal tersebut digunakan ke dalam propaganda.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi rujukan ketika publik sedang membicarakan propaganda dan publik mampu mendeteksi secara dini kehadiran propaganda di sekitarnya.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Penelitian Sebelumnya**

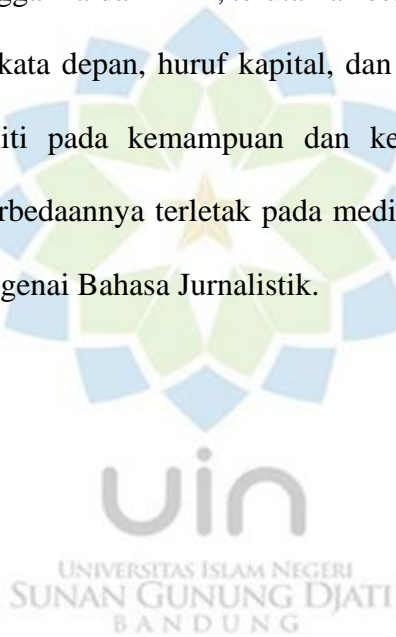
Judul skripsi ini dibuat oleh penulis berdasarkan tinjauan pustaka di perpustakaan yang terdapat di Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi di UIN Sunan Gunungdjati Bandung. Dengan merujuk pada penulisan tentang Bahasa Jurnalistik yang telah dilakukan sebelumnya.

Sahat Sahala Tua Saragih (2012) UIN Sunan Gunungdjati Bandung, “Bahasa Jurnalisme Koran Tempo” (Studi Kuantitatif Deskriptif tentang Bahasa Jurnalisme Wartawan Tabloid Harian Koran Tempo) dengan menggunakan metoda Analisis Isi Kuantitatif, Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa judul beritanya berukuran sedang, teras beritanya berukuran pendek, tubuh beritanya berukuran sedang dan ekor beritanya berukuran sedang. Persamaan dengan penulisan yang dibuat oleh penulis pada konsentrasi pada pemakaian prinsip dan teknik ber Bahasa Jurnalistik sesuai dengan kaidah yang ada, serta mekanisme kerja redaktur Bahasa media massa. Perbedaan penelitiannya pada metoda penelitian yang digunakan dengan menggunakan metoda Analisis Isi Kuantitatif.

Eli Fauziah (2005) berjudul Penggunaan Bahasa Jurnalistik pada Teras Berita dalam Berita Utama Suplemen Kalam Jabar Harian Umum Republika UIN Sunan Gunungdjati Bandung, menggunakan metoda deskriptif, hasil penelitiannya mengindikasikan bahwa penggunaan ekonomi kata pada teras berita dalam berita utama sudah memenuhi kaidah penggunaan Bahasa Jurnalistik. Begitu juga dalam penggunaan kalimat aktif, dan penggunaan kalimat rancu juga telah dihindari. Persamaannya kami sama sama mengkaji penggunaan Bahasa Jurnalistik dalam media.

Perbedaannya media yang dijadikan objek pada penelitian ini lebih sempit karena hanya mengkaji teras beritanya saja.

Evi Rosyani Dewi, Sri Rijati W, dan Tatang Suparman (2007), Fakultas Sastra Unpad, Jatinangor, 2007. Judul penelitian mengenai Kesalahan Kaidah Ejaan yang Disempurnakan (EYD) pada Surat Kabar Umum Garoet Pos Kabupaten Garut. Menggunakan metoda deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa juru warta koran tersebut masih sering melanggar kaidah EYD, terutama kesalahan dalam menggunakan tanda koma, kata turunan, kata depan, huruf kapital, dan kata baku dan tidak baku. Persamaannya pada meneliti pada kemampuan dan kepatuhan para juru dalam penerapan kaidah EYD. Perbedaannya terletak pada media yang diteliti, serta kajian penulis yang lebih luas mengenai Bahasa Jurnalistik.



Berikut data penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk tabel:

No	Nama	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Sahat Sahala Tua Saragih	Bahasa Jurnalisme Koran Tempo” ( Studi Kuantitatif Deskriptif tentang Bahasa Jurnalisme Wartawan Tabloid Harian Koran Tempo)	Analisis isi kuantitatif	Hasil penelitiannya menunjukan bahwa judul beritanya berukuran sedang, teras beritanya berukuran pendek, tubuh beritanya berukuran sedang dan ekor beritanya berukuran sedang.	Perbedaan pada pemilihan metode penelitian dan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan objek <i>Tabloid Media Umat</i> .	Persamaan dengan penulisan yang dibuat oleh penulis pada konsentrasi pada pemakaian prinsip dan teknik berbahasa Jurnalistik sesuai dengan kaidah yang ada, serta mekanisme kerja redaktur Bahasa media massa
2	Eli Fauziah	Penggunaan Bahasa Jurnalistik pada Teras Berita dalam Berita Utama Suplemen Kalam Jabar Harian Umum Republika	Analisis isi kuantitatif	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan ekonomi pada teras berita dalam berita utama sudah memenuhi kaidah bahasa penggunaan bahasa jurnalistik. Hal ini dapat dilihat dari kata penggunaan ekonomi kata sebanyak 83% dan 75%. Begitu juga dengan penggunaan kalimat aktif sebanyak 86,6% dan 83%. Dan penggunaan kalimat rancu sebanyak 5,35% dan 8,03%.	Perbedaannya adalah pada pemilihan metoder dan objek penelitian. Selain itu peneltiian tersebut tidak melibatkan unit analisis lain. Beda dengan penelitian ini yang menautkan analisis propaganda dalam analisis Bahasa jurnalistik	Persamaanya adalah unit fokus pada analisis penggunaan Bahasa jurnalistik

3	Evi Rosyani Dewi, Sri Rijati W, dan Tatang Suparman	Kesalahan Kaidah Ejaan yang Disempurnakan (EYD) pada Surat Kabar Umum Garoet Pos Kabupaten Garut	Analisis deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa juru warta koran tersebut masih sering melanggar kaidah EYD, terutama kesalahan dalam menggunakan tanda koma, kata turunan, kata depan, huruf kapital, dan kata baku dan tidak baku	Perbedaannya adalah pada pemilihan objek penelitian dan fokus penelitian pada penelitian ini adalah propaganda dan penelitian terdahulu adalah hanya penggunaan Bahasa jurnalistiknya	Persamaannya adalah meneliti bagaimana kaidah kebahasaan diteliti dan kesamaan metode penelitian
---	---	--	---------------------	--	---	--

**Table 1 Penelitian Terdahulu**



## 1.6 Kerangka Konseptual

### 1.6.1 Propaganda

Propaganda, dalam artian yang paling netral, menurut Jowett & O'Donnell (2015: 3) bermaksud untuk menyebarkan atau mempromosikan ide tertentu. Hal ini bisa dimaknai bahwa propaganda adalah sesuatu yang bebas nilai. Ia bisa bernilai baik ataupun buruk, tergantung bagaimana penggunaannya.

Propaganda sendiri merupakan term yang dimulai penggunaannya di Vatikan sebagai indoktrinasi Kristen. Saat itu Vatikan mendirikan program Sacra Congregatio de Propaganda Fide, yang bermaksud melakukan kristenisasi dalam lanskap global. Hal ini ditujukan sebagai respon atas maraknya gerakan Protestan. Dari sinilah propaganda mendapatkan maknanya yang bernilai peyoratif.

Propaganda, bagaimanapun juga tidak selamanya buruk. Higham (dalam Jowett & O'Donnell, 2015: 4) bahkan berpandangan bahwa propaganda pernah digunakan untuk alarm dini wabah penyakit, melatih anak-anak menyebrang jalan dengan aman, dan bahkan membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya demokrasi.

Masih menurut Jowett & O'Donnell (2015: 4), tujuan propaganda adalah menyampaikan ideologi dengan pokok pembicaraan tertentu, baik itu pemerintah yang ingin menanamkan patriotisme, teroris yang ingin menambah simpatisan jihad, maupun korporasi yang ingin citra yang baik.

Bruce dalam bukunya yang ditulis bersama Lasswell yang berjudul *Propaganda, Communication, and Public Relation* (1946:3) mendefinisikan propaganda sebagai salah satu bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi audiens dengan serangkaian informasi yang dipilih untuk merangsang respons emosional audiens, bukan rasional.

Kajian jurnalistik dan kehumasan juga secara tidak langsung mengandung unsur propaganda. Dalam hal ini, Jowett & O'Donnell mendefinisikannya sebagai news management

dan spin. Jowett & O'Dowell (2015: 5) berpendapat bahwa kedua teknik tersebut adalah organized persuasion, atau bentuk ringan dari propaganda.

News management, menurut Jowett & O'Dowell (2015: 5), adalah strategi untuk meminimalisasi informasi negatif dan menyimpannya dengan sekumpulan pemberitaan yang ringan dan baik. Ini praktik lumrah dalam jurnalistik.

Sedangkan spin menurut Jowett & O'Dowell (2015: 5) adalah teknik memanipulasi informasi politik yang dilakukan staf kehumasan dalam menulis press release dengan tujuan mengendalikan informasi yang keluar ke wartawan. Maka dari itu, di Amerika, humas sering diolok-olok wartawan sebagai spin doctors.

Sementara itu, Sproule (1994: 8), mendefinisikan propaganda sebagai persuasi massa yang terstruktur dan sistematis yang dilandasi logika dan pemikiran yang buruk bahkan non-eksisten.

Lebih lanjut, Jowett & O'Dowell menyimpulkan bahwa propaganda adalah subkategori dari persuasi. Propaganda merupakan upaya yang disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, manipulasi kognitif dan perilaku untuk mencapai respons yang diinginkan propagandis.

Mencapai hal-hal tersebut tentunya memerlukan upaya dan cara yang khusus. Sebagai subkategori dari persuasi, propaganda tentunya memiliki pendekatan yang berbeda dalam penyampaian pesannya. Teknik ini dirumuskan oleh Alfred M. Lee, akademisi komunikasi yang berfokus pada propaganda dalam bukunya berjudul *The Fine Art of Propaganda*. Dalam bukunya, beberapa teknik tersebut meliputi:

1. Name-calling
2. Glittering generally
3. Transfer devices
4. Testimonial devices

5. Plain-folk devices

6. Card tactics

7. Bandwagon

Ketujuh teknik ini akan lebih dipaparkan pada Bab II.

### **1.6.2 Bahasa Jurnalistik**

Bahasa jurnalistik menurut Sumandiria (2006:7) adalah bahasa yang bisa dimaknai dengan mudah isinya dalam menyampaikan peristiwa yang penting dan menarik, di mana bahasa jurnalistik ini dipakai oleh para pengelola media massa yaitu para wartawan dan redaktur.

Menurut Yus Badudu dalam Rahmalia (2007:24) bahasa jurnalistik mengandung sifat khusus yakni: singkat, padat, sederhana, lugas, menarik dan jelas. Sifat-sifat itu perlu dipegang oleh bahasa pers sebab surat kabar dibaca oleh seluruh lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya.

Singkat berarti langsung ke pokok permasalahan, tidak bertele-tele, dan informasi yang ditulis bersesuaian dengan fungsi, filosofi juga karakteristik pers. Sedangkan padat artinya kalimat maupun alinea yang dimuat isinya berita menarik juga mengandung urgensi untuk khalayak (Sumadiria, 2006: 14-15).

Sederhana artinya mengenakan diksi atau pilihan kata yang maknanya mampu dipahami semua audiens. Sedangkan lugas berarti tegas, tidak ambigu, serta tidak menulis kata-kata dan kalimat-kalimat yang menyebabkan audiens merasa bingung atau menyebabkan mispersepsi serta konklusi yang tidak sesuai keinginan penulis berita. (Sumadiria, 2006: 14-15).

Jelas berarti mudah ditangkap dan dipahami maksudnya, tidak bias serta kabur. Jelas disini maksudnya jelas artinya, jelas susunan kata dan kalimatnya sesuai dengan kaidah subjek, objek, predikat.keterangan (SPOK), serta jelas sasaran dan maksudnya. Sedangkan menarik



yaitu kata-kata atau kalimat-kalimat yang digunakan dapat menumbuh kembangkan minat baca dan juga perhatian khalayak pembaca, memicu selera pembaca, serta dapat membuat orang yang sedang tertidur terjaga seketika (Sumadiria, 2006: 15-16).

## **1.7 Langkah-langkah Penelitian**

### **1.7.1 Pendekatan dan Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian ini adalah konstruktivis, yakni paradigma yang lazim diaplikasikan pada penelitian sosial dan kualitatif. Premis dasar paradigma ini yaitu bahwa tidak ada realitas yang benar-benar otentik. Realitas merupakan hal yang bisa dibentuk. Di sini penelitalah yang membangun realitas itu. Egon G. Guba (dalam Gunawan 2013: 49) menyatakan bahwa konstruktivis memiliki pandangan bahwa tidak ada penelitian yang bebas nilai. Bila “realitas” sebatas mampu diperhatikan dari jendela teori, maka ini hanya mampu ditilik dengan jendela nilai. Realitas hanya dapat dikaji dengan pandangan yang berasaskan nilai.

Gunawan (2013: 34) pun berpendapat bahwa pada paradigma konstruktivis, realitas sosial merupakan sebuah situasi yang dinamis dan bisa berubah-ubah. Hal itu pun mengizinkan peneliti supaya lebih fleksibel ketika menyusun analisis.

Pengaplikasian paradigma konstruktivis sebab sesuai dengan kebutuhan penelitian yang bertema propaganda dan bahasa jurnalistik. Dengan penggunaan paradigam ini, peneliti mampu menyusun interpretasi atas penelitian dan pembahasannya. Tentunya berlandaskan pikiran yang logis dan dibantu argumen para pakar dan ahli.

### **1.7.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian ini adaah deskriptif kualitatif. Metode ini mengizinkan peneliti untuk menjelaskan secara mendalam. Menurut Rakhmat (1999:198) metode ini bertujuan untuk menciptakan deskripsi dengan terstruktur dan berbasiskan fakta terkait objek penelitian yang dijaki.

Maksud dan tujuan penggunaan metode ini adalah diperolehnya hasil penelitian yang berupa analisis mendalam terkait teknik bahasa jurnalistik yang digunakan Tabloid Media Umat dan hubungannya dengan teknik propaganda.

## **1.8 Jenis Data dan Sumber Data**

### **1.8.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan untuk mendukung analisis masalah yang diteliti ini adalah jenis kualitatif berupa data-data tambahan berupa dokumen dan fakta-fakta lainnya selama penelitian.

### **1.8.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian di antaranya adalah:

#### **1. Data Primer**

Menurut Suryabrata (2013: 39) data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari sumber pertamanya. Sumber utama dalam penelitian ini adalah informasi berupa arsip pemberitaan Tabloid Media Umat. Arsip pemberitaan yang dikumpulkan berasal dari pemberitaan edisi September 2019—11 Oktober 2020. Beberapa di antaranya adalah edisi:

- a. 20 September 2019 dengan tajuk “Bau Konspirasi di Balik Revisi UU KPK”
- b. 20 Desember 2019 dengan tajuk “Menghapus Khilafah dan Jihad, Bangkitnya Rezim Kemalis”
- c. Edisi 20 Juni 2020 dengan tajuk “Rezim Pemalak”
- d. Edisi 21 Februari 2020 dengan tajuk “Corona Beringas Akibat Nggragas”
- e. Edisi 6 Desember 2019 dengan tajuk “Bela Islam, Bela Nabi”
- f. Edisi 18 September 2020 dengan tajuk “Narasi Radikalisme Makin Ngawur”

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh untuk memperkuat data primer dan menambah kekayaan analisis. Data sekunder biasanya berbentuk dalam format dokumen-dokumen pendukung, misalnya data tentang jumlah penduduk, dan dokumen pendukung lainnya.

Dalam penelitian ini, data sekunder yang akan diambil berasal dari beberapa buku soal teknik penyusunan propaganda seperti *The Fine Art of Propaganda* karya Alfred M. Lee dan *Propaganda & Persuasion* karya Garth S. Jowett dan Victrosia O'Donnell.. Selain itu pada penelitian ini juga akan digunakan beberapa buku pedoman bahasa jurnalistik seperti *Bahasa Jurnalistik: Pedoman Praktis Penulis dan Jurnalis* yang disusun oleh Abdul Harris Sumandiria.

### **1.9 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam sebuah penelitian dengan metode analisis deskriptif kualitatif, ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk melakukan pengumpulan data. Pada dasarnya data dalam sebuah penelitian studi deskriptif kualitatif bisa didapat dari studi dokumentasi.

#### **1. Studi Dokumentasi**

Penggunaan studi pustaka dalam teknik pengumpulan data digunakan untuk mencari data-data penelitian. Hendriansyah (2012: 47) memaparkan bahwa studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang menganalisis dokumentasi yang dibuat subjek penelitian atau dibuat orang lain tentang subjek penelitian. Pengumpulan data dengan metode ini dilakukan untuk mengetahui sudut pandang subjek penelitian lewat dokumen yang bersangkutan.

### **1.10 Teknik Analisis Data**

Data yang ditemui di lapangan perlu dianalisis dan disajikan secara sistematis dan terstruksur. Hal ini perlu dilakukan untuk mengatur data-data mana saja yang penting untuk disajikan dan dijadikan unit analisis. Dalam hal ini akan digunakan model analisis data milik

Miles dan Huberman yang disebut dengan model interaktif. Teknik analisis tersebut dalam Idrus (2009: 148-151) meliputi:

1. Reduksi data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan reduksi data berjalan terus-menerus sejalan dengan berjalannya penelitian.

2. Penyajian

Penyajian data diritikan oleh Miles dan Huberman sebagai sekumpuuln informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang seharusnya dilakukan.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan diartikan sebagai penarikan arti dari data-data yang telah disampaikan. Pemberian makna dan arti ini tentu saja sesuai dengan sejauh mana interpretasi dan pemahaman yang dimiliki peneliti. Beberapa cara yang dilakukan dalam penarikan kesimpulan ini dengan cara pencatatan untuk pola-pola dan tema, serta pengelompokan kasus-kasus serupa.

## 1. 11 Skema Penelitian

Penelitian ini berjudul *Propaganda Radikalisme Islam pada Tabloid Media Umat (Analisis Penggunaan Bahasa Jurnalistik pada Tabloid Media Umat Edisi September 2019—September 2020)*. Maka skema penelitian adalah seperti berikut:



Gambar 1.1 Skema penelitian

