

Analisis Isi: Propaganda dalam Pemberitaan VOA-ISLAM Terhadap Kepemimpinan Jokowi

Noor Adha Satrio Har Utomo, Much. Yuliyanto, S.Sos, M.Si.

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Propaganda is a form of systematic communication which attempts to affect people's worldview and behavior according to the interest of perpetrator of the propaganda. Mass media have a great role as medium for distributing the ideology of propaganda, and Voa-islam is no exception. As 2019 presidential election draw nearer, Voa-islam.com incessantly broadcasted series of news about Jokowi, who is an incumbent president, as the main object.

This research aims to understand what form of propaganda is done by Voa-islam.com against Jokowi's regime. The research uses descriptive quantitative approach and content analysis method with data analysis technic of frequency table by inputting data into tables categorically. Subject of the study is Jokowi. Paradigm in this research uses positivism and a theory called Agenda Setting theory.

Result of this research shows that news from Voa-islam.com do not indicate a balance (cover both sides) characterized by the absence of informant from Jokowi's side. The news from Voa-islam.com also tend to be biased and deploy hidden propaganda proven by the fact that most of the news do not mention Jokowi as the subject in them. From majority of the news made, Voa-islam.com uses propaganda technic called card stacking by taking groundless opinion from politician and public figure who are quoted from Twitter. Majority of moslem in Indonesia become the main target for Voa-islam.com news as mentioned in the redaction. Besides that, Voa-islam.com is one of the media which drives the mass emotional rising and leads to social movement in Internet such as symbolic aspiration of #2019GantiPresiden hashtag and several rallies by the people wearing clothes with #2019GantiPresiden on it as a part of opposition against Jokowi.

Keywords: Propaganda, Voa-islam.com, Jokowi

PENDAHULUAN

Propaganda merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi dan memiliki banyak macam definisi. Hal ini dikarenakan definisi tentang propaganda dikemukakan oleh pihak, kelompok atau individu yang mempunyai latar belakang, kurun waktu atau tujuan yang berlainan. Atribut yang melekat pada diri seseorang tersebut akan menentukan penilaian dirinya terhadap suatu gejala sosial. Secara harfiah, propaganda berasal dari bahasa Latin *propagare* yang berarti cara tukang kebun menyemaikan tunas suatu tanaman ke sebuah lahan untuk memproduksi tanaman baru yang kelak akan tumbuh sendiri. Dengan kata lain juga berarti mengembangkan atau memekarkan (untuk tunas). Dari sejarahnya sendiri, propaganda awalnya adalah mengembangkan dan memekarkan agama Katholik Roma baik di Italia maupun negara-negara lain. Sejalan dengan tingkat perkembangan manusia, propaganda tidak hanya digunakan dalam bidang keagamaan saja tetapi juga dalam bidang pembangunan, politik, komersial, pendidikan dan lain-lain. (Nurudin, 2002 : 9).

Media massa memiliki peran yang begitu besar sebagai medium penyalur ideologi propaganda. Beragam berita dari media massa baik cetak, media elektronik, maupun media online yang memiliki nilai berita yang tinggi sampai rendah selalu menjadi konsumsi masyarakat. Jurnalistik (media) online merupakan salah satu media massa yang memproduksi berbagai karya jurnalistik dalam format digital yang dapat diakses melalui internet (Lukmantoro, dkk, 2014 : 3).

Voa-islam.com merupakan portal berita online yang didirikan di Bekasi, Jawa Barat pada April 2009 dan resmi beroperasi pada 1 Juni 2009. Menurut keterangan yang terdapat pada media online tersebut, pendirian media ini didasarkan atas dasar keprihatinan atas realita umat islam di Asia Tenggara (pada khususnya) yang makin termarjinalkan oleh kapitalis, dan gerakan zionis melalui labelisasi sebagai eksterimis, konservatif dan fundamentalis terhadap perjuangan dan dakwah islam yang haq, sesuai dengan pemahaman generasi terbaik, salafus sholeh (Rasulullah, generasi Tabiin dan Tabiut Tabiin). Media ini berupaya menyuarakan kepentingan islam dan umat islam.

Sebagai media massa, media online juga melaksanakan fungsi kontrol sosial sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Fungsi kontrol sosial ini diwujudkan melalui pemberitaan tentang potret kinerja pemerintahan, terutama Jokowi sebagai sosok pemegang jabatan Presiden Republik Indonesia yang tak lepas dari sorotan pemberitaan Voa-islam.com.

RUMUSAN MASALAH

Sebagai medium penyampaian pesan, media online mendesain pesan sedemikian rupa guna mencapai tujuan yang diharapkannya secara optimal walaupun etika dan profesionalitasnya dipertaruhkan. Propaganda digunakan media sebagai alat untuk mencapai target politiknya. Propaganda digulirkan untuk mendukung ideologinya atau sebagai bentuk dukungan terhadap pihak-pihak tertentu demi menjatuhkan pihak lain. Media mengemas pesan sedemikian rupa sehingga masyarakat akan terpengaruh sikap dan perilakunya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana propaganda dalam pemberitaan Voa-islam.com terhadap kepemimpinan Jokowi. Dengan kata lain, peneliti ingin mengetahui bentuk propaganda apa saja yang dilakukan oleh Voa-islam.com.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk propaganda yang dilakukan Voa-islam.com terhadap kepemimpinan Jokowi.

KERANGKA TEORI

Media memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk opini publik. Selain menyampaikan informasi, media juga memiliki kepentingan tertentu dalam menyampaikan pesan dan keberpihakan mengenai suatu peristiwa. Hal ini terutama terlihat ketika mendekati fenomena politik seperti pemilihan umum presiden. Media online merupakan satu dari sekian banyak media yang dijadikan ajang dalam segala aktivitas manusia bertransaksi informasi untuk saling memenuhi kebutuhan.

Paradigma yang digunakan di sini yaitu paradigma positivisme. Positivisme merupakan sesuatu ilmu pengetahuan yang paling awal muncul dalam dunia pengetahuan pada abad ke-17. Tokoh utamanya adalah Auguste Comte (Bapak Positivistik) dan John Stuart Mill. Positivisme merupakan aliran filsafat yang menyatakan ilmu alam sebagai satu-satunya sumber pengetahuan, sesuatu yang pasti tidak mengenal spekulasi atau semua

didasarkan pada data empiris. Propaganda politik menganut model komunikasi linier. Seperti yang dikatakan Harold D. Laswell (1948) bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat atau hasil apa? (*who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*).

Teori yang digunakan adalah teori *Agenda Setting*, yang menyatakan bahwa media massa berlaku sebagai pusat penentu kebenaran dengan kemampuan media massa mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Fungsi *Agenda Setting* yaitu media mengacu pada kemampuan media dengan liputan berita yang diulang-ulang, untuk mengangkat pentingnya isu dalam benak publik. Dalam fenomena pemilihan umum maka Voa-islam.com selalu mencari dan membuat informasi dengan melebih-lebihkan ataupun memberi berbagai penambahan dan penekanan guna mengambil perhatian khalayak pembaca mengenai isu politik jelang pemilu. Sebagai alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambar umum mengenai banyak hal, media mempunyai kemampuan untuk berperan dalam membentuk opini publik. Karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan dalam kepentingan tertentu.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis isi. Penelitian analisis isi deskriptif yang dilakukan di media massa bertujuan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau teks tertentu yang ada dalam media massa tersebut. Desain analisis isi semacam ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu. Peneliti hanya cukup mendeskripsikan aspek-aspek dan karakteristik pesan (Eriyanto, 2011 : 47). Objek penelitian ini adalah portal berita Voa-islam.com. Penelitian didapat dari berita-berita yang ditujukan pada Presiden Jokowi oleh Voa-islam.com selama periode 1 April – 30 April 2018. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh berita dalam Voa-islam.com pada periode 1 April – 30 April 2018. Pengambilan sampel didasarkan pada batas ukuran minimum sampel pada penelitian deskriptif yaitu diambil jumlah yang sudah ditentukan. Asalkan informasi membahas beberapa karakter yang terdapat pada tabel kategorisasi dan selama periode 1 April – 30 April 2018 dengan teknik sampel *non-probability total sampling* lalu dikategorikan ke dalam tabel-tabel mengacu pada karakteristik masing-masing berita. Peneliti menggunakan dua *coder* untuk mendapatkan uji reliabilitas yang andal.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Menjelang pemilu kerap kali ditemui propaganda baik itu terbuka maupun tersembunyi. Banyak media yang telah melakukan tindak propaganda secara tersembunyi untuk menyudutkan pihak tertentu, seperti yang dilakukan Saracen dan *Muslim Cyber Army* dalam menyebarkan propaganda dan berita *hoax* dalam menyudutkan pihak tertentu. Voa-islam.com yang pada 2016 telah terdeteksi melakukan tindakan *hoax* oleh Kominfo hingga kini masih beroperasi. Penyebutan subjek (Jokowi) dalam berita-beritanya pun hanya ada 26 berita, dibandingkan dengan berita yang tidak melakukan penyebutan subjek sebesar 66 berita. Dengan tidak melakukan penyebutan subjek, Voa-islam.com berusaha untuk memberikan makna ganda secara tidak gamblang dan menyusupi pesan yang implisit untuk disampaikan pada audiens. Melalui temuan tersebut, Voa-islam.com melakukan propaganda tersembunyi yang berupaya menyudutkan Jokowi melalui berita-berita yang diterbitkannya.

Melalui 92 berita sebagai temuan dalam penelitian ini, Voa-islam.com telah menggunakan propaganda tersembunyi menyangkut pemberitaan mengenai kepemimpinan Jokowi. Artinya, Voa-islam.com yang memiliki peran sebagai media massa dan penyalur informasi kepada khalayak luas memiliki kepentingan tertentu di baliknya, terutama menjelang pemilu 2019 mendatang. Dengan kata lain, Voa-islam.com merancang dan menggunakan pesan-pesannya untuk mewujudkan tujuan utamanya yang tidak langsung disampaikan yaitu tidak menyetujui Jokowi selaku presiden petahana untuk melanjutkan pemerintahan selama 2 periode.

Banyak pemberitaan mengenai kepemimpinan Jokowi dan propaganda di baliknya, maka peran Voa-islam.com dapat memberi kegundahan dan ketakutan tersendiri pada khalayak luas. Implikasi ini datang dari penjelasan Berger (1998 : 163-164) yang mengatakan bahwa arus informasi dengan arah dan tingkat kederasan tertentu juga dapat berpotensi menimbulkan kegundahan dan rasa ketakutan yang dahsyat pada sebagian orang. Audiens yang terkena efek kegundahan propaganda Voa-islam.com akan merasakan bahwa Jokowi dianggap tidak tepat dalam memimpin Indonesia. Audiens juga akan mengalami ketakutan bilamana Indonesia tidak akan berkembang dan terus mengalami keerosotan di segala sektor. Hal ini dikarenakan di satu pihak, pertukaran informasi berpotensi kuat untuk menjadikan seseorang mengikuti perilaku orang lain, di samping mengubah perilaku dan tingkah laku orang lain. Tepatnya di sini audiens akan mengikuti misi dan wacana media sebagai patok ukuran kebenaran dan cara berperilaku. Implikasinya berupa tidak menjadikan Jokowi sebagai pemangku kursi jabatan tertinggi di Indonesia.

Media massa selalu menampilkan apa yang menurut mereka benar melalui proses desain agenda (*agenda setting*). Voa-islam.com memandang bahwa Jokowi bukan pemimpin ideal yang diinginkan masyarakat Indonesia, sehingga Jokowi harus diganti oleh tokoh alternatif lain yang lebih baik. Desain agenda tersebut bertransformasi menjadi efek desain agenda (*Agenda Setting Effect*) di mana berarti editor media massa yang memilih dan menyetel topik tertentu untuk mendorong publik pembaca agar berpersepsi tertentu, oleh karenanya, menjadi hal tak terhindarkan (Sayuti, 2014 : 236). Ini berarti penyetulan agenda yang dilakukan Voa-islam.com memiliki tujuan untuk mengubah persepsi dan tindakan masyarakat sesuai dengan wacana dan propaganda yang dilakukan Voa-islam.com.

Implikasi teknik propaganda *card stacking*. *Card stacking* sarat dengan kampanye politik hitam atau negatif karena sifatnya yang jauh dari salah satu kaidah jurnalistik yang utama yaitu *cover both sides*. Meminjam pengertian *card stacking* dari Nurudin adalah bahwa *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 (Nurudin, 2002 : 33-34). Maka dari pengertian tersebut, suatu fenomena dikonstruksi dan cenderung menambah kebencian terhadap salah satu pihak. Posisi media dalam menggunakan teknik *card stacking* adalah melakukan produksi dan reproduksi citra tertentu pada pihak yang ditujunya. Meskipun isi media merupakan realitas yang dikonstruksi dan ekspresi simbolis dari orang-orang di baliknya, sulit mengatakan bahwa Voa-islam.com dan 92 berita mengenai kepemimpinan Jokowi adalah produk jurnalistik bila landasan dasar konfirmasi dan *cross check* informasi diabaikan begitu saja. Hasil temuan menyebutkan bahwa Voa-islam.com melalui 43 berita mengenai kepemimpinan Jokowi menggunakan teknik propaganda *card stacking*. Pada kasus Voa-islam.com, teknik ini berusaha menonjolkan satu sisi pihak yang disudutkan yaitu Jokowi. Dari ulasan yang peneliti lihat, sisi-sisi yang ditonjolkan untuk diberitakan secara negatif oleh Voa-islam.com adalah sisi sektor Kebijakan Pemerintah dengan 47 berita dan Masalah Sosial yang dianggap oleh Voa-islam.com sebagai kesalahan

Jokowi dengan 28 berita. Melalui teknik ini, Voa-islam.com berusaha melakukan seleksi dengan menggunakan fakta atau kepalsuan data (opini dan tanggapan narasumber) yang membuat suatu kegamangan informasi bagi khalayak supaya memberikan kemungkinan terburuk kepada Jokowi.

Target, mekanisme dan dampak propaganda. Mengutip pada kolom Redaksi Voa-islam.com, didirikannya perusahaan media Voa-islam.com dilatarbelakangi atas dasar: “keprihatinan atas realita umat Islam di Asia Tenggara (pada khususnya) yang makin termarjinalkan oleh kapitalis, dan gerakan zionis melalui labelisasi sebagai ekstrimis, konservatif dan fundamentalis terhadap perjuangan dan dakwah Islam yang haq, sesuai dengan pemahaman generasi terbaik, salafus sholeh (Rasulullah, generasi Tabiin dan Tabiut Tabiin). Media ini berupaya menyuarakan kepentingan Islam dan umat Islam.” Dari pernyataan tersebut berarti target utama pembaca Voa-islam.com adalah kalangan mayoritas muslim di Indonesia. Voa-islam.com berusaha membentuk makna dan nilai bersama berupa asas keislaman yang berlawanan dengan kebijakan-kebijakan serta patokan ketidakberhasilan Jokowi dalam berbagai sektor yang dimuat melalui serangkaian pemberitaan Voa-islam.com. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan praktik sosial berupa tidak memilih Jokowi di periode selanjutnya sebagai sebuah membenaran atas asas keislaman Voa-islam.com.

Untuk melancarkan tujuannya tersebut, terdapat mekanisme propaganda yang identik dilakukan media, tak terkecuali Voa-islam.com: Adanya proses penyebaran pesan; dilakukan dengan sengaja dan berlangsung secara kontinyu; penyampaian ide, gagasan, kepercayaan, dan doktrin-doktrin; memiliki tujuan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku individu atau kelompok; menggunakan media massa serta media nir-massa yang dianggap paling tepat. Dengan membombardir masyarakat melalui pemberitaannya, Voa-islam.com menjadi salah satu media di balik dampak besar kebangkitan emosi massa yang berwujud pada tindakan gerakan sosial seperti penyampaian aspirasi simbolik berupa tagar #2019GantiPresiden yang kerap digunakan di sosial media. Selain itu, kerap dijumpai pula orang-orang yang mengenakan kaus bertuliskan #2019GantiPresiden di sejumlah unjuk rasa sebagai upaya untuk menunjukkan diri yang tergabung dalam simpatisan dan cara seseorang memperlihatkan keberpihakan politik sebagai bagian dari oposisi Jokowi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan Voa-islam.com terhadap kepemimpinan Jokowi, ditemukan bahwa berita Voa-islam.com tidak memiliki keberimbangan (*cover both sides*) dengan ciri khas berupa penulisan tidak ada narasumber dari pihak Jokowi.
2. Pemberitaan Voa-islam.com terhadap kepemimpinan Jokowi, ditemukan bahwa pemberitaan Voa-islam.com cenderung bias dan menggunakan propaganda tersembunyi dengan bukti berupa sebagian besar berita tidak menyebutkan subjek Jokowi dalam pemberitaan.
3. Pemberitaan yang dilakukan Voa-islam.com terhadap kepemimpinan Jokowi, ditemukan bahwa Voa-islam.com menggunakan teknik propaganda *card stacking* yang 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 pada suatu gagasan, program, manusia dan barang

dan hanya menonjolkan satu sisi saja. *Card Stacking* digunakan Voa-islam.com dengan mengambil opini yang tidak berdasar dari politisi mau pun tokoh publik yang dicuitkan melalui akun *Twitter*.

4. Kalangan mayoritas muslim di Indonesia menjadi target utama pemberitaan Voa-islam.com seperti yang disebutkan pada kolom redaksi.
5. Voa-islam.com merupakan salah satu media yang menjadi motor penggerak di balik dampak besar kebangkitan emosi massa yang berwujud pada tindakan gerakan sosial di dunia maya seperti penyampaian aspirasi simbolik berupa tagar #2019GantiPresiden dan di sejumlah unjuk rasa pada orang-orang yang mengenakan kaus bertuliskan #2019GantiPresiden sebagai bagian dari oposisi Jokowi.

Saran

Melalui temuan dan pembahasan yang telah disinggung di bab sebelumnya, dapat diajukan beberapa saran yang dapat peneliti ajukan pada penelitian ini, yaitu:

- **Teori**

Analisis resepsi merupakan sebuah pendekatan alternatif untuk mempelajari tentang khalayak dan bagaimana memaknai pesan yang diterima dari sebuah media. Titik awal penelitian ini adalah adanya asumsi bahwa makna yang terdapat di dalam media massa bukan hanya ada pada teks, namun pada tingkat resepsi khalayak terhadap pesan dari media (Eriyanto, 2009 : 14). Peneliti menyarankan dilakukannya penelitian dengan metode analisis resepsi untuk mengetahui bagaimana pesan dan makna dari pemberitaan Voa-islam.com diterima oleh khalayak.

- **Praktis**

Mengacu pada salah satu dari sembilan elemen jurnalisme menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, wartawan maupun perusahaan media seharusnya berlandaskan pada elemen pertama yaitu kebenaran. Andreas Harsono mengatakan bahwa kebenaran harus diterapkan dalam jurnalisme. Bukan kebenaran dalam tataran filosofis, namun kebenaran dalam tataran fungsional seperti contohnya orang-orang yang membutuhkan informasi harga, kurs mata uang, ramalan cuaca, hasil pertandingan bola dan sebagainya (2010 : 17).

Begitu juga Voa-islam.com selaku perusahaan media. Propaganda sebagai usaha sadar dari media berarti dengan sengaja melenceng dari nilai kebenaran jurnalisme. Etikanya adalah media memberikan informasi sebenar-benarnya dan multiperspektif kepada para pembacanya. Pada Voa-islam.com tercantum Pedoman Pemberitaan Media Siber di mana verifikasi dan keberimbangan berita termuat di dalamnya. Maka sudah sepatutnya bagi yang bersangkutan untuk tidak mengangkat satu sisi dan menghilangkan sisi lainnya dalam pemberitaan sehingga pemberitaan yang berimbang (*cover both sides*) dapat terwujud dan masyarakat sebagai audiens dapat mempertimbangkan secara mandiri suatu permasalahan yang diangkat media.

- **Sosial**

Masyarakat sebagai pihak komunikan yang aktif mengonsumsi informasi dari media baiknya harus lebih kritis untuk melakukan verifikasi dan perbandingan dengan berita-berita lain yang masih memiliki korelasi isu yang sama ataupun identik. Perkembangan media massa dan pesatnya kuantitas pemberitaan tidak serta merta diikuti dengan kualitas berita yang sepadan. Maka dari itu perlu dilakukan penelaahan dan pengkajian kembali terhadap suatu berita sebelum benar-benar menerimanya sebagai informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Adisasmita, Rahardjo. (2008). *Pengembangan Wilayah Konsep dan Teori*. Jakarta: Graha Ilmu
- Berger, Arthur. (2010). *The objects of affection : semiotics and consumer culture*. New York: Palgrave
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Eriyanto. (2007). *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS
- Eriyanto. (2009). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS
- Fiske, John. (2004). *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra
- Flournoy, D.M. (1989). *Analisis Isi Surat Kabar-Surat Kabar Indonesia*. Yogyakarta: Gadjahmada University Press
- Harsono, Andreas. (2010). *A9ama Saya adalah Jurnalisme*. Yogyakarta: Kanisius
- Jalaluddin, Rakhmat. (1994). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Krippendorff, Klaus. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd Ed). California: Sage Publications, Inc
- Lukmantoro, Triyono dkk. (2014). *Jurnalistik Online: Teori dan Praktik di Era Multimedia*. Semarang: AJI Semarang dan Ford Fondation
- Martin, Creeber. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. London: McGraw Hill
- McNair, Brian. (2016). *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media
- Mc Quail, Dennis. (1994). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. (2008). *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hipersemiotika : Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sayuti, Solatun Dulah. (2014). *Komunikasi Pemasaran Politik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. (2006). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- SK, Ishadi. (2014). *Media & Kekuasaan di Hari-Hari Terakhir Presiden Soeharto*. Jakarta: Kompas
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sunarto. (2009). *Televisi, Kekerasan, & Perempuan*. Jakarta: Kompas

Tamburaka, Apriadi. (2013). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Wimmer, Roger D. and Joseph R. Dominick. (2003). *Mass Media Research An Introduction-7th Edition*. Wadsworth Inc

Internet:

Mulyadi, Edy. (2018). *Utang Superbesar Bikin Indonesia Bubar?*. <http://www.voa-islam.com/read/intelligent/2018/03/26/56900/utang-superbesar-bikin-indonesia-bubar/#sthash.rIvDCzUj.dpbs>. (diakses pada tanggal 27 Maret 2018 pukul 17:26 WIB)

Sudhita, Romi. (2018). *Kampanye, Propaganda, dan Target Politik*. <https://baliexpress.jawapos.com/baliexpress/read/2018/05/03/70061/kampanye-propaganda-dan-target-politik> (diakses pada 23 Juli 2018 pukul 20:11 WIB)

Suryanto, Robigusta. (2018). *Utang RI Mendekati Rp. 4000 Triliun, Gerindra: Pemerintahan Jokowi Kondisi Kritis*. <http://www.voa-islam.com/read/politik-indonesia/2017/08/24/52798/utang-ri-mendekati-rp-4000-triliun-gerindra-pemerintahan-jokowi-kondisi-kritis/#sthash.Rjixk9bf.aSRzqh2r.dpbs> (diakses pada tanggal 27 Maret 2018 pukul 17:01 WIB)

Suryanto, Robigusta. (2018). *Pemerintahan Jokowi Menggampangkan Utang*. <http://www.voa-islam.com/read/politik-indonesia/2018/01/05/55356/pemerintahan-jokowi-menggampangkan-utang/#sthash.0d6wrkPC.9GaxRj8c.dpbs> (diakses pada tanggal 27 Maret 2018 pukul 17:15 WIB)

Suryanto, Robigusta. (2018). *Capres 2019 Banyak Stok, Ustaz Tengku Seru Umat Islam Besarkan Nama-nama Ini*. <http://www.voa-islam.com/read/politik-indonesia/2018/03/23/56842/capres-2019-banyak-stok-ustaz-tengku-seru-umat-islam-besarkan-namanama-ini/#sthash.P4r4MGOA.E87WrxnA.dpbs> (diakses pada tanggal 27 Maret 2018 pukul 17:38 WIB)

Suryanto, Robigusta. (2018). *Koalisi untuk Pilpres 2019, Politisi Gerindra Sambut Baik Himbauan HRS*. <http://www.voa-islam.com/read/politik-indonesia/2018/03/24/56868/koalisi-untuk-pilpres-2019-politisi-gerindra-sambut-baik-himbauan-hrs/#sthash.IdVhcfow.xBsgPXbO.dpbs> (diakses pada tanggal 27 Maret 2018 pukul 17:47 WIB)

Suryanto, Robigusta. (2018). *Ini Masukkan Politisi agar Pemimpin Tak Disebut Planga Plongo*. <http://www.voa-islam.com/read/politik-indonesia/2018/04/04/57102/ini-masukkan-politisi-agar-pemimpin-tak-disebut-planga-plongo/#sthash.vIdIqepA.dpbs> (diakses pada tanggal 4 April 2018 pukul 14:08 WIB)

Suryanto, Robigusta. (2018). *Ganti Presiden untuk Menuju Indonesia Berkah*. <http://www.voa-islam.com/read/politik-indonesia/2018/03/28/56946/ganti-presiden-untuk-menuju-indonesia-berkah/#sthash.ESSioZXd.dpbs> (diakses pada tanggal 4 April 2018 pukul 14.17 WIB)

Suryanto, Robigusta. (2018). *Sudah Cukup Kita Pernah Pilih Presiden Blue Shoe Can't*. <http://www.voa-islam.com/read/politik-indonesia/2018/03/19/56757/sudah-cukup-kita-pernah-pilih-presiden-blue-shoe-cant/#sthash.MWf1pAHU.dpbs> (diakses pada tanggal 4 April 2018 pukul 14.24 WIB).

Jurnal Ilmiah:

Romli, Lili. (2004). *Partai Islam dan Pemilih Islam di Indonesia*. Dalam <http://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp/article/view/370> (diunduh pada tanggal 23 Juli 2018 pukul 17.03 WIB)

Saufiyah, Ahmad. (2014). *A Content Analysis of Propaganda in Harakah Newspaper*. Dalam <http://www.myjurnal.my/public/article-view.php?id=81486> (diunduh pada tanggal 28 Maret 2018 pukul 15.01 WIB)

Skripsi :

Khairul Nuzuli, Ahmad. (2016). *Pengaruh Intensitas Membaca Berita Tentang Kebijakan Ekonomi Jokowi di Viva.co.id dan Citra Jokowi terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mengenai Kinerja Jokowi di Bidang Ekonomi*. Semarang: Universitas Diponegoro

Kusumawardana, R. Sigit Pandhu. (2014). *Viva.co.id dan Kepentingan Ekonomi Politik Aburizal Bakrie (Kajian Analisis Isi Terhadap Viva.co.id Mengenai Pemberitaan Keluarga Bakrie, Perusahaan-perusahaan Bakrie Group, Partai Golkar, dan Sosok Aburizal Bakrie)*. Semarang: Universitas Diponegoro

Muna, Nilta. (2009). *Analisis Isi Kecenderungan Pemberitaan Kompas terhadap Perempuan Sebagai Korban Kriminalitas*. Semarang: Universitas Diponegoro

Munyahriyah, Nabilah. (2014). *Propaganda Voa-Islam dalam Rubrik Indonesiana: Analisis Isi Kualitatif Rubrik Indonesiana Situs www.voa-islam.com Periode Januari-Maret 2014*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada