

SINOPSIS

Propaganda tidak didesain sebagai teknik penyampai informasi secara objektif, namun sebagai teknik penyampai pesan yang memiliki unsur manipulasi terhadap perasaan maupun akal dari orang yang mendengar atau melihatnya. Pelaksanaan propaganda yang berhasil memang dibutuhkan media sebagai alat. Perkembangan media semakin menambah tinggi dan besarnya jumlah dan pengaruh dari propaganda yang akan diakibatkan. Seperti dengan adanya internet pada dewasa ini yang menjadi sebuah konsumsi utama bagi publik.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan perbandingan penggunaan teknik propaganda antara media yang bersifat memihak salah satu kandidat capres dan cawapres (Okezone.com) dengan media yang berada di posisi tengah atau bersifat netral (Detik.com). Berdasarkan jenis penelitiannya, penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu menggunakan teknik dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini juga menggunakan seorang koder.

Hasil penelitian menunjukkan teknik propaganda yang sering digunakan pada pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin yaitu *Using All Forms of Persuasions* dan *Bandwagon Technique*. Sedangkan teknik propaganda yang jarang digunakan pada pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin adalah *Name Calling*. Perbandingan teknik propaganda di media Detik.com dan Okezone.com sebagian besar sama. Perbedaan hanya terletak pada teknik propaganda *Using All Forms of Persuasions*. Dimana pada media Detik.com paling besar menggunakan teknik propaganda *Using All Forms of Persuasions* kategori persuasif, sedangkan pada media Okezone.com paling besar terdapat pada kategori janji.

Hasil Penelitian ini menunjukkan pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin banyak menggunakan cara mengajak masyarakat dengan imbalan atau hanya sekedar ajakan dan memperlihatkan prestasi yang telah dihasilkan pada periode sebelumnya pada kampanye pemilihan presiden 2019-2024. Pada media Detik.com, memiliki komposisi penggunaan teknik propaganda yang cenderung hampir sama antara teknik propaganda satu dengan yang lain. Sedangkan pada media Okezone.com, komposisi penggunaan teknik propaganda difokuskan pada beberapa teknik propaganda tertentu.

Kata Kunci: Propaganda, Media Online, Pemilihan Presiden