

MEDIA *ONLINE* DAN UJARAN KEBENCIAN
(Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi**

OLEH :

Dea Al Syaqqinah

NIM : 1537010050

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

RADEN FATAH PALEMBANG

1441 H / 2019 M

Kepada Yth.
Bapak Dekan Fak. Ilmu Sosial dan
Ilmu Ilmu Politik, UIN Raden Fatah
di
Palembang

Assalamu'alaikum. Wr.Wb.

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa skripsi sdr. Dea Al Syaquinah, NIM 1537010050 yang berjudul "**Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)**" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian, terima kasih.

Wassalam

Palembang, November 2019

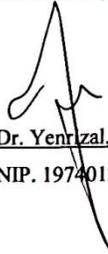
Pembimbing II,



Vita Justisia, SH., MH., M.Kn

NIDN. 2014056902

Pembimbing I,



Dr. Yenzal, M.Si

NIP. 1974012320051004

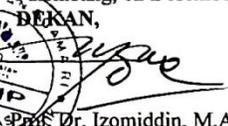
PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Dea Al Syaqqinah
NIM : 1537010050
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Media *Online* dan Ujaran Kebencian
(Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang pada :

Hari / Tanggal : Kamis / 21 November 2019
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata I (S1) Pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

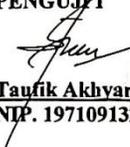
Palembang, 02 Desember 2019
DEKAN,

FISIP
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
Dr. Izomiddin, M.A.
NIP. 196206201988031991

TIM PENGUJI

KETUA


Reza Aprianti, M.A
NIP. 19850223201112004

PENGUJI I


Taufik Akhyar, M.Si
NIP. 197109132000032000

SEKRETARIS


Gita Astrid, S.H.I., M.Si
NIP. 20025128703

PENGUJI II


M. Mifta Farid, M.I.Kom
NIP. 19841002201711022

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dea Al Syaqqinah
Tempat/Tanggal Lahir : Prabumulih, 05 April 1998
NIM : 1537010050
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Media *Online* dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang , 02 Desember 2019


Dea Al Syaqqinah
NIM : 1537010050

MOTTO

“Lakukanlah hal-hal yang baik sekecil apapun dimulai dari diri kita sendiri,
karena kebiasaan akan membentuk karakter”

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan dengan segala kerendahan
hati, Ku persembahkan Skripsi ini kepada :

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Ayahku Jumariono Mohd Sa'in dan Ibuku Junina

Yang senantiasa melahirkan, membesarkan, mendidik, membimbing, mendoakan,
berkorban dan mendukungku. Terima kasih untuk segala kasih sayang dan cinta kasih
yang luar biasa.

Semoga kelak bisa terus menjadi anak yang membanggakan kalian.

Untuk Kedua Saudara Kandungku Adikku Fachri Al Hafiz, Kakakku Frenky
Hidayatullah serta Ayuk Iparku Apriani Selawendra dan Keponakanku Tegaz Alvin
Perdana

Yang telah menjadi penyemangatku

Untuk keluargaku, sahabatku, teman-teman seangkatan, seperjuangan

Ilmu Komunikasi 2015

Yang sangat ku sayangi

Serta almamater dan kampus biruku UIN Raden Fatah Palembang

Yang aku banggakan

ABSTRAK

Penelitian ini mengangkat judul “**Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)**”. Berdasarkan latar belakang penelitian bahwa media *online* adalah segala jenis media yang hanya dapat diakses dan dipublikasikan melalui internet secara *online* baik itu media cetak maupun media elektronik yang digunakan dalam proses komunikasi massa dan ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu maupun kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan ataupun hinaan yang menyangkut unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Antargolongan). Tahun 2019 adalah tahun politik pesta demokrasi pemilihan calon presiden maupun wakil presiden yang rawan sering terjadinya konflik dari masing-masing tiap pendukung. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta teknik pengumpulan data berdasarkan observasi pada laman berita media *online* Kompas.com dan dokumentasi untuk melihat berita, gambar dan data pada berita yang diterbitkan Kompas.com mengenai penelitian yang penulis lakukan. Sebagaimana sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitiannya yaitu guna mengetahui bagaimana isi berita dari media *online* Kompas.com mengenai ujaran kebencian dalam masa kampanye 23 September 2018 sampai 14 April 2019, menjelang pilpres 2019 ditinjau dari teori Analisis Isi oleh model Holsti. Pada tujuh berita yang diterbitkan oleh Kompas.com telah memenuhi karakteristik pesan suatu berita yang objektif, sistematis dan generalis serta mengandung unsur (*what, how* dan *to whom*) sesuai dengan teori analisis isi yang dipakai oleh Holsti.

Kata Kunci : Kompas.com, Ujaran Kebencian, Analisis Isi

ABSTRACT

This research titled as "**Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)**". Based on the background of research that online media are all types of media that can only be accessed and published via the internet online, both print media and electronic media used in the process of mass communication, and hate speech are acts of communication carried out by an individual or group in the form of provocation incitement or insults involving elements of SARA (Tribe, Religion, Race and Intergroup). 2019 is the political year of the democratic party election for presidential and vice presidential candidates who are prone to frequent conflicts from each of the supporters. This type of research uses qualitative methods and data collection techniques based on observations on Kompas.com online media news pages and documentation, to view news, pictures and data on Kompas.com published news about the research the author is doing. The purpose of the research that is to find out about the news content from Kompas.com online media related to the utterance of hatred in the campaign period of September 23, 2018 to April 14, 2019, approaching the 2019 presidential election in terms of Content Analysis theory by the Holsti model. The seven news published by Kompas.com have fulfilled the message characteristics of news that are objective, systematic and generalist and contain elements (what, how and to whom) in accordance with the content analysis theory used by Holsti.

Keywords : Kompas.com, Hate Speech, Content Analysis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
KATA PENGANTAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Kerangka Teori	12
G. Metode Penelitian	25
H. Sistematika Penulisan	28

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Media <i>Online</i> Kompas.com	29
B. Perjalanan Kompas.com	39
C. Berita Politik dalam Kompas.com	44

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pembahasan Analisis Isi Berita Kompas.com Mengenai Ujaran Kebencian Menjelang Pilpres 2019	46
B. Hasil Kesimpulan Analisis Isi Berita Kompas.com Mengenai Ujaran Kebencian Menjelang Pilpres 2019	79

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pembandingan Penelitian Terdahulu	11
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kompas.com	36
Gambar 2 Pendiri Grup Kompas Gramedia	37
Gambar 3 Perjalanan Kompas dalam Linimasa	39
Gambar 4 Bawaslu : 90 Daerah Rawan Tinggi IsuUjaranKebencian dan SARA	48
Gambar 5 Prabowo : Jangan Sebar Ujaran Kebencian	52
Gambar 6 Hoaks Polisi dukung Salah Satu Capres, Polri Tegaskan Netral dalam Pemilu 2019	56
Gambar 7 Ketika Jokowi dan Prabowo Mengaku Kerap Dihina dan Diftinah.....	62
Gambar 8 Agama untuk Pemilu Berjalan Damai, Jangan Pakai Sebarkan Kebencian	67
Gambar 9 Posting Ujaran Kebencian Capres, Pemilik Akun Antonio Banerra Diringkus Polisi	71
Gambar 10 Ikut Bahas Ujaran Kebencian Capres, JM Warga Nganjuk Diringkus Polisi	76

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Fokus Analisis Isi.....	15
Bagan 2 Struktur Perusahaan Kompas.com.....	32

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa tercurahkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam, karena atas segala limpahan rahmat-Nya dan karunia-Nya jualah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dari Program Studi Ilmu Komunikasi dengan judul **“Media Online dan Ujaran (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)”**. Shalawat beriring salam selalu tercurahkan kepada Suri tauladan yang terbaik dimuka bumi ini, Rasullullah SAW, para keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Selama dalam penyusunan Skripsi ini, penulis tidak terlepas dari segala bentuk hambatan, kendala serta kekurangan disana-sini. Namun berkat pertolongan-Nya serta bantuan dari berbagai pihak, segala kendala dan hambatan itu dapat teratasi. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Drs. H. M. Sirozi, MA., Ph.D sebagai rektor UIN Raden Fatah Palembang..
2. Prof. Dr. H. Izomiddin, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
3. Dr. Yenrizal, M.Si sebagai Wakil Dekan I FISIP UIN Raden Fatah Palembang sekaligus sebagai Pembimbing I skripsi saya.
4. Ainur Ropik, S.Sos., M.Si sebagai Wakil Dekan II FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
5. Dr. Kun Budianto, M.Si sebagai Wakil Dekan III FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
6. Reza Aprianti, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Ibu Gita Astrid,S.H.I.,M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

7. Ibu Vita Justisia, SH., MH., M.Kn selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia membagi waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan masukan dan arahnya dalam materi skripsi ini.
8. Ibu Mariatul Qibtiyah, MA.Si selaku penasehat Akademik yang telah banyak memberikan motivasi-motivasi, nasihat, kritik dan sarannya dari awal perkuliahan hingga penulisan Skripsi ini.
9. Segenap dosen pengajar dan staff di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, yang sudah membekali dan memberikan pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti mengakui penulisan ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga usaha yang kita lakukan bernilai ibadah dimata Allah SWT. Aamiin.

Palembang, 02 Desember 2019

Penulis

Dea Al Syaqqinah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman banyak terjadi bentuk perubahan sosial dalam kehidupan masyarakat, baik itu perubahan dalam segi positif maupun negatif. Di era zaman modern saat ini banyak sekali perubahan etika, moral, serta gaya hidup. Terlebih lagi media massa yang sudah menjadi makanan sehari-hari juga turut mempengaruhi perubahan sosial yang ada di kalangan masyarakat melalui tayangan berita/informasi yang disajikannya.

Perubahan sosial terjadi mencakup sistem sosial yang terdapat pada perbedaan antara keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu berlainan. Perubahan sosial adalah setiap perubahan yang tak terulang dari sistem sosial sebagai satu kesatuan. Perubahan sosial juga bersifat dinamis mengikuti perkembangan zaman dari masa ke masa.¹

Peranan media massa dalam berbagai aspek kehidupan sosial di masyarakat modern begitu besar. Hal ini sangat wajar apabila media massa digunakan untuk berbagai kepentingan, untuk mempercepat proses perubahan sosial pada negara berkembang, untuk kampanye politik, periklanan, serta propaganda.

Media massa merupakan alat bantu utama dalam melakukan proses komunikasi masa, sebab komunikasi massa sendiri secara sederhana yaitu berarti kegiatan komunikasi dengan menggunakan media massa. Selain itu,

¹ Piotr Sztompka.(2004). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group, h. 3.

media massa hanya menyajikan informasi yang *variatif* dengan informasi yang lebih aktual.²

Dalam era global teknologi yang berkembang saat ini, semakin memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi secara cepat tanpa kendala ruang dan waktu. Media massa telah merasuk (*perpassive*) kedalam kehidupan modern. Tokoh politik menghabiskan sebagian besar dana kampanye melalui iklan televisi untuk menjaring pemilih.³

Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi massa.⁴ Perkembangan teknologi menyebabkan munculnya beragam penggunaan bahasa dan diikuti perubahan perilaku sesuai media yang digunakan, sebagai makhluk sosial kita harus cermat dalam menghadapi perkembangan dunia.

Teknologi informasi menjadi babak baru tata dunia dalam perkembangan komunikasi manusia. Revolusi komunikasi ini jika diurutkan dapat dimulai dari tahap pra lisan, lisan, tulisan, cetakan, media massa, *cybernetic* hingga media elektronik. Media massa mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi kehidupan di masa ini dan masa mendatang. Tentu saja setiap komunikasi membutuhkan medium atau sasaran pengiriman seperti kolom di koran atau gelombang siaran. Namun komunikasi massa merujuk pada keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan koran, majalah, stasiun pemancar yang mampu menyampaikan pesan-pesan kejutaan orang nyaris serentak. Sebagai pranata sosial, keberadaannya tidak hanya

² Hasrullah.(2003). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana, h. 21.

³ Jhon Vivian.(2015). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta:Prenadamedia Group, h. 4.

⁴ William L.River.(2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana, h. 4.

membuahkan manfaat namun juga masalah: *control*, permasalahan pemerintah sarana penunjang ekonomi.⁵

Adapun karakteristik dalam komunikasi massa yaitu bersifat melembaga, bersifat satu arah, meluas dan serempak serta bersifat terbuka. Komunikasi massa sendiri erat kaitannya dengan pers, artinya pada proses komunikasi tidak terlepas dari interaksi dengan makhluk sosial dan di dampingi media sebagai pendukung, baik media cetak maupun elektronik.

Ruang lingkup pers harus memperhatikan isi dari tiap berita yang disajikan, agar tidak terjadi efek negatif dari kebebasan pers yang berkemungkinan dapat memprovokasi masyarakat atau pihak tertentu. Media pers harus senantiasa memperhatikan keaktualitasan dan keakuratan setiap berita melalui siaran informasi yang disajikan, agar penikmat media massa dapat tetap mengikuti perkembangan informasi. Karena tujuan media massa itu memiliki fungsi informasi, menyalurkan aspirasi masyarakat, menyebarkan komunikasi dan keikutsertaan masyarakat.

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat menyebabkan pengaruh yang besar terhadap penyebaran informasi, hal ini berarti pula pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat. Informasi juga turut membawa kita ke dalam pola pikir, bergaya hidup tertentu dan media *online* merupakan salah satu media yang saat ini semakin banyak digunakan oleh berbagai kalangan.

⁵ *Ibid*, h. 18.

Media *online*, yang biasa disebut secara umum adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media *online* adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara *online*, baik itu segala media cetak maupun media elektronik. Misalnya koran/surat kabar disajikan secara *online* maka dapat dikatakan sebagai media *online*. Televisi yang ditayangkan melalui internet disebut sebagai media *online* (*televisi online*), dan lain-lain.⁶

Penggunaan teknologi komunikasi yang dapat digunakan secara mudah, cepat dan bebas, hal ini seringkali menimbulkan berbagai polemik dan penyimpangan akan kebebasan berdemokrasi yang keliru, yang tidak sesuai dengan norma dan kaidah yang berlaku, masyarakat terkadang tidak bisa mengontrol apa yang mereka lakukan dalam menggunakan media sosial sering kali ingin menyampaikan pendapat tapi justru malah melakukan perbuatan tidak menyenangkan kepada suatu objek bahkan menyinggung unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar golongan).

Seperti yang kita ketahui saat ini dalam menyambut pilpres 2019 yang dimana pada masa kampanye tepatnya pada tanggal 23 September 2018 sampai 13 April 2019, berbagai konflik yang terkadang justru sering kita temui karena adanya perbedaan pendapat pada setiap masing-masing pendukung. Hal ini semakin pelik dengan merebaknya fenomena ujaran kebencian (*hate speech*) di berbagai media sosial.

⁶ Nawiroh Vera.(2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta : Ghalia Indonesia, h. 89.

Ujaran kebencian (*hate speech*) adalah segala bentuk tindakan maupun komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok kepada pihak tertentu dalam bentuk provokasi, hasutan dan hinaan yang menyangkut unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Antargolongan) yang sudah melampaui aturan norma-norma sehingga pihak yang mendapatkan tindakan tersebut merasa dirugikan. Tindakan ujaran kebencian ini bisa terjadi dimanapun, kepada siapa dan dimana saja. Namun sering kali terjadi di media sosial, karena saat ini telah memasuki era teknologi yang didukung oleh jaringan internet semakin memudahkan penggunanya untuk mengakses dan mempublikasikan apapun secara cepat dan bebas guna kepentingan tertentu.

Internet saat ini salah satunya menjadi saluran politik, dimana orang-orang menggunakannya untuk membaca dan mengekspresikan opini-opini politik mereka. Oleh karena itu, internet menghubungkan politisi, partisipan partai-partai politik, aktivis, dan organisasi nonpartai serta masyarakat secara umum. Penggunaan internet pada komunikasi politik yang semakin meluas tentu tidak bisa kita lepaskan dari lingkungan dinamis yang terjadi di dunia, di kawasan Asia dan di Indonesia sendiri.⁷

Kebanyakan konflik termasuk kategori layak berita. Konflik fisik seperti perang atau perkelahian merupakan layak berita karena pada umumnya ada kerugian dan korban. Kekerasan itu sendiri membangkitkan emosi dari pihak yang menyaksikan dan mungkin ada pertimbangan langsung. Perang, pembunuhan, kekerasan biasanya mendapat tempat di halaman muka. Selain

⁷ Gun Gun Heriyanto.(2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta:IRCiSoD, h. 23.

konflik fisik ini, debat-debat (konflik) mengenai pencemaran, reaktor nuklir dan ratusan isu yang menyangkut kualitas dari kehidupan mendapat tempat yang penting pada pemberitaan.⁸

Permasalahan hukum yang kerap kali dihadapi adalah ketika terkait dengan penyampaian informasi, komunikasi dan/atau data secara elektronik, khususnya dalam hal pembuktian serta hal yang terkait dengan pembuatan hukum yang dilaksanakan melalui sistem elektronik. Sebagai akibat dari perkembangan yang demikian, maka lambat laun, teknologi informasi dengan sendirinya juga telah mengubah perilaku masyarakat dari peradaban manusia secara global.⁹ Tindakan demikian tentu saja bisa merugikan pihak tertentu, agar mempunyai efek jera untuk para pelaku penghinaan, ujaran kebencian (*hate speech*) maka diberlakukan hukum sebagaimana dinyatakan dibawah ini.

Dalam istilah tindak pidana penghinaan yang tercantum di dalam pasal 310 KUHP ayat (1) berbunyi:

“Barang siapa sengaja merusak kehormatan atau nama baik seseorang dengan jalan menuduh dia melakukan sesuatu perbuatan dengan maksud yang nyata akan tersiarnya tuduhan itu, dihukum karna menista, dengan hukuman sebanyak-banyaknya Rp.4.500,-.¹⁰ Merupakan suatu istilah umum dalam menggambarkan tindak pidana terhadap kehormatan.”

⁸ Luwi Ishwara.(2011). *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas, h. 77.

⁹ Budi Suhariyanto.(2014). *Tindak Pidana Teknologi Informasi (CYBERCRIME)*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, h. 2.

¹⁰ R.Soesilo.(1995). *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Serta Komentar KomentarnyaLengkap Pasal Demi Pasal*. Bogor: Politeia, h. 255.

Tindak pidana kehormatan ini, menurut hukum pidana terdiri dari empat bentuk, yakni:

1. Menista secara lisan
2. Menista secara tertulis
3. Fitnah
4. Penghinaan ringan.¹¹

Sedangkan pada Pasal 45A Ayat (2) jo Pasal 28 Ayat (2) UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dengan ancaman hukuman maksimal 5 tahun penjara. Sebagaimana berbunyi :

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA).”¹²

Sebagaimana permasalahan diatas peneliti mengambil objek penelitian Kompas.com sebagai media *online* karena, Kompas.com cukup banyak menyoroti tentang berbagai pemberitaan mengenai ujaran kebencian. Kompas.com merupakan salah satu dari sekian banyak portal berita *online* di Indonesia yang dipandang sebagai penyedia informasi yang aktual dan memiliki kecepatan berita yang selalu di update setiap saat.

¹¹ Leden Merpaung.(1997). *Tindak Pidana Kehormatan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, h.15.

¹² Anggara Suwahju, *Menakar makna “antar-golongan” dalam pasal 28 (2) UU ITE*, <https://beritagar.id/artikel/telatah/menakar-makna-antar-golongan-dalam-pasal-28-2-uu-ite>, Diakses tanggal 26 November 2019.

Kompas.com adalah portal berita *online* yang berdiri sejak tahun 1998 dan sepuluh tahun kemudian, pada tahun 2008 Kompas.com tampil dengan perubahan penampilan yang signifikan. Mengusung ide “*Reborn*”, Kompas.com membawa logo, tata letak, hingga konsep baru di dalamnya. Menjadi lebih kaya, lebih segar, lebih elegan dan tentunya tetap mengedepankan unsur *user-friendly dan advertiser-friendly*. Sinergi ini menjadikan Kompas.com sebagai sumber informasi lengkap, yang tidak hanya menghadirkan berita dalam bentuk teks, gambar, video, hingga *live streaming*. Perubahan inipun mendorong bertambahnya pengunjung aktif Kompas.com diawal tahun 2008 yang mencapai 20 juta pembaca aktif per bulan, dan total 40 juta *page views/impression* per bulan.

Berdasarkan permasalahan tindak ujaran kebencian yang semakin marak saat ini dan diinformasikan melalui media *online*, khususnya Kompas.com maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)**”

B. Rumusan Masalah

Bagaimana isi berita dari Kompas.com mengenai ujaran kebencian dalam masa kampanye 23 September 2018 sampai 14 April 2019, menjelang pilpres 2019 ditinjau dari teori Analisis Isi oleh model Holsti ?

C. Tujuan Penelitian

Maka tujuan penelitiannya adalah guna mengetahui isi berita dari Kompas.com mengenai ujaran kebencian dalam masa kampanye 23 September 2018 sampai 14 April 2019, menjelang pilpres 2019 ditinjau dari teori Analisis Isi oleh model Holsti.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan ujaran kebencian.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan pedoman dan bahan penyuluhan informatif serta edukatif bagi masyarakat, sehingga bisa mengetahui tentang kebebasan berpendapat tanpa harus menyuarakan ujaran kebencian ataupun penghinaan terhadap individu dan kelompok tertentu serta sebagai acuan penelitian-penelitian selanjutnya, baik akademis maupun non akademis.

E. Tinjauan Pustaka

Tujuan dari tinjauan pustaka adalah untuk mengetahui hasil dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya serta memastikan bahwa masalah yang akan diteliti belum pernah diteliti oleh pihak manapun.

Penelitian mengenai Analisis isi banyak banyak dilakukan pada media-media massa, beberapa penelitian yang dilakukan antara lain sebagai berikut :

Pertama, adalah skripsi yang disusun oleh Irma Suryani mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2014 dengan judul Nilai Profetik dalam Media Massa (Analisis Isi Opini Harian Republika Periode Ramadhan 1434 H). Penelitian ini menggunakan metode desain analisis isi kuantitatif, dengan menggunakan analisis isi model Eriyanto yang menjelaskan bahwa penelitian menggunakan metode ini hanya memfokuskan pada bahan yang tersurat saja. Peneliti hanya meng-*coding* (memberi tanda) apa yang dilihat.

Kedua, penelitian yang dibuat oleh Maya Kusuma W Mahasiswa Ilmu Komunkasi Fakuktas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 2013 yang berjudul Objektivitas Koran Lokal dalam Liputan Berita Pemilukada (Analisis Isi Berita Kampanye Pemilukada DKI Jakarta pada Surat Kabar Harian Pos Kota dan Warta Kota Periode 24 Juni- 7 Juli 2012). Penelitian ini menggunakan analisis berita dengan menggunakan teori obyektivitas yang dikemukakan oleh Westertahl.

Ketiga, penelitian Febri Kurniasih Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univesitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2010 dengan judul Media dan Penyajian Berita Pembentukan Kabinet (Studi Analisis Isi Penyajian Berita Pembentukan Kabinet Indonesia Bersatu II di Surat Kabar Harian Kompas dan Republika Periode 11-31 Oktober 2009). Objek penelitian ini adalah Berita Pembentukan Kabinet Indonesia Bersatu II.

Sedangkan teori yang digunakan adalah analisis isi dari Berelson dan Krippendorf.

Dari ketiga tinjauan pustaka di atas terdapat perbedaan dan persamaan penelitian yang dibuat. Pada penelitian pertama, penelitian ini sama-sama menggunakan teori analisis isi tetapi terdapat perbedaan pada metode yang digunakan serta subjek dan objek penelitiannya. Pada penelitian kedua, sama-sama meneliti suatu berita tetapi, berbeda dalam segi teori yang dipakai. Pada penelitian ketiga, sama-sama menganalisis suatu berita menggunakan analisis isi namun, berbeda model yang dipakai. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sama-sama meneliti suatu berita pada media massa dan yang membedakannya adalah metode, teori, dan model yang dipakai.

Tabel 1
Pembanding Penelitian Terdahulu

NO	Judul	Peneliti	Metode yang digunakan	Perbedaan Penelitian
1	Nilai Profetik Dalam Media Massa (Analisis Isi Opini Harian Republika Periode Ramadhan 1434 H)	Irma Suryani	Deskriptif Kuantitatif	Metode penelitian, objek penelitian, subjek penelitian dan model teori penelitian.
2	Objektivitas Koran Lokal Dalam Liputan Berita Pemiluakada (Analisis Isi Berita Kampanye Pemiluakada DKI Jakarta pada Surat Kabar Harian Pos Kota dan Warta Kota Periode 24 Juni- 7 Juli 2012)	Maya Kusuma W	Deskriptif Kualitatif	Objek penelitian, subjek penelitian dan teori penelitian
3	Media dan Penyajian Berita Pembentukan Kabinet (Studi Analisis Isi Penyajian Berita Pembentukan Kabinet Indonesia Bersatu II di Surat Kabar Harian Kompas dan Republika Periode 11-31 Oktober 2009)	Febri Kurniasih	Deskriptif Kualitatif	Subjek penelitian dan model teori penelitian

F. Kerangka Teori

1. Analisi Isi

a. Definisi Analisis Isi

Analisis Isi merupakan sebuah teknik yang dipakai untuk menganalisis dan memahami teks, juga dapat diartikan sebagai teknik penyelidikan yang berusaha menguraikan pesan secara obyektif.¹³ Analisis isi mempunyai banyak pengertian menurut para ahli yang diantaranya adalah :

Menurut Holsti “Analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara obyektif, sistematis, generalis”. Menurut Krippendorff “Analisis isi adalah suatu teknik untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan *sahih* dengan memperhatikan konteksnya”. Menurut Weber “Analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks”.¹⁴

b. Tujuan Analisis Isi

Tahapan awal dalam menyusun desain riset ialah menentukan dengan jelas tujuan analisis isi. Hanya dengan tujuan yang jelas, maka desain riset juga dapat dirumuskan dengan jelas pula. Mengapa? Karena desain riset pada dasarnya dibuat untuk menjawab

¹³ John Fiske.(2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo, h. 233.

¹⁴ *Ibid*, h. 35

pertanyaan dalam tujuan penelitian. Seperti analogi pembangunan rumah sebelumnya. Seorang arsitek tidak akan dapat bekerja tanpa terlebih dahulu bertanya kepada pemilik. Pemiliklah yang akan menuntut rumah seperti apa yang ingin dia bangun. Dilihat dari tujuan analisis isi, peneliti harus menentukan apakah analisis isi hanya ingin menggambarkan karakteristik dari pesan ataukah analisis isi lebih jauh ingin menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan tertentu. Kedua tujuan penelitian ini, akan membawa konsekuensi pada desain riset yang akan dibuat. Jika peneliti hanya ingin menggambarkan secara detail isi (*content*), maka ia hanya fokus pada variabel yang ada pada isi. Sementara jika peneliti ingin mengetahui penyebab dari suatu isi, maka peneliti harus memerhatikan faktor lain (mungkin di luar analisis isi) yang berdampak pada isi.¹⁵

c. Model dalam Analisis Isi, Holsti (1969-28)

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil teori analisis isi yang dipakai dalam bahasa Holsti (1969-28). Analisis isi disini dipakai untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, dan how*” dari suatu proses komunikasi. Pertanyaan “*what*” berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan, tren, dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan “*to whom*” dipakai untuk menguji hipotesis

¹⁵ Eriyanto.(2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, h. 32

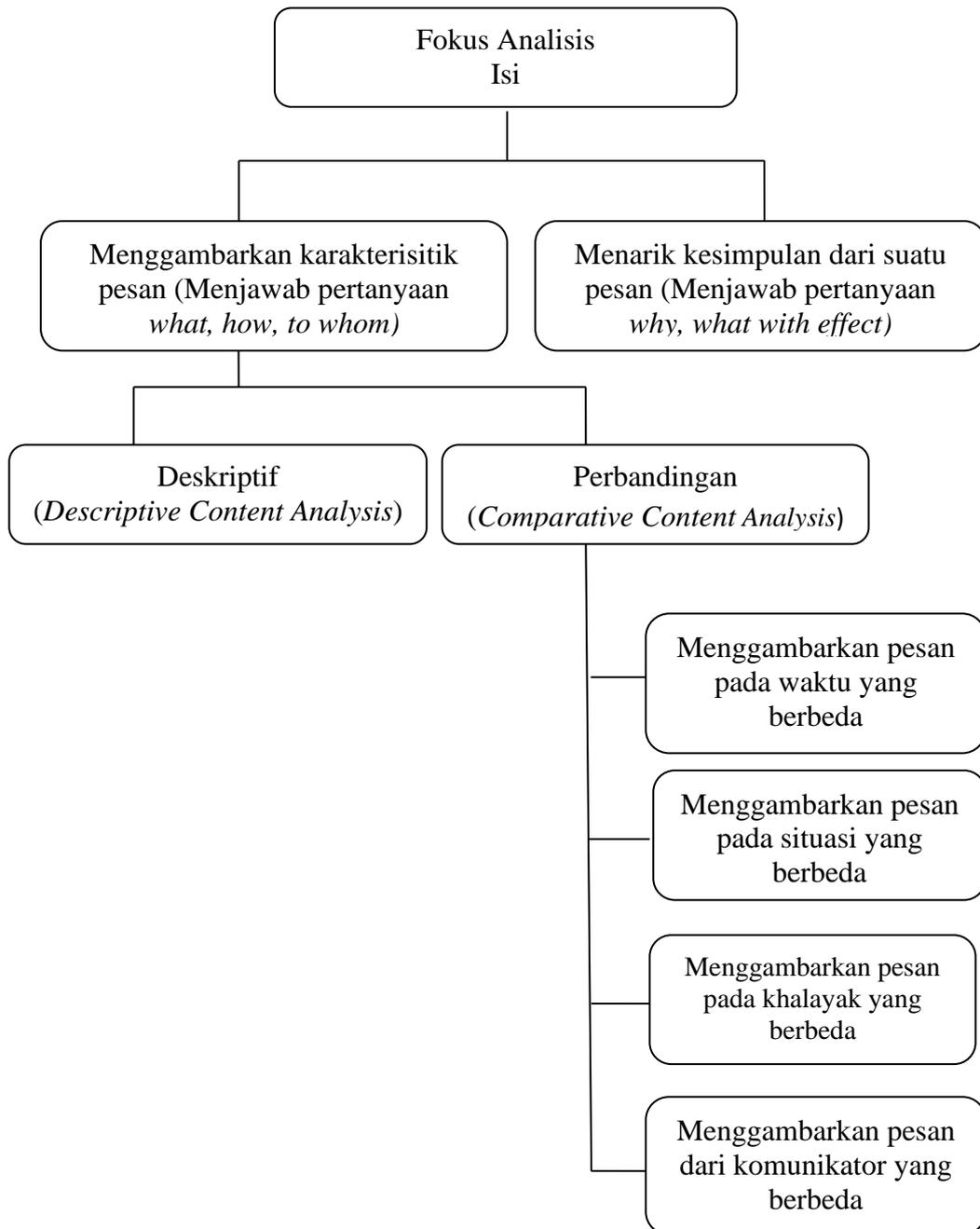
mengenai isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. Sementara pertanyaan “*how*” terutama berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan.¹⁶ Analisis isi menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan.

Ada analisis isi yang hanya menggambarkan pesan (teks). Tetapi ada juga analisis isi yang di desain untuk melakukan perbandingan (komparatif) misalnya perbandingan antarwaktu, antarkomunikator yang berbeda, dan antarkhalayak yang berbeda.¹⁷

¹⁶ *Ibid*, h. 33.

¹⁷ *Ibid*, h. 33-32.

d. Desain Analisis Isi



Bagan 1 Fokus Analisis Isi

Sumber: Adaptasi dan digambar dari penjelasan Holsti (1969).

Dari bagan yang digambarkan diatas dapat dijelaskan bahwa tujuan fokus analisis isi disini untuk menguraikan karakteristik pesan, menjawab pertanyaan (*what, how, to whom*). Ada pula analisis disini dipakai untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan menjawab pertanyaan (*why, what with effect*). Dari uraian mengenai karakteristik pesan kemudian melakukan deskriptif dan perbandingan, paling tidak ada empat desain guna menggambarkan karakteristik pesan.

Pertama, analisis yang dipakai untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda. Analisis ini dipakai untuk menggambarkan kecenderungan (tren) dari suatu pesan komunikasi. Banyak penelitian analisis isi yang mengambil desain penelitian seperti ini. Peneliti mengambil suatu kasus dan sumber, kemudian melihat perbedaan pesan dari satu waktu ke waktu lain. Dengan cara ini, akan dapat dilihat tren perubahan dari suatu pesan. *Kedua*, analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada situasi yang berbeda. Situasi disini dapat berupa konteks yang berbeda-budaya, sosial, dan politik. Desain analisis memasukan pesan dari sumber yang sama, tetapi dalam konteks situasi yang berbeda. Banyak analisis isi yang menggunakan penelitian ini.¹⁸

Ketiga, analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada khalayak yang berbeda. Khalayak disini merujuk pada pembaca, pendengar

¹⁸ *Ibid*, h. 34-35.

atau pemirsa media yang mempunyai karakteristik yang berbeda. Desain analisis isi memasukan pesan dari sumber yang sama, tetapi dari pemirsa yang berbeda. *Keempat*, analisis isi dipakai untuk melihat pesan dari komunikator yang berbeda. Umumnya penelitian ini ingi melihat kasus yang sama dan bagaimana komunikator yang berbeda menghasilkan isi (*content*) yang berbeda dari kasus yang sama. Dari empat desain untuk menggambarkan karakteristik pesan diatas, desain penelitian ini yang mungkin paling banyak dipakai.¹⁹

2. Media Online

Media *online*, merupakann segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media *online* adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara *online*, baik itu segala jenis media cetak maupun media elektronik. Misalnya, koran/surat kabar disajikan secara *online* maka dapat dikatakan sebagai media *online*.²⁰ Beberapa contoh dari media *online* antara lain (Detik.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, CNNIndonesia.com) termasuk Kompas.com sebagai objek dalam penelitian.

a. Ciri-Ciri Media Online

Berdasarkan definisi media *online* di atas, ada beberapa karakteristik yang membedakan media *online* dengan media lainnya, diantaranya adalah :

¹⁹ *Ibid*, h. 38-39

²⁰ Nawiroh Vera.(2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, h. 89.

1) Kecepatan Informasi

Merupakan karakteristik media *online* yang paling menonjol dibandingkan dengan media konvensional. Peristiwa atau kejadian di lapangan dapat langsung di-*upload* dalam hitungan detik atau menit. Tidak seperti media cetak yang membutuhkan waktu lebih lama dalam hal publikasinya.

2) Informasi Bisa di-*Update*

Penyampaian informasi di media *online* dapat dilakukan secara *realtime* dan terus menerus. Ketika ada pembaruan/*update* informasi terkait informasi lama, maka dapat dilakukan perubahan. Proses pembaruan/*update* ini dapat dilakukan secara *realtime*.

3) Bisa Berinteraksi dengan *Audiens*

Hal ini merupakan salah satu kelebihan dari media *online*, fungsi interaktif yang tidak dimiliki media konvensional. Media *online* memiliki fitur email, *chat*, survei, kolom komentar, dan lain-lain, yang berfungsi sebagai cara berinteraksi dengan *audiens*.

4) Personalisasi

Pengguna sebuah media *online* dapat menentukan atau memilih informasi seperti apa yang dibutuhkan. Dengan begitu, maka pengguna hanya membaca informasi yang relevan dengan pilihannya.

5) Kapasitas Muatan Dapat Ditambah

Setiap media *online* didukung oleh media penyimpan data di *server* komputer. Dengan menambah kapasitas media penyimpanan, maka tidak khawatir informasi lama yang pernah dipublikasikan hilang sementara informasi baru tetap dapat *diupdate*.

6) Terhubung Kepada Sumber Lain

Informasi yang disajikan pada media *online* dapat dikaitkan dengan sumber lain yang relevan, baik dari sumber yang sama ataupun dari sumber yang berbeda.²¹

b. Jenis-Jenis Media *Online*

Berdasarkan cara publikasinya, media *online* dapat dibagi menjadi beberapa jenis, berikut adalah jenis-jenis media *online* :

- 1) Situs Berita *Online* (Detik.com, Kompas.com, Tribunnews.com, Liputan6.com)
- 2) Situs Pemerintah (BPK.go.id, Imigrasi.go.id, Kejaksaan.go.id)
- 3) Situs Perusahaan (Promonavigator.com)
- 4) Situs *E-commerce* (Bukalapak.com, Tokopedia.com, Lazada.com)
- 5) Situs Media Sosial (Twitter.com, Facebook.com, Youtube.com)
- 6) Situs Blog (Maxmanroe.com)
- 7) Situs Forum Komunitas (Kaskus.co.id)

²¹ Maxmanroe, *Pengertian Media Online Secara Umum, Ciri-ciri, fungsi, Jenis, dan Contoh*, <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html>, Diakses tanggal 07 Maret 2019.

8) Aplikasi *Chatting* (Blackberry Messenger, Line, WhatsApp).²²

3. Berita

Berita (*news*) berasal dari bahasa latin, yaitu *novus* atau *nova* yang berarti baru (*new*), dari pengertian itu dijelaskan bahwa berita selalu merupakan kejadian yang bersifat baru, artinya baru diketahui oleh penerima berita, atau berita adalah sesuatu yang pada waktu tertentu menarik hati sejumlah orang dan berita yang baik ialah berita yang paling banyak menarik dan dilihat oleh khalayak.²³

Berita adalah laporan suatu peristiwa yang sudah terjadi, gagasan atau pendapat seseorang atau kelompok (politisi, ekonom, budayawan, ilmuwan, agamawan, dan lain sebagainya) atau temuan-temuan baru dalam segala bidang yang dipandang penting dan diliput wartawan/reporter untuk dimuat dalam media massa cetak atau ditayangkan dalam media televisi atau disiarkan melalui radio.²⁴ Dalam penulisan berita tentu saja harus mempunyai syarat dan unsur-unsur agar bisa di konsumsi oleh khalayak yaitu sebagai berikut :

a. Syarat berita

- 1) Fakta, artinya berita harus berdasarkan pada kejadian atau peristiwa yang benar-benar nyata.
- 2) Terkini, artinya jarak penyiaran berita dengan waktu kejadian tidak telalu jauh.

²² *Ibid.*

²³ Almakusumah.(1991). *Jurnalistik, Hukum dan Komunikasi Massa*. Jakarta: Dharma Anutama, h. 25-26.

²⁴ *Ibid.*

- 3) Seimbang, artinya berita harus ditulis dan disampaikan dengan seimbang, tidak memihak pada salah satu pihak.
- 4) Lengkap, artinya berita haruslah memenuhi unsur berita.
- 5) Menarik, artinya berita harus mampu menarik minat pembaca atau pendengarnya. Berita bisa dikatakan menarik jika bermanfaat bagi pembaca atau pendengarnya, berkaitan dengan tokoh terkenal, kejadian penting.
- 6) Humor, aneh, luar biasa atau bersifat konflik.
- 7) Sistematis, artinya berita harus disusun secara sistematis, urutannya jelas sehingga pembaca tidak bingung dalam menangkap isi berita.²⁵

b. Unsur-unsur berita 5W+1H

- 1) *What* – Apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa ?
- 2) *Who* – Siapa yang terlibat di dalamnya ?
- 3) *Where* – Dimana terjadinya peristiwa itu ?
- 4) *When*- Kapan terjadinya ?
- 5) *Why*- Mengapa peristiwa itu terjadi ?
- 6) *How* – Bagaimana terjadinya ? .²⁶

²⁵ Rajil Munir, Pengertian Berita, *Jenis-jenis, Syarat, Ciri-ciri, Unsur, Fungsi, Struktur dan Sifat Berita*, <https://forum.teropong.id/2017/09/10/pengertian-berita-jenis-jenis-syarat-ciri-ciri-unsur-fungsi-struktur-dan-sifat-berita/>, Diakses tanggal 11 Maret 2019.

²⁶ Jurnal Hasil Riset, *Pengertian Berita Menurut Para Ahli*, <https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>, Diakses tanggal 10 Maret 2019.

4. Ujaran Kebencian

Ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, kewarganegaraan, agama, dan lain-lain.

Seperti yang diketahui saat ini fenomena ujaran kebencian semakin merebak dikalangan masyarakat dan bisa merugikan pihak yang menjadi korban. Sehingga Kapolri mengeluarkan SE (Surat Edaran) dengan Nomor SE/06/X/2015 mengenai penanganan tindakan ujaran kebencian dari bentuk, aspek dan media, Adapun hal-hal yang perlu diketahui dalam Surat Edaran (SE) tersebut adalah :²⁷

Pada Nomor 2 huruf (f) SE itu, disebutkan bahwa ujaran kebencian dapat berupa tindak pidana yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan ketentuan pidana lainnya di luar KUHP, yang berbentuk antara lain:

- a. Penghinaan
- b. Pencemaran nama baik
- c. Penistaan
- d. Perbuatan tidak menyenangkan
- e. Memprovokasi
- f. Menghasut

²⁷ Fabian Januarius Kuwado, *Berbagai Hal yang Perlu Diketahui Soal Edaran Kapolri Tentang Hate Speech*, <https://nasional.kompas.com/read/2015/10/30/06060001/Berbagai.Hal.yang.Perlu.Diketahui.soal.Edaran.Kapolri.tentang.Hate.Speech>, Diakses tanggal 11 Maret 2019.

- g. Menyebarkan berita bohong dan semua tindakan di atas memiliki tujuan atau bisa berdampak pada tindak diskriminasi, kekerasan, penghilangan nyawa, dan atau konflik sosial.

Pada huruf (g) selanjutnya disebutkan bahwa ujaran kebencian sebagaimana dimaksud di atas bertujuan untuk menghasut dan menyulut kebencian terhadap individu dan atau kelompok masyarakat dalam berbagai komunitas yang dibedakan dari aspek:

- a. Suku
- b. Agama
- c. Aliran keagamaan
- d. Keyakinan atau kepercayaan
- e. Ras
- f. Antargolongan
- g. Warna kulit
- h. Etnis
- i. Gender
- j. Kaum difabel
- k. Orientasi seksual.

Pada huruf (h) selanjutnya disebutkan bahwa ujaran kebencian sebagaimana dimaksud di atas dapat dilakukan melalui berbagai media, antara lain:

- a. Dalam orasi kegiatan kampanye
- b. Spanduk atau banner

- c. Jejaring media sosial
- d. Penyampaian pendapat di muka umum (demonstrasi)
- e. Ceramah keagamaan
- f. Media massa cetak atau elektronik
- g. Pamflet.

Pada huruf (i), disebutkan bahwa dengan memperhatikan pengertian ujaran kebencian di atas, perbuatan ujaran kebencian apabila tidak ditangani dengan efektif, efisien, dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, akan berpotensi memunculkan konflik sosial yang meluas, dan berpotensi menimbulkan tindak diskriminasi, kekerasan, dan atau penghilangan nyawa.

Apabila ditemukan perbuatan yang berpotensi mengarah ke tindak pidana ujaran kebencian, maka setiap anggota Polri wajib melakukan tindakan, antara lain:

- a. Memonitor dan mendeteksi sedini mungkin timbulnya benih pertikaian di masyarakat
- b. Melakukan pendekatan pada pihak yang diduga melakukan ujaran kebencian
- c. Mempertemukan pihak yang diduga melakukan ujaran kebencian dengan korban ujaran kebencian

- d. Mencari solusi perdamaian antara pihak-pihak yang bertikai dan memberikan pemahaman mengenai dampak yang akan timbul dari ujaran kebencian di masyarakat

Jika tindakan preventif sudah dilakukan namun tidak menyelesaikan masalah, maka penyelesaiannya dapat dilakukan melalui upaya penegakan hukum sesuai dengan:

- a. KUHP
- b. UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- c. UU Nomor 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis
- d. UU Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penanganan Konflik Sosial, dan Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2013 tentang Teknis Penanganan Konflik Sosial.²⁸

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau tulisan dan lisan dari perilaku fokus penelitian yang diamati.²⁹ Penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Sugiono.(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, h. 213.

berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (*grounded theory*) mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi.³⁰ Dalam penelitian berjudul *Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)* data diperoleh dari hasil observasi di deskripsikan dari perilaku fokus penelitian yang diamati.

2. Sumber Penelitian

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³¹

Dalam penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yang digunakan ialah berita di media *online* Kompas.com, yang terfokus dalam pemberitaan yang berkaitan dengan ujaran kebencian pada masa kampanye 23 September 2018 sampai 14 April 2019 menjelang PilPres 2019.

b. Data Sekunder

Data pendukung yang didapat bersumber dari buku, jurnal, dan data dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

³⁰ Imam Gunawan.(2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, h. 80.

³¹ Lexy J Moleong.(2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, h. 112.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Nasution (1988) menyatakan bahwa Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan seiring dengan bantuan alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil maupun yang sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas.³²Salah satu teknik yang peneliti gunakan yaitu melakukan pengamatan langsung (observasi) terhadap berita ujaran kebencian pada media *online* Kompas.com.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambaran, atau karya-karya monumenal dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, cerita dan peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain.³³Dan peneliti menjadikan berita pada media *online* Kompas.com sebagai data yang berbentuk dokumentasi.

³² Sugiono.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA CV, h. 309.

³³ *Ibid*, h. 240.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam sistematika penulisan, serta dalam mencapai tujuan, maka penulisan ini akan dibagi menjadi kedalam beberapa bab dan sub bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan .

BAB II : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum, meliputi sejarah singkat berdirinya tentang media *online* Kompas.com.

BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang jawaban dari permasalahan penelitian berupa bagaimana isi dari berita tindak ujaran kebencian menjelang Pilpres 2019 pada media *online* Kompas.com

BAB IV : PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN

Berupa penarikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yang menguraikan kesimpulan dan saran terhadap hasil penelitian.

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Media *Online* Kompas.com

Fokus penelitian ini yaitu pada media *online* kompas.com menganalisis mengenai isi berita ujaran kebencian pada masa kampanye menjelang pilpres 2019 dan berdasarkan gambaran umum mengenai kompas.com yang akan diuraikan dibawah ini, data yang peneliti tuliskan sebagian besar bersumber dari situs resmi kompas.com dengan *tagline* “jernih melihat dunia”.

1. Sejarah Berdirinya media *online* Kompas.com

Kompas.com adalah salah satu pelopor media *online* di Indonesia ketika pertama kali hadir di internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas *Online*. Mulanya, Kompas *Online* atau KOL yang diakses dengan alamat kompas.co.id hanya menampilkan replika dari berita-berita harian kompas yang terbit di hari itu.

Tujuannya adalah memberikan layanan kepada para pembaca harian kompas di tempat yang sulit di jangkau oleh jaringan distribusi kompas. Dengan hadirnya kompas *online*, para pembaca harian kompas terutama di Indonesia bagian timur dan di luar negeri dapat menikmati harian kompas hari itu juga, tidak perlu menunggu beberapa hari seperti biasanya. Kemudian, demi memberikan layanan yang maksimal, pada awal tahun 1996 alamat kompas *online* berubah menjadi www.kompas.com. Dengan alamat baru kompas *online* menjadi semakin populer buat para pembaca setia harian kompas di luar negeri.

Melihat potensi dunia digital yang besar, Kompas *online* kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri dibawah bendera PT. Kompas Cyber Media (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak saat itu, Kompas *online* lebih kenal dengan sebutan KCM. Di era ini, para pengunjung KCM tidak lagi hanya mendapatkan replika harian Kompas, tapi juga mendapatkan update perkembangan berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari.³⁴

Pengunjung KCM meningkat pesat seiring dengan tumbuhnya pengguna Internet di Indonesia. Mengakses informasi dari internet kini sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kegiatan kita sehari-hari. Dunia digital pun terus berubah dari waktu ke waktu. KCM pun berbenah diri. Pada 29 Mei 2008, portal berita ini me-*rebranding* dirinya menjadi Kompas.com, merujuk kembali pada brand Kompas yang selama ini dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang memberi makna. Kanal-kanal berita ditambah. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang *update* dan aktual kepada para pembaca. *Rebranding* Kompas.com ingin menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir ditengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.³⁵

³⁴ <https://inside.kompas.com/about-us>, Diakses tanggal 06 September 2019.

³⁵ *Ibid.*

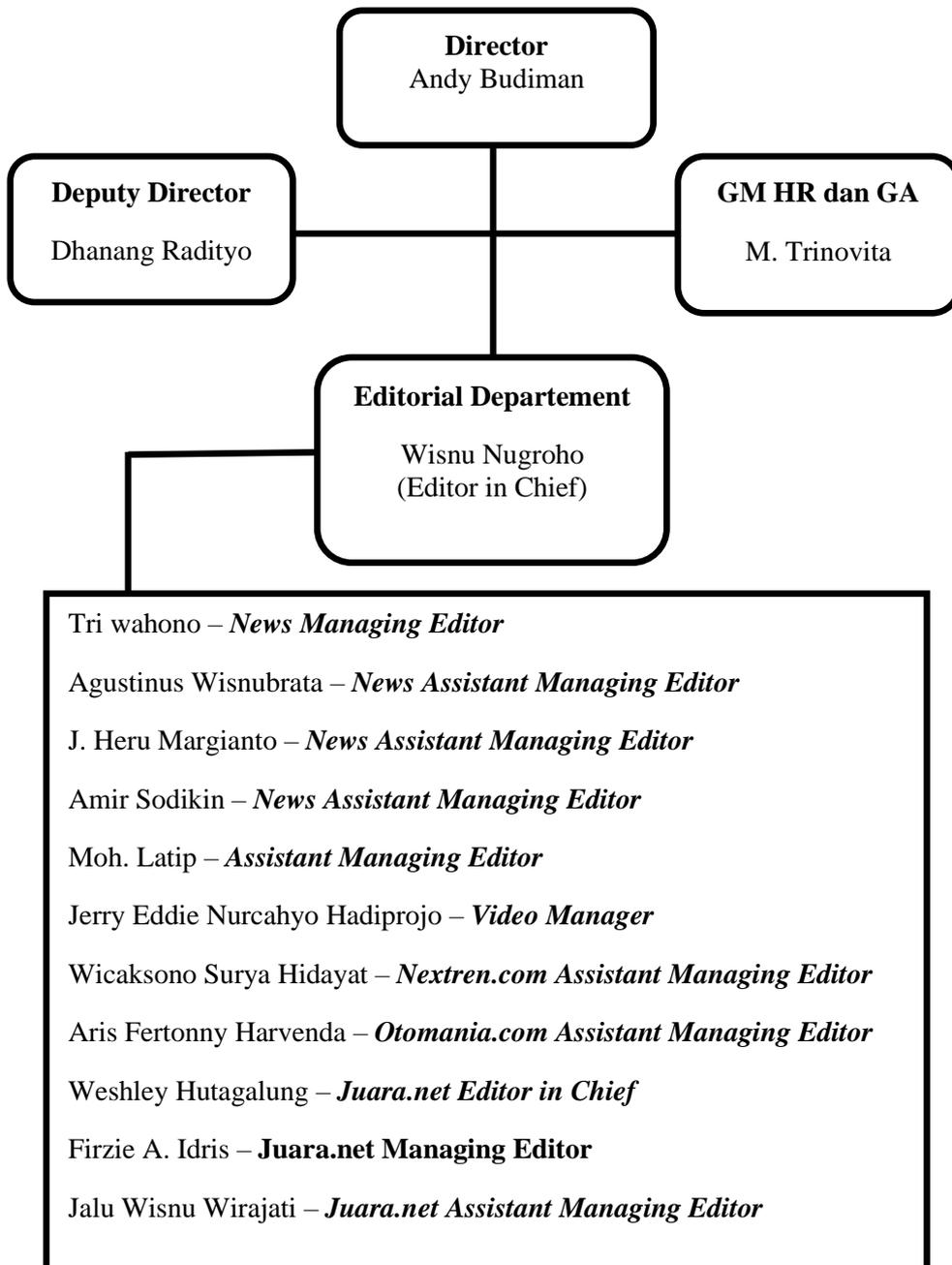
2. Visi dan Misi Kompas.com

Kompas.com memiliki Visi dan Misi yaitu menjadi agen perubahan dalam membangun komunitas Indonesia yang lebih harmonis, toleran, aman dan sejahtera dengan mempertahankan Kompas.com sebagai *market leader* secara nasional melalui optimalisasi sumber daya dan sinergi bersama mitra strategis.³⁶

³⁶ <http://repository.umy.ac.id>, Diakses tanggal 09 September 2019.

3. Struktur Perusahaan Kompas.com

Group Digital Management Team



Bagan 2 Stuktur Perusahaan Kompas.com

Sumber : pdf.sejarah-kompas-com.html

Editor : Laksono Hari Wiwoho, Fidel ali Permana, Glori Kyrious Wadrianto, Farid Assifa, Caroline Sondang Andhikayani Damanik, Ana Shofiana Syatiri, Kistyarini, Palupi Annisa Auliani, Egidius Patnistik, Ervan Hardoko, Pipit Puspita Rini, Erlangga Djumena, Bambang Priyo Jatmiko, Muhammad Reza Wahyudi, Taslimah Widianti Kamil, Lusia Kus Anna Maryati, Deasy Syafrina, I Made Asdhiana, Hilda Hastuti, Jodhi Yudono, Fikria Hidayat, Ni Luh Made Pertiwi Finlandiari, Bestari, Azwar Ferdian, Agung Kurniawan, Sandro Gatra Sinaga, Oik Yusuf Araya, Icha Rastika, Sabrina Asril, Irfan Maullana, J. Pimus, Yunanto Wiji Utomo, Aloysius Gonsaga Angi Ebo, Aprilia Ika, M. Fajar Marta, Pascal S. Bin Saju, Indra Akuntono.

Reporter : Fabian Januarius Kuwado, Robertus Belarminus Goo, Antonius Tjahjo Sasongko, Ferril Dennys Sitorus, Donny Apriliananda, Febri Ardani Saragih, Dian Maharani, Reska Koko Nistanto, Kurnia Sari Azizah, Alsadadrudi, Ihsanuddin, Dani Prabowo, Sakina Rakhma Diah Setiawan, Estu Suryowati, Andri Donnal Putera, Yoga Sukmana, Abba Gabrillin, Ambaranie Nadia Kemala, Wahyu Adityo Prodjo, Jessi Carina, Silvita Agmasari, Yulianus Febriarko, Kahfi Dirga Cahya, Andi Muttya Keteng Pangerang, Tri Susanti Setiawan, Arimbi Ramadhiani, Nabilla Tashandra, Anju

Christian, Nugyasa Laksamana, Tulus Muliawan, Ade Jayadireja, Wisnu Nova, Verdi Hendrawan, Deliusno, Fatimah Kartini Bohang, Yoga Hastyadi Widiartanto, Ridwan Aji Pitoko, Stanley Ravel, Ghulam M. Nayazri .

Photo Editor dan Photographer : Dino Oktaviano Sami Putra,
Heribertus Kristianto Purnomo,
Roderick adrian Mozes,
Ari Prasetyo.

Language Editing Office : Erwin Kusuma Oloan Hutapea,
Dimas Wahyu Trihardjanto,
Eris Eka Jaya.

Administrative dan Secretary : Tania Fredika Titaley,
Ira Fauziah,
Adinda Dwi Putri.

Digital Advertising Division

Devie Emza (*Sales Manager*)

Andrew H. Sinaga (*Sales Asst Manager*)

Amalia Nuraini (*Marketing Communication Assistant Mannager*)

Business Deveploment Departement

Tommy Anugroho (*Business Deveploment Assistant Manager*)

Kompas Karier Departement

Naomi Octavia Corthyna Naibaho (*Kompas Karier Management*)

Finance Departement

Holly Emaria (*Finance Assistant Manager*)

Technology Division

Ihwan Santoso (*Technology Manager*)

Murfi Abbas Hatumena (*Technology Assistant Manager*)

Yohanes Kartiko Pambudi (*Technology Assistant Manager*)

MH Prio Agung Wibowo (*Technology Assistant Manager*)

Director's Staff

Eberhard Nove Ojong (*Digital Media Business Advisor*)

Romi Dandiawan (*Product Management Specialist*)

Anastasia Angeline K (*Secretary to Director dan GM*)

Kompasiana

Pepih Nugraha (*Kompasiana Manager*)

V. Roro Sekar Wening (*Kompasiana Sales Manager*)

Iskandar Zulkarnaen (*Kompasiana Assistant Manager*)

4. Logo dan *Tagline* Kompas.com



Gambar 1 Logo Kompas.com

Sumber : <https://www.google.com/search?q=logo+kompas.com>

Dengan *tagline* Jernih Melihat Dunia, Kompas.com ingin menjadi sebagai media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi dan kekuasaan. Karena itu, Kompas.com tidak hanya menyajikan informasi terkini dalam bentuk berita *hardnews* yang *update* mengikuti *nature*-nya media *online*, tapi berita juga utuh dalam berbagai perspektif dalam menjelaskan duduknya perkara sebuah persoalan yang kerap simpang siur.

Reportase utuh disajikan dalam berbagai bentuk, mulai dari *hardnews*, *softnews/feature*, *wrap-up* berbagai isu yang disajikan tiap pagi, liputan khusus yang memberikan kelengkapan *update* informasi tiap saat, hingga liputan mendalam berupa *long-form*. Laporan mendalam atau *indepth* kami sajikan dalam bentuk *multimedia story telling* yang dikenal sebagai Visual Interaktif Kompas (VIK).

Media *online* dituntut menyajikan berita secara cepat. Namun, bagi Kompas.com kecepatan bukanlah segalanya. “*Get it first, but first get it right*” adalah adagium jurnalistik lama yang masih kami pegang utuh. Di era digital dan media sosial saat ini, ketika kebenaran sulit ditemukan diantara lautan informasi, menemukan kebenaran menjadi sangat relevan. Kompas.com tidak ingin menjadi kegaduhan (*noise*) di media sosial. Kompas.com berupaya memberi jawaban atas kegaduhan-kegaduhan itu (*voice*).

5. Pendanaan Kompas.com

PT Kompas Cyber Media adalah perusahaan media *online* yang seluruhnya dimiliki oleh grup Kompas Gramedia. Grup Kompas Gramedia yang didirikan oleh Jakob Oetama dan PK Ojong.



Gambar 2 Pendiri Grup Kompas Gramedia

Sumber : <http://tentangsejarah1.blogspot.com/2014/05/sejarah-berdirinya-harian-kompascom.html>

Pengeluaran Kompas.com adalah untuk biaya karyawan di divisi editorial, bisnis, dan *support functions*, biaya *event*, biaya *maintenance server* dan pengembangan teknologi dibawah PT Kompas Cyber Media

sebagai perusahaan berbadan hukum (Nomor TDP 09.05.1.73.37957) dengan izin usaha SIUP Nomor 00573/24.1.0/31.71-7.1001/1.824.271/2015. Sebagai perusahaan media *online* yang bertujuan untuk menegakan kebenaran, integritas dan transparansi menjadi komitmen. Untuk itu, maka seluruh catatan keuangan terbuka, untuk diakses oleh publik dalam hal ini pengeluaran tim *Fact-checker* Kompas.com.

Pengeluaran Kompas.com seluruhnya didanai oleh pendapatan dari bisnis *advertising*, *event production*, dan *content marketing*. Sebagai media *online* yang mewarisi jurnalisme presisi dan jurnalisme makna yang diusung Jakoeb Oetama, Kompas.com mengutamakan akurasi dan independensi dalam setiap artikelnya. Kompas.com tak terkait dengan partai politik, non-partisan, menghargai keragaman, dan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.

B. Perjalanan Kompas.com

1. Perjalanan dalam linimasa

Kompas.com merupakan media *online* yang sudah cukup lama hadir dalam dunia jurnalistik sejak tahun 1995 Kompas.com hadir pertama kali di internet dengan domain Kompas.co.id dikenal sebagai *Kompas online* yang menampilkan replika harian Kompas. Pada tahun 1996 berganti alamat domain menjadi Kompas.com, tahun 1998 berkembang menjadi unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT Kompas Cyber Media. Kemudian tahun 2008 Rebranding menjadi Kompas.com (Reborn).



Gambar 3 Perjalanan Kompas.com dalam linimasa

Sumber : <https://inside.kompas.com/about-us>

2. Awards

Berbagai penghargaan yang diterima oleh media *online* Kompas.com dari masa ke masa sejak tahun 2010 hingga 2018 hal ini juga membuktikan bahwa Kompas.com adalah media *online* yang mampu bersaing dipasaran dan menginspirasi serta menyajikan informasi baik didalam maupun luar negeri, penghargaan tersebut antara lain :

- a. **Tahun 2010**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari WAN IFRA *Silver Award* sebagai *Best in Social Media*.
- b. **Tahun 2011**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari WAN IFRA *Silver Award* sebagai *Best in Online Media*.
- c. **Tahun 2012**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari Indonesia *Brand Champion Award – Brand Champion of Content Provider* sebagai *Most Popular Online News Provider Brand* dan mendapatkan penghargaan Dian Award-Kementrian Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak sebagai Media Inspirasi Perempuan Indonesia kategori *Media Online*.
- d. **Tahun 2014**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *Digital Marketing Award- Great Performing Website* sebagai *Category News Portal*.
- e. **Tahun 2015**, Kompas.com mendapatkan penghargaan dari Anugerah Adi Nugroho dalam rangka hari pers nasional dan mendapatkan penghargaan dari Hassan Wirajuda Award- Kementrian Luar Negeri RI sebagai kategori A (Jurnalis/Media).

- f. Tahun 2016,** Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *Influential Brands* sebagai *Top Brand Online News Platform*, penghargaan dari *Digital Marketing Award* sebagai *Great Performing Website Category News Site*, Kompaskarier.com mendapatkan penghargaan dari *Influential Brands* sebagai *Top Brand Online Job Search*. Kemudian 3 penghargaan dari Pijaru pertama, pada festival Film Indonesia sebagai pemenang Piala Citra Kategori Film Animasi Terbaik (Surta Untuk Jakarta). Kedua, pada *Hellofest Award* sebagai *Best Picture* (Surat Untuk Jakarta), Ketiga, pada Piala Maya sebagai pemenang Dokumenter Pendek Terpilih (Teater Tanpa Kata: Sena Didi Mime).
- g. Tahun 2017,** Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *WOW Brand Award* sebagai *Gold Champion (News Website Category)*, dari *Superbrands* sebagai *Superbrands Special Award (Online News Category)*, Kemudian 2 penghargaan dari Anugerah Jurnalistik MH Thamrin sebagai *3rd place (Online Feature Category)* dan *3rd place (Sports Feature Category)* serta 2 penghargaan untuk VIK (Visual Interaktif Kompas) pertama dari Bubu Awards v.10 sebagai *Best Website Award (News / Entertainment Category)* dan dari *WAN IFRA Silver Award – Best Innovation New Product*.
- h. Tahun 2018,** Kompas.com mendapatkan penghargaan dari *WOW Brand Award* sebagai *Bronze Champion (Online News Portal)*, dari *Superbrands Indonesia* sebagai *(Trusted Online News)* dan dari

Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Informasi sebagai
(*International Fact-Checking Network/ IFCN*).

3. Kanal- kanal Kompas.com

- a. **Kompas Female**, menyediakan informasi seputar dunia wanita, tips-tips seputar karier, kehamilan, keuangan serta informasi belanja.
- b. **Kompas Bola**, tempat akurat sebagai media untuk mengetahui update skor, berita seputar tim dan pertandingan sepak bola.
- c. **Kompas Health**, berisi tips-tips dan artikel tentang kesehatan, informasi medis terbaru beserta fitur informasi kesehatan interaktif.
- d. **Kompas Tekno**, mengulas gadget-gadget terbaru dipasaran, menampilkan *review* produk dan beragam berita teknologi.
- e. **Kompas Entertainment**, menyajikan berita-berita selebriti, ulasan film, musik serta hiburan dalam dan luar negeri.
- f. **Kompas Otomotif**, menampilkan berita-berita seputar kendaraan, *trend* mobil dan motor terbaru serta tips-tips merawat kendaraan.
- g. **Kompas Properti**, memuat direktori lengkap properti dan artikel lengkap tentang rumah, apartemen serta tempat tinggal.
- h. **Kompas Images**, menyajikan foto-foto berkualitas dalam resolusi tinggi hasil pilihan editor foto Kompas.com.

- i. **Kompas Karier**, kanal yang tak hanya berfungsi sebagai direktori lowongan kerja, namun juga sebagai *one-stop career solution* bagi para pencari kerja maupun karyawan.³⁷

4. Produk Kompas.com

- a. **Brandzview**, Produk advertisement bersifat *softselling* dan edukatif yang digarap menggunakan standar jurnalistik dan gaya bahasa Kompas.com.
- b. **Advertorial**, Produk Advertisement bersifat *hadrselling* yang digarap menggunakan standar jurnalistik dan gaya bahasa Kompas.com untuk mendorong promosi dan brand, produk atau jasa.
- c. **Kilas**, Produk *Brandzview* untuk memperkenalkan potensi pemerintah daerah kementerian dan instansi BUMN.
- d. **Jixie**, menawarkan pilihan berita yang disesuaikan minat dan ketertarikan pembaca.
- e. **Sorot**, merupakan produk turunan dari *content marketing* untuk mendorong potensi bisnis produk dan jasa dari bermacam sektor industri.

Seperti yang telah dibahas pada kanal-kanal serta produk di media online Kompas.com, peminat media ini hampir dari seluruh kalangan usia. Karena semua berita yang disajikan mencakup informasi mengenai kehidupan sosial kita sehari-hari mulai dari ekonomi, politik serta gaya hidup. Pada penelitian di media *online*

³⁷Za Kurnia, *Gambaran Umum Kompas.com dan Republika Online*, repository.umy.ac.id, Diakses tanggal 27 September 2019.

kompas.com, peneliti lebih berfokus pada politik, mengangkat pemberitaan ujaran kebencian pada masa kampanye menjelang pilpres 2019. Menganalisis berita tersebut menggunakan teori analisis isi yang dipakai oleh Holsti.

C. Berita Politik dalam Kompas.com

Kompas.com merupakan salah satu media *online* yang menyoroti tentang pemberitaan politik, terutama menjelang pilpres topik berita sebagian besar berfokus pada informasi mengenai politik dalam negeri. Kompas.com ingin menjadi media *online* yang dapat memberikan informasi yang objektif kepada khalayak. Agar penikmat berita bisa mendapatkan informasi yang sesuai di lapangan.

Seperti yang kita ketahui dinamika kehidupan sosial dan politik saat ini ada di era *post-truth*, era ini menggambarkan daya tarik emosional lebih berpengaruh dalam membentuk opini publik dibandingkan dengan fakta yang sebenarnya. *Post-truth* juga berpengaruh terhadap dinamika politik bangsa menjelang pemilihan presiden dan pemilihan legislatif tahun ini, kedua momen ini kental diwarnai sifat destruktif : saling nyinyir, saling memfitnah, saling menghujat, dan masih banyak lagi yang diniatkan untuk demi meraih keuntungan politik.³⁸

Kompas.com dalam penelitian disini hadir untuk memberikan informasi yang bisa dijadikan sebagai media penyampai informasi yang akurat dalam pemberitaan politik, tidak ikut tergerus arus pemberitaan yang memihak

³⁸Eki Baihaki, *Luntarnya Kearifan Berpolitik di Era "Post-truth"*, nasional.kompas.com Diakses tanggal 05 Oktober 2019.

kepada kepentingan politik. Dimana penelitian ini mengangkat pembertitaan mengenai ujaran kebencian menjelang pilpres 2019 agar masyarakat lebih cermat dalam menerima informasi yang disajikan.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pembahasan Analisis Isi Berita Kompas.com Mengenai Ujaran Kebencian Menjelang Pilpres 2019.

Pada bab ini peneliti akan menganalisis isi berita kompas.com mengenai ujaran kebencian pada masa kampanye (23 September 2018 - 14 April 2019) menjelang pilpres 2019. Peneliti menggunakan fokus analisis isi dari teori Holsti, karena Holsti mengkolaborasikan elemen-elemen analisis isi sehingga bisa diaplikasikan secara praktis. Sekaligus sebagai jawaban terhadap permasalahan yang telah dirumuskan pada rumusan masalah sebelumnya, yaitu bagaimana isi berita dari Kompas.com mengenai ujaran kebencian dalam masa kampanye 23 September 2018 sampai 14 April 2019, menjelang pilpres 2019 ditinjau dari teori Analisis Isi oleh model Holsti. Untuk menilai suatu berita yang mempunyai karakteristik pesan sebagaimana diuraikan dalam teori Holsti yaitu mengandung unsur *what*, *how*, dan *to whom*.

Peneliti mendapatkan tujuh berita sebagai bahan objek penelitian yang termasuk dalam kategori pemberitaan mengenai ujaran kebencian pada masa kampanye menjelang pilpres 2019 di media *online* Kompas.com menggunakan teknik analisis isi yang telah diuraikan pada kerangka teori. Berikut adalah tujuh berita pada media *online* Kompas.com :

1. Berita I “Bawaslu : 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA”

Isi berita dalam Kompas.com dibawah ini yaitu, informasi yang disampaikan oleh pihak Bawaslu mengenai 90 daerah rawan akan tingginya isu ujaran kebencian dan SARA di Indonesia menjelang pesta demokrasi pemilu 2019.

Adapun berita selengkapnya sebagaimana tertulis ;

JAKARTA, KOMPAS.com - Bawaslu merilis Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) 2019. Salah satu yang dipotret dalam IKP adalah kerawanan ujaran kebencian dan SARA di seluruh Indonesia.

"Iya SARA dan ujaran kebencian selalu menjadi kerawanan laten muncul dalam pemilu," ujar Anggota Bawaslu Mochammad Afifuddin saat memaparkan IKP 2019 di Hotel Bidakara, Jakarta, Selasa (25/9/2018).

Berdasarkan IKP 2019, sebanyak 90 daerah atau 17,5 persen dari kabupaten atau kota seluruh Indonesia masuk dalam kategori rawan tinggi isu ujaran kebencian dan SARA di pemilu 2019. Sementara itu, sisanya 424 daerah atau 82,5 persen kabupaten kota masuk kategori rawan sedang.

Pengukuran kerawanan isu ujaran kebencian dan SARA didasarkan pada tiga subdimensi yang dibuat Bawaslu.

Ketiganya, yakni relasi kuasa dengan tingkat lokal, kampanye dan partisipasi pemilih.

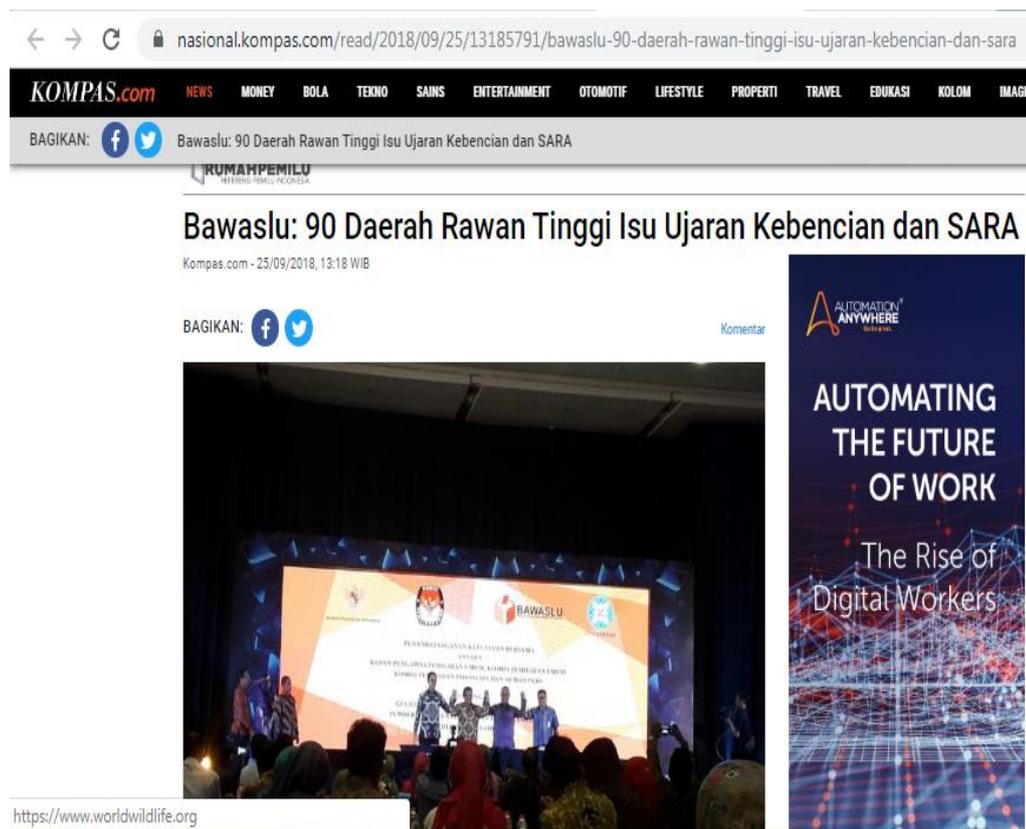
Untuk mengukur indeks kerawanan, Bawaslu membuat 3 ukuran skoring, yakni 0-33 untuk kerawanan rendah, 33,01-66 untuk kerawanan sedang dan 66,01-100 untuk kerawanan tinggi.

Menindaklanjuti rawannya ujaran kebencian dan isu SARA dalam pemilu 2019, Bawaslu membuat sejumlah rekomendasi.

Diantaranya meminta peserta pemilu melakukan kampanye bersih dengan menghindari politisasi SARA.

Selain itu, Bawaslu juga meminta kementerian dan lembaga untuk melakukan supervisi terhadap kepala aparat pemerintah dan aparat penegak hukum untuk memastikan pelaksanaan pemilu berjalan demokratis dan berkualitas.

Berita ini di terbitkan oleh Kompas.com pada Selasa, 25 September 2018 pukul 13.18 WIB, dan diakses pada tanggal 14 Oktober 2019 pukul 16.58 WIB.



Gambar 4 “Bawaslu : 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA”
Sumber : nasional.kompas.com

a. “Bawaslu : 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA”

1) Deskripsi Karakteristik Pesan Berita I

a) *What?*

Unsur *what* pada berita diatas menjelaskan bahwa SARA dan ujaran kebencian selalu menjadi kerawanan laten yang

muncul dalam pelaksanaan pemilu 2019, terutama pada 90 daerah di Indonesia yang masuk dalam kategori pengukuran kerawanan isu ujaran kebencian dan SARA yang di dasarkan pada tiga subdimensi yang dibuat Bawaslu. Ketiganya, yakni relasi kuasa dengan tingkat lokal, kampanye dan partisipasi pemilih.

b) *How?*

Unsur *how* dalam berita ini bahwasannya Bawaslu merilis Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) 2019. Berdasarkan IKP 2019, sebanyak 90 daerah atau 17,5 persen dari kabupaten atau kota seluruh Indonesia masuk dalam kategori rawan tinggi isu ujaran kebencian dan SARA di pemilu 2019. Sementara itu, sisanya 424 daerah atau 82,5 persen kabupaten atau kota masuk kategori rawan sedang. Untuk mengukur indeks kerawanan, Bawaslu membuat 3 ukuran skoring, yakni 0-33 untuk kerawanan rendah, 33,01-66 untuk kerawanan sedang dan 66,01-100 untuk kerawanan tinggi. Pengukuran kerawanan isu ujaran kebencian dan SARA berdasarkan tiga subdimensi yakni, relasi kuasa dengan tingkat lokal, kampanye dan partisipasi pemilih.

c) *To Whom?*

Unsur *to whom* pada berita diatas ditujukan atau dihimbau kepada seluruh peserta pemilu, serta kementerian dan

lembaga untuk melakukan supervisi terhadap kepala aparat pemerintah dan aparat penegak hukum untuk memastikan pelaksanaan pemilu berjalan demokratis dan berkualitas dan melakukan kampanye bersih dengan menghindari politisasi SARA.

2) Analisis Isi Pesan Pada Berita I

Pesan dalam berita melalui *statement* ini, yaitu suatu informasi mengenai tingginya isu ujaran kebencian dan SARA pada pemilu di tahun 2019. Bawaslu membuat sejumlah himbauan diantaranya meminta peserta pemilu melakukan kampanye bersih dengan menghindari politisasi SARA, selain itu Bawaslu juga menghimbau kepada aparat pemerintahan dan aparat penegak hukum untuk memastikan pemilu berjalan demokratis dan berkualitas. Dalam hal ini terdapat 90 daerah yang termasuk dalam kategori ujaran kebencian. Peneliti melihat pada berita dengan judul *Bawaslu : 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA* bahwa berita ini bersifat informatif karena, masyarakat atau pembaca mengetahui adanya ujaran kebencian pada pilpres 2019 di 90 daerah yang ada di Indonesia. Serta dengan adanya berita ini juga memberikan efek kepada masyarakat agar diharapkan tidak ikut tergerus dan menambah daftar sebagai daerah yang ikut melakukan isu ujaran kebencian

dan SARA di kalangan masyarakat yang dapat merugikan peserta pemilu.

2. Berita II “Prabowo : Jangan Sebar Ujaran Kebencian”

Isi berita dalam Kompas.com dibawah ini yaitu, informasi serta himbauan dari calon presiden no urut 02 Prabowo Subianto meminta agar para pendukungnya untuk tidak menyebar tindakan ujaran kebencian baik di media sosial maupun ditempat lainnya.

Adapun berita selengkapnya sebagaimana tertulis ;

SUKABUMI, KOMPAS.com — Calon Presiden RI Prabowo Subianto meminta para pendukung untuk tidak menyebarkan ujaran kebencian, baik di media sosial maupun di tempat lainnya.

"Saya merasa terharu dengan semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat, namun demikian untuk berjuang memenangkan Pilpres 2019 mendatang seluruh pendukung agar tidak sebar ujaran kebencian," katanya saat di Sukabumi, Minggu.

Dalam perhelatan Pilpres ini, Prabowo mengajak seluruh pendukungnya untuk santun dalam menyampaikan berbagai informasi. Namun, lanjut dia, mereka juga jangan lengah dan harus mengawal terus pelaksanaan pilpres ini.

Prabowo juga mengaku, setiap hari dia selalu berdoa agar tidak berkhianat kepada rakyat jika nanti dipercaya rakyat. Segala amanat yang diberikan harus dilakukan sebaik mungkin, khususnya dalam membangun ekonomi.

Setiap kali datang ke tengah masyarakat, Prabowo selalu melihat pandangan rakyat yang menaruh harapan kepada dirinya. Bahkan dari sentuhan tangan dari rakyat, orang nomor satu di Partai Gerindra tersebut mengaku merasakan kepercayaan dari masyarakat.

"Saya sekarang merasakan dukungan dari rakyat ada harapan besar untuk perubahan serta perbaikan. Setiap kali saya berada di kalangan masyarakat selalu merasakan getaran jiwa, hasrat pandangan mata memberitahukan kepercayaan besar kepada saya," tambahnya.

Prabowo menuturkan, rakyat harus cukup pangan, ekonomi harus untuk rakyat bukan rakyat untuk ekonomi. Selain itu, sumber kekayaan alam harus dikelola sebaik mungkin, bukan dijual murah ke bangsa asing.

"Ini perjuangan saya dan hingga saat ini masih terus berjuang, bukan karena haus kekuasaan, tetapi haus keadilan. Apalagi, para alim ulama selalu memberi tahu bahwa tugas pemimpin ada dua yakni satu tidak boleh membiarkan kemiskinan berlanjut dan harus menghilangkan kemiskinan serta menegakkan keadilan," katanya.

Berita ini diterbitkan oleh Kompas.com pada Senin, 08 Oktober 2018 pukul 07.50 WIB, dan diakses pada tanggal 14 Oktober 2019 pukul 17.03 WIB.



Gambar 5 “Prabowo : Jangan Sebar Ujaran Kebencian”
Sumber : nasional.kompas.com

b. “Prabowo : Jangan Sebar Ujaran Kebencian”

1) Deskripsi Karakteristik Pesan Berita II

a) *What?*

Pada berita diatas unsur *what* dapat dilihat dari judul dan juga *lead* berita yang menjelaskan calon presiden RI Prabowo Subianto meminta para pendukung untuk tidak menyebarkan ujaran kebencian baik di media sosial maupun ditempat lainnya. Himbauan itu dilihat dari *statement* yang diungkapkan oleh Prabowo pada berita tersebut yaitu “*Saya merasa terharu dengan semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat, namun demikian untuk berjuang memenangkan pilpres 2019 mendatang seluruh pendukung agar tidak sebar ujaran kebencian,*”

b) *How?*

Pemberitaan di atas unsur *how* menerangkan bahwa di perhelataan pilpres tahun 2019 Prabowo mengajak seluruh pendukungnya untuk santun dalam menyampaikan berbagai informasi. Namun prabowo juga menghimbau agar pendukungnya jangan lengah dan harus mengawal terus pelaksanaan pilpres ini.

c) *To Whom?*

Unsur *to whom* terlihat dengan jelas pesan yang ingin disampaikan Prabowo ditujukan kepada pendukungnya.

Dari kalimat aktif di berita pada paragraf ke-2 di Kota Sukabumi pada hari minggu. Prabowo menghimbau kepada seluruh pendukungnya agar tidak sebar ujaran kebencian.

2) Analisis Isi Pesan Pada Berita II

Karakteristik pesan yang ingin disampaikan pada berita ini sudah jelas karena mengandung unsur *what*, *how* dan *to whom*. Berita ini bersifat deskriptif, karena dalam berita ini menyajikan penjelasan yang cukup kompleks dari Prabowo salah satunya yaitu kutipan pada paragraf kedua “*Saya merasa terharu dengan semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat, namun demikian untuk berjuang memenangkan pilpres 2019 mendatangi seluruh pendukung agar tidak sebar ujaran kebencian.*” Katanya saat di Sukabumi, Minggu. Dari kutipan tersebut Prabowo mencoba menghimbau agar para pendukungnya untuk tidak menyebarkan ujaran kebencian, baik di media sosial maupun di tempat lainnya dan mengajak seluruh pendukungnya untuk santun dalam menyampaikan berbagai informasi, serta jangan lengah dan harus mengawal terus pelaksanaan pilpres ini. Dengan adanya pemberitaan ini juga memberikan efek kepada masyarakat terkhusus pendukungnya agar dihimbau lebih bijak dalam menggunakan sosial media dan tidak melakukan tindakan ujaran kebencian menjelang pilpres 2019.

3. Berita III “Hoaks Polisi Dukung Salah Satu Capres, Polri Tegaskan Netral dalam Pemilu 2019”

Isi berita dalam Kompas.com dibawah ini yaitu, Polri menegaskan kepada masyarakat bahwa pihaknya bersifat netral dalam pemilu 2019 dan narasi yang beredar mengatakan Polri mendukung salah satu capres adalah hoaks.

Adapun berita selengkapnya sebagaimana tertulis ;

JAKARTA, KOMPAS.com - Kepala Biro Penerangan Masyarakat Polri Brigjen (Pol) Dedi Prasetyo menegaskan, Polri menjaga netralitas dalam Pemilu 2019. Hal ini dikatakan Dedi menanggapi menyebarnya foto anggota Polri yang disebut mendukung salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden.

Polri memastikan bahwa narasi yang beredar bersama foto itu adalah hoaks.

Pada foto yang beredar, narasi yang disematkan sebagai berikut: "Dapat dri grub suruh nyebarin biar merinding penjilat2 yg main curang. KAMI POLRI SIAP MENGAWAL SUARA PRABOWO-SANDI DI PILPRES 2019. DEMI MENJAGA KEAMANAN NEGARA NKRI BAGAIMANA PENDUKUNG PRABOWO-SANDI APA SIAP MENGAWAL SUARA 02 DEMI MENUJU PERUBAHAN."

Foto ini diunggah pada 12 November 2018 dan telah dibagikan lebih dari 400 kali. Dedi menjelaskan, foto tersebut memperlihatkan sejumlah siswa Sekolah Polisi Negara di Mojokerto, Jawa Timur dalam sebuah aktivitas.

“Itu program yang sudah dibuat oleh Polda Jatim dan bukan baru sekali ini, sudah sekian kali. Salah satu yang mengisi beragama Islam adalah Mantan Kapolda Jawa Timur Komjen (Purn) Anton Bachrul Alam, kita pastikan hoaks enggak ada,” ujar Dedi di Gedung Humas Mabes Polri, Jakarta Selatan, Senin (19/11/2018).

“Pak Kapolri dalam setiap kesempatan menyampaikan bahwa Polri menjunjung tinggi netralitas dalam Pemilu (2019),” lanjut dia. Dedi menyebutkan, tim siber Polri sudah melacak mereka yang menyebarkan foto dan narasi hoaks itu.

Untuk meminimalisasi penyebaran informasi-informasi yang menyesatkan ini, Polri telah bekerja sama dengan pihak terkait, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika.

“Kami juga sudah bekerja sama dengan Kominfo. Akun yang betul-betul menyebarkan akun-akun hoaks itu langsung kami minta pemblokiran maupun take down dari Kominfo langsung,” kata Dedi. Selain itu, kata Dedi, Polri juga menjalin kerja sama dengan Badan Siber dan Sandi Negara untuk melakukan kanalisasi berita hoaks dan ujaran kebencian.

Berita ini diterbitkan oleh Kompas.com pada Selasa, 19 November 2018 pukul 15.07 WIB, dan diakses pada tanggal 14 Oktober 2019 pukul 17.08 WIB.



Gambar 6 “Hoaks Polisi dukung Salah Satu Capres, Polri Tegaskan Netral dalam Pemilu 2019”

Sumber : nasional.kompas.com

c. Berita III “Hoaks Polisi dukung Salah Satu Capres, Polri Tegaskan Netral dalam Pemilu 2019”

1) Deskripsi Karakteristik Pesan Berita III

a) *What?*

Unsur *what* pada berita diatas tentang menyebarnya foto Polri yang disebut mendukung salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden. Namun, Polri memastikan bahwa narasi yang beredar bersama foto itu adalah hoaks.

b) *How?*

Unsur *how* pada berita diatas yaitu Polri, Dedi Prasetyo mengkonfirmasi bahwa narasi yang beredar melalui foto berisi seperti berikut “*Dapat dari grub suruh nyebarin biar merinding penjilat2 yg main curang. KAMI POLRI SIAP MENGAWAL SUARA PRABOWO-SANDI DI PILPRES 2019. DEMI MENJAGA KEAMANAN NEGARA NKRI BAGAIMANA PENDUKUNG PRABOWO-SANDI APA SIAP MENGAWAL SUARA 02 DEMI MENUJU PERUBAHAN.*” Kapolri menegaskan bahwa foto yang di unggah pada 12 November 2018 ini dipastikan hoaks dan tidak benar seperti yang dikatakan di gedung Mabes Polri Jakarta Selatan dan menyampaikan Polri menjunjung tinggi netralitas dalam pemilu 2019.

c) To Whom?

Aparat kepolisian bersifat netralitas dalam pemilu, tidak ada keterpihakan kepada calon presiden baik pada kubu 01 maupun kubu 02. Dan berita ini ditujukan kepada masyarakat agar tidak mudah percaya kepada narasi-narasi yang beredar, tentu dalam pemilu aparat kepolisian hanya bertugas untuk menjaga keamanan sehingga pemilu 2019 dapat berjalan dengan lancar.

2) Analisis Isi Pesan Pada Berita III

Karakteristik pesan pada berita ini bersifat informatif, karena Polri memberikan pemberitahuan dan informasi kepada masyarakat atau pembaca bahwa narasi yang beredar pada foto tersebut adalah hoaks. Serta, Polri telah bekerja sama dengan pihak terkait seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk meminimalisasi penyebaran informasi yang menyesatkan tersebut. Selain itu, Polri juga menjalin kerja sama dengan Badan Siber dan Sandi Negara untuk melakukan kanalisasi berita hoaks dan ujaran kebencian. Dengan adanya pemberitaan ini pembaca mengetahui bahwa berita yang menyebar selama ini adalah hoaks dan memberikan efek kepada masyarakat agar tidak menyebar suatu informasi tanpa disertai bukti dan fakta bukan sekedar narasi-narasi yang belum jelas sumbernya.

4. Berita IV “Ketika Jokowi dan Prabowo Mengaku Kerap Dihina dan Diftinah”

Isi berita dalam Kompas.com dibawah ini yaitu, calon presiden no urut 01 Joko Widodo dan calon presiden no urut 02 Prabowo Subianto kerap mendapatkan fitnah, hoaks dan hinaan dari pihak yang tidak menyukai mereka, namun calon presiden no urut 01 Joko Widodo mengatakan akan melawan segala macam bentuk hoaks, hinaan dan fitnah yang ditujukan kepada dirinya. Sedangkan calon presiden no urut 02 Prabowo Subianto menegaskan kepada para pendukungnya untuk tidak mudah terpancing dengan isu-isu yang dari pihak yang ingin memperkeruh suasana politik.

Adapun berita selengkapnya sebagaimana tertulis ;

JAKARTA, KOMPAS.com - Serangan fitnah dan kabar bohong atau hoaks jelang Pilpres 2019 menjadi salah satu hal yang disoroti oleh calon presiden nomor urut 01 Joko Widodo dan calon presiden nomor urut 02 Prabowo Subianto.

Saat tampil di depan publik, keduanya menyinggung soal fitnah, hoaks dan hinaan yang ditujukan kepada diri mereka. Jokowi mengungkapkan, selama ini dirinya memilih diam ketika difitnah. Bahkan, saat dihina dan direndahkan, ia tetap memilih diam.

Hal itu ia diungkapkan Jokowi saat menghadiri deklarasi "Alumni Jogja SATUkan Indonesia", di Stadion Kridosono, Kota Yogyakarta, Sabtu (23/3/2019).

Mantan Gubernur DKI Jakarta itu berjanji akan melawan segala macam hoaks, fitnah dan penghinaan yang sering ditujukan kepadanya selama ini.

Di hadapan peserta deklarasi Alumni Jogja SATUkan Indonesia Joko Widodo menyatakan tidak akan diam lagi.

"Saya ini sebenarnya sudah diam 4,5 tahun, difitnah- fitnah saya diam, dijelek-jelekin saya diam, dicela dan direndah-rendahkan saya diam. Dihujat-hujat, dihina-hina saya juga diam," ujar Jokowi.

Prabowo juga mengaku sering difitnah Tak hanya Jokowi, Prabowo juga mengaku dirinya sering diejek, dihina dan difitnah oleh pihak-pihak yang tidak menyukainya. Meski demikian, ia berusaha untuk tidak membalas fitnah tersebut.

"Saya sering diejek, saya sering dihina, saya sering difitnah tapi saya menahan diri. Saya menahan diri, saya serahkan kepada Yang Maha Kuasa, yang benar adalah benar, yang tidak benar adalah tidak benar," ujar Prabowo saat kampanye di Lapangan Mandala, Kabupaten Merauke, Papua, Senin (25/3/2019).

Dari siaran pers yang diterima Kompas.com, Prabowo tidak menjelaskan hal yang membuatnya dihina dan difitnah. Namun, dalam berbagai kesempatan Prabowo sering mengatakan, hinaan dan fitnah itu muncul karena ia sering mengkritik soal arah kebijakan ekonomi, kebocoran anggaran dan mengalirnya hasil kekayaan nasional ke luar negeri.

Ketua Umum Partai Gerindra itu mengajak pendukungnya untuk ikut bersama-sama menjaga persaudaraan meski berbeda pilihan. Menurut dia, toleransi adalah hal yang utama yang harus dijaga oleh seluruh rakyat Indonesia demi keutuhan bangsa.

"Saya minta marilah kita tingkatkan rasa persaudaraan. Marilah kita memandang semua adalah saudara. Kita boleh berbeda agama, boleh berbeda suku, boleh berbeda bahasa tapi kita harus ingat, kita harus hidup mencari yang baik, hidup yang baik untuk anak-anak dan cucu cucu kita," kata Prabowo.

Selain itu, Ia juga meminta seluruh pendukungnya untuk menahan diri dan tidak mudah terpancing isu-isu dari pihak-pihak yang ingin memperkeruh suasana politik.

"Tidak mungkin kita bisa hidup baik kalau kita tidak hidup rukun. Kita harus selalu saling menghargai, saling mengasihi, saling membela, saling menjunjung tinggi dan kita harus menjaga perasaan kita. Kita harus sering menahan diri, sering kita harus mengalah, sering kita harus menjaga perasaan orang lain," ujar dia.

Akibat hoaks Juru Bicara Tim Kampanye Nasional (TKN) Ace Hasan Syadzily mengatakan, Jokowi akan terus melawan fitnah dan hoaks yang tersebar di tengah masyarakat.

Berbagai fitnah yang tersebar itu antara lain terkait isu Partai Komunis Indonesia (PKI), anti terhadap ormas Islam, kriminalisasi ulama, dan legalisasi perkawinan sesama jenis.

Ace mengatakan, berbagai hoaks dan fitnah terhadap Jokowi semakin menguat jelang pilpres.

Ia mencontohkan kasus video dugaan kampanye hitam yang dilakukan oleh ibu-ibu di Karawang, Jawa Barat.

Pak Jokowi tentu akan melawan siapa pun pihak yang mencoba untuk melakukan narasi negatif di Pemerintahan Jokowi ini," ujar Ace saat ditemui di Kompleks Parlemen, Senayan, Jakarta, Senin (25/3/2019).

"Pak Jokowi dari 6 bulan lalu bicara tentang anti-hoaks, tetapi kita lihat sebulan yang lalu masih ada ibu-ibu yang mengkampanyekan soal hal-hal yang bersifat hoax terhadap Pemerintahan Jokowi," ujar dia.

Ace menilai, fitnah dan hoaks itu sengaja disebar oleh pihak tertentu untuk menutupi pencapaian pemerintah selama ini.

Akibatnya, masyarakat menjadi tidak objektif dalam menilai kinerja pemerintahan Presiden Jokowi.

"Hoaks tersebut itu menutupi objektivitas masyarakat untuk melihat secara objektif terhadap pemerintahan Jokowi yang dinilai publik banyak menghasilkan berbagai macam prestasi," kata Ace.

Di sisi lain, lanjut Ace, kampanye mencegah hoaks yang selama ini didengungkan tidak membuat penyebarannya surut.

Bahkan, penyebaran hoaks dinilai semakin marak jelang Pilpres pada 17 April 2019.

"Karena itulah (hoaks dan fitnah) yang dijadikan instrumen untuk menurunkan Pak Jokowi," kata politisi dari Partai Golkar itu.

Sementara, Juru Debat Badan Pemenangan Nasional pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno (BPN) Sodik Mudjahid mengkritik pernyataan Jokowi terkait fitnah.

Menurut Sodik, Jokowi tidak menunjukkan sikap sebagai pemimpin negara yang harus tahan dengan fitnah dan hoaks.

Ia lantas membedakan cara Jokowi dan Prabowo dalam menghadapi fitnah.

"Prabowo difitnah selama 21 tahun dan 2 kali kalah dalam perjuangan akan tetapi jalan terus demi perjuangan rakyat," ujar Sodik melalui keterangan tertulis, Selasa (26/3/2019).

Namun, Sodik tidak menyebut fitnah apa yang menimpa Prabowo. Menurut Sodik, sebagai pemimpin, Jokowi harus bersabar.

"Pernyataan tersebut juga makin menunjukkan bahwa dia bukan bekerja untuk bangsa dan rakyat Indonesia tapi bekerja untuk kepentingan diri sendiri," kata Sodik.

Sodik mengatakan, pemimpin negara harus bisa mengenyampingkan masalah pribadinya. Kecuali, fitnah yang dimaksud Jokowi ditujukan untuk negara.

Fitnah terhadap negara memang harus dilawan oleh warga negara. "Pernyataan 'lawan' apalagi secara terbuka harusnya disampaikan bagi siapa saja yang menfitnah dan mengancam bangsa dan negara serta rakyat Indonesia.

Bukan untuk mereka yang memfitnah dirinya sendiri," ujar Sodik

Berita ini diterbitkan oleh Kompas.com pada Selasa, 26 Maret 2019 pukul 10.55 WIB, dan diakses pada tanggal 14 Oktober 2019 pukul 17.41 WIB.



Gambar 7 "Ketika Jokowi dan Prabowo Mengaku Kerap Dihina dan Diftinah"

Sumber : nasional.kompas.com

d. “Ketika Jokowi dan Prabowo Mengaku Kerap Dihina dan Diftinah”

1) Deskripsi Karakteristik Pesan Berita IV

a) *What?*

Unsur *what* pada berita diatas yaitu mengenai calon presiden nomor urut 01 Joko Widodo dan calon presiden nomor urut 02 Prabowo Subianto yang kerap dihina dan diftinah dengan tindakan kabar bohong atau hoaks, fitnah dan hinaan menjelang pilpres 2019.

b) *How?*

Unsur *how* pada berita ini sesuai dengan judul berita yang mengatakan kedua pasangan calon presiden kerap dihina dan diftinah. Bentuk hinaan dan fitnah dijelaskan dalam isi berita yaitu calon presiden nomor urut 01 Joko Widodo kerap dituduhkan berbagai fitnah yaitu antara lain terkait isu Partai Komunis indonesia (PKI), anti terhadap ormas islam, kriminalisasi ulama, dan legalisasi perkawinan sesama jenis. Namun Jokowi mengungkapkan, selama ini dirinya memilih diam ketika difitnah. Bahkan saat dihina dan direndahkan, ia tetap memilih diam. Hal itu diungkapkan Jokowi saat menghadiri deklarasi “Alumni Jogja SATUkan Indonesia”, di Satdion Kridosono, Kota Yogyakarta, Sabtu (23/3/2019). Namun capres nomor urut 01 ini dihadapan

peserta deklarasi Alumni Jogja SATUkan Indonesia menyatakan tidak akan diam lagi berjanji untuk melawan segala macam hoaks, fitnah dan penghinaan yang sering ditujukan kepada dirinya selama ini. Sedangkan calon presiden nomor urut 02 Prabowo Subianto juga mengalami hal yang sama yaitu sering dihina dan difitnah oleh pihak yang tidak menyukainya. Hinaan dan fitnah yang sering muncul kepada dirinya karena ia sering mengkritik soal arah kebijakan ekonomi, kebocoran anggaran dan mengalirnya hasil kekayaan nasional keluar negeri. Kendati demikian, ia berusaha untuk tidak membalas fitnah tersebut. Seperti yang dikatakan calon presiden nomor urut 02 pada saat kampanye di Lapangan Mandala, Kabupaten Merauke, Papua, Senin (22/3/2019).

c) *To Whom?*

Unsur *to whom* pada pemberitaan ini yaitu tentu saja ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat baik itu pendukung calon presiden nomor urut 01 maupun pendukung calon presiden nomor urut 02. Agar tidak mudah tersulut opini yang mengarah pada tindakan ujaran kebencian berupa fitnah, hinaan serta berita yang belum tentu kebenarannya yang menyebabkan perpecahan ditengah perstauan bangsa.

2) Analisis Isi Pesan Pada Berita IV

Karakteristik pesan pada berita ini bersifat deskriptif dan informatif, karena pada berita IV menyajikan gambaran lengkap atau klarifikasi yang sesuai dengan judul berita serta memberikan informasi kepada para pembaca. Bahwasannya ketika para calon presiden mendapatkan fitnah dan hinaan dari pihak-pihak yang tidak menyukainya hanya akan memecah belah persatuan bangsa. Sepatutnya kita sebagai warga negara Indonesia, seperti semboyan kita Bhineka Tunggal Ika, Meski Berbeda-beda tapi Tetap Satu. Banyak perbedaan diantara kita sesama makhluk hidup. Belajar untuk saling menghargai, menjunjung tinggi rasa persaudaraan dan menahan diri untuk tidak mudah terprovokasi dengan isu-isu yang belum tentu kebenarannya dan mengarah pada tindakan ujaran kebencian. Dengan adanya pemberitaan ini tentu *feedback* yang ditimbulkan ada yang pro dan kontra dari masing-masing tiap pendukung. Namun berita ini juga membuat para oknum-oknum pelaku tindak ujaran kebencian tidak lagi secara bebas melakukan fitnah dan hinaan karena telah dihimbau untuk tidak melakukannya dan akan di tindak tegas serta melawan kasus tindak ujaran kebencian.

5. Berita V “Agama untuk Pemilu Berjalan Damai, Jangan Pakai Sebarkan Kebencian”

Isi berita dalam Kompas.com dibawah ini yaitu, agama sejatinya menjadi salah satu penopang penguat dalam pemilu agar berjalan dengan damai bukan justru malah dijadikan bahan untuk menyebar kebencian ditengah masyarakat dalam menyambut pesta demokrasi.

Adapun berita selengkapnya sebagaimana tertulis ;

JAKARTA, KOMPAS.com - Direktur Eksekutif Indonesia Political Review (IPR) sekaligus pengamat politik Ujang Komarudin menilai, agama sejatinya menjadi keselamatan di tengah masa Pemilu 2019, bukan menjadi alat untuk menyebar kebencian dan politik.

"Agama itu menjadi keselamatan untuk menjaga pemilu berjalan dengan damai. Maka, jangan gunakan agama dan simbol-simbolnya untuk menyebar kebencian, tuduhan, dan fitnah untuk tujuan politik," ujar Ujang dalam diskusi bertajuk

"Pilpres dan Politisasi Simbol Agama" di Cikini, Jakarta Pusat, Kamis (4/4/2019).

Ia menyayangkan masih adanya simbol agama yang digunakan untuk menyebar kebencian dan politik, seperti tidak adanya adzan, zikir, dan tahlil jika pasangan calon tertentu kalah atau menang di Pilpres 2019. Adanya hoaks tersebut terjadi ke kedua paslon, baik Joko Widodo-Ma'ruf Amin maupun Prabowo Subianto-Sandiaga Uno.

Simbol-simbol tersebut, lanjutnya, sangat disayangkan terjadi. Masyarakat pun dinilai masih belum bisa membedakan mana fakta dan fiksi.

Maka dari itu, dibutuhkan integritas peserta pemilu yang fokus dalam memaparkan visi dan misi, bukan justru ikut dalam permainan oknum tertentu yang ingin memecah persatuan masyarakat.

"Ketika agama dipoles menjadi alat legitimasi, terjadi polarisasi antara kedua kubu paslon yang saat ini maju menjadi capres dan cawapres. Ini pemilu tergaduh yang pernah saya lihat," paparnya.

Agama itu, seperti diungkapkan Ujang, seharusnya menjadi sumber inspirasi dan ideologi. Hoaks, lanjutnya, berkembang karena agama tidak dijadikan dasar untuk menengahi polemik politik yang terjadi.

Berita ini diterbitkan oleh Kompas.com pada Kamis, 04 April 2019 pukul 18.43 WIB, dan diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 22.44 WIB.

The image is a screenshot of a news article from Kompas.com. The browser address bar shows the URL: nasional.kompas.com/read/2019/04/04/18431131/agama-untuk-pemilu-berjalan-damai-jangan-pakai-sebarkan-kebencian. The article title is "Agama untuk Pemilu Berjalan Damai, Jangan Pakai Sebarkan Kebencian". The byline reads "Kompas.com - 04/04/2019, 18:43 WIB". There are social media sharing icons for Facebook and Twitter. The main image shows a group of people at a political rally holding various banners. One prominent banner says "HOAX PRODUSENYA JAHAT, PENERAPNYA BEJAT PERCAYA? BODOH PALEH...". Other banners include "PEMILU GEMBIRA", "KITA KITA INDONESIA", and "PERCAYA?". To the left of the main image is a WWF advertisement with the text "#Reduce Your Use" and "Click here". To the right is an advertisement for "AUTOMATING THE FUTURE OF WORK" with the subtitle "The Rise of Digital Workers".

Gambar 8 “Agama untuk Pemilu Berjalan Damai, Jangan Pakai Sebarkan Kebencian”

Sumber : nasional.kompas.com

e. “Agama untuk Pemilu Berjalan Damai, Jangan Pakai Sebarkan Kebencian”

1) Deskripsi Karakteristik Pesan Berita V

a) *What?*

Unsur *what* pada berita diatas menggambarkan bahwa agama sejatinya menjadi penjaga setiap individu seseorang. Dengan adanya agama bisa mengontrol dalam melakukan tindakan. Pada kesempatan pemilu tentunya harus menjadi salah satu faktor penyelamat agar pemilu bisa berjalan dengan lancar. Hal ini selaras dengan penyampaian Direktur Eksekutif Indonesia Political Review (IPR).

b) *How?*

Unsur *how* pada berita diatas bahwasannya peyampaian isu yang tersebar melalui hoaks-hokas yang beredar seolah menjadikan agama sebagai salah satu alat penyambung hoaks dengan memakai simbol salah satu agama di Indonesia, yaitu menyebutkan bahwa ketika pasangan kubu 01 atau kubu 02 menjadi pasangan terpilih maka adzan,dzikir dan tahlil tidak akan terdengar lagi di Indonesia. Hal ini sangat bertentangan sekali, karena Negara Indonesia sendiri adalah salah satu Negara dengan masyarakat muslim terbesar di dunia.

c) To Whom?

Unsur *to whom* pada berita diatas memaknai isi berita tersebut menjadi salah satu pandangan politik terlebih untuk pemilu 2019. Pesan yang disampaikan ini ditujukan kepada peserta pemilu, agar tidak mudah terpancing dan terprovokasi sehingga bisa berpengaruh dalam memilih pasangan presiden.

2) Analisis Isi Pesan Pada Berita V

Karakteristik pesan pada berita diatas bersifat informatif dan persuasif. Karena menjadikan agama sebagai alat poles dalam pemilu, tentu tindakan yang tidak patut dicontoh. Terlepas dengan aksara untuk mendapatkan suara tindakan ini sangat tidak pantas. Ada banyak faktor yang membuat hal tersebut tidak baik yaitu, Indonesia terkenal dengan keseragaman beragama, Indonesia salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar, dan isu ini membuat umat muslim menjadi marah dan memancing kerusuhan serta amarah. Dengan adanya pemberitaan ini tentu saja efeknya memberikan opini-opini yang polemik dari masyarakat.

6. Berita VI “Posting Ujaran Kebencian Capres, Pemilik Akun Antonio Banerra Diringkus Polisi”

Isi berita dalam Kompas.com dibawah ini yaitu, seorang pria dengan nama akun facebook Antonio Banerra diringkus polisi karena dalam postingannya melakukan tindak ujaran kebencian pada salah satu pasangan calon presiden peserta pemilu 2019 dan menyinggung serta memojokan etnis tertentu.

Adapun berita selengkapnya sebagaimana tertulis ;

SURABAYA, KOMPAS.com - AKR, pria berusia 36 tahun diamankan Tim Siber Ditreskrimsus Polda Jatim Sabtu (6/4/2019) malam di tempat kostnya di Sidoarjo. Pria pengangguran itu dilaporkan telah memposting konten ujaran kebencian pada salah satu pasangan capres cawapres peserta Pemilu 2019.

Dalam postingannya, AKR yang menggunakan akun Facebook dengan nama "Antonio Banerra" itu mengajak netizen untuk mencoblos salah satu capres, agar tragedi 1998 kembali terjadi di Indonesia. Dalam postingannya, dia juga menyinggung dan memojokkan etnis tertentu.

"Postingannya bernuansa SARA dan menyinggung kelompok tertentu," Kata Kabid Humas Polda Jawa Timur, Kombes Frans Barung Mangera, Minggu (7/4/2019).

Kasus ujaran kebencian itu kata Barung menjadi atensi Mabes Polri, karena itu dalam penangkapan pelaku, melibatkan jajaran Polrestabes Surabaya, Polda Jatim hingga tim Siber Bareskrim Mabes Polri. Kepada polisi, pelaku mengaku sengaja memposting konten ujaran kebencian tersebut karena keluarganya ada yang menjadi korban tragedi 1998. "Itu pengakuan pelaku, motifnya masih terus kami dalami," terangnya.

Tim gabungan Polri kata dia sebenarnya juga menangkap PA, isteri pelaku di tempat kostnya Desa Buncitan, Kecamatan Sedati, Sidoarjo. Namun hasil pemeriksaan, isterinya tidak terkait langsung dengan aktivitas pelaku, sehingga PA isteri pelaku dilepas. Pelaku kini diamankan di Polda Jatim untuk diperiksa intensif. AKR yang dalam catatan polisi adalah residivis kasus penggelapan.

Dia dijerat pasal 45A ayat (2) jo pasal 28 ayat (2) UU nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas UU nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE), dengan ancaman hukuman maksimal di atas 5tahun penjara.

Berita ini diterbitkan oleh Kompas.com pada Minggu, 07 April 2019 pukul 13.05 WIB, dan diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 22.49 WIB.



Gambar 9 “Posting Ujaran Kebencian Capres, Pemilik Akun Antonio Banerra Diringkus Polisi”
Sumber : nasional.kompas.com

f. “Posting Ujaran Kebencian Capres, Pemilik Akun Antonio Banerra Diringkus Polisi”

1) Deskripsi Karakteristik Pesan Berita VI

a) *What?*

Unsur *what* pada berita diatas menjelaskan bahwa akun facebook bernama “Antonio Banerra” ditangkap polisi karena postingan ujaran kebencian yang ia posting dari laman facebook. Antonio dalam postingannya mengajak netizen untuk memilih salahsatu capres. Tujuan yang ia lakukan agar tragedi pada tahun 1998 kembali terjadi, pelaku ujaran kebencian Antonio mengatakan ia sengaja memposting konten tersebut, karena keluarganya ada yang menjadi korban tragedi 1998.

b) *How?*

Unsur *how* pada berita diatas yaitu Arif Kurniawan Radjasa, dengan nama facebook Antonio Banerra memposting ujaran kebencian di laman facebooknya pada (6/4/2019) “Postinganya bernuanasa SARA dan menyinggung kelompok tertentu,” Kata Kabid Humas Polda Jawa Timur, Kombes Frans Barung Mangera, Minggu (7/4/2019). Kasus ujaran kebencian itu kata Barung menjadi atensi Mabes Polri, karena itu dalam penangkapan pelaku melibatkan jajaran Polrestabes Surabaya, Polda Jatim hingga tim Siber

Bareskrim Polri Kepada polisi, pelaku mengaku sengaja memposting konten ujaran kebencian tersebut karena keluarganya ada yang menjadi korban tragedi 1998.

c) *To Whom?*

Sosial media fungsinya menjadi tempat untuk saling berbagi, baik itu informasi/hiburan. Menggunakan sosial media sejatinya sesuai dengan fungsinya, karena jika dijadikan tempat untuk membagi berita bohong, memposting ujaran kebencian tentu akan berdampak besar terhadap para pembaca, keluarga dan orang-orang terdekat. Kasus yang dialami oleh Antonio Banerra sebagai unsur *to whom* pada berita diatas yang tentu menjadi pelajaran besar bagi kita pengguna sosial media agar tidak melakukan tindakan yang sama. Bukan hanya tindakan tersebut tidak baik, tetapi ada juga UU ITE yang bisa meringkus pelaku ujaran kebencian.

2) Analisis Isi Pesan Pada Berita VI

Karakteristik pesan pada berita diatas bersifat informatif, seperti yang kita ketahui Indonesia adalah negara berlandaskan hukum. Semua tindakan yang dilakukan ada hukum yang menaunginya. Dalam tindakan ujaran kebencian contohnya pasal 45A ayat (2) jo pasal 28 ayat (2) UU nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas UU nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE) jika dilanggar terjerat ancaman hukuman

maksimal diatas 5 tahun penjara. Sebagai warga negara yang baik, harusnya masyarakat bisa memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, jika sosial media dijadikan tempat ujaran kebencian seperti yang dilakukan Antonio maka akan berdampak kepada semua orang yang membaca, karena pada dasarnya sosial media tidak ada filter. Jika hal ini terjadi, maka para penerus bangsa akan bermental tempramen dan berburuk sangka. Dengan adanya pemberitaan ini diharapkan memberikan efek jera kepada para oknum yang belum bisa menggunakan sosial media untuk hal-hal positif.

7. Berita VII “Ikut Bahas Ujaran Kebencian Capres, JM Warga Nganjuk Diringkus Polisi”

Isi berita dalam Kompas.com dibawah ini yaitu, JM pemilik akun facebook Adhiganjuk warga Nganjuk, Jatim diringkus polisi karena ikut menanggapi postingan AKR pemilik akun facebook Antonio Banerra yang melakukan tindak ujaran kebencian pada salah satu capres serta memojokan etnis tertentu.

Adapun berita selengkapnya sebagaimana tertulis ;

SURABAYA, KOMPAS.com - Tim Siber Ditreskrimsus Polda Jatim, kembali menangkap pelaku kasus ujaran kebencian, terhadap salah satu calon presiden di Pilpres 2019 yang disebarakan pelaku AKR. Sabtu (6/4/2019) lalu.

JM, pemilik akun fecebook adhiganjuk, warga Nganjuk, Jatim, diamankan petugas, Minggu (7/4/2019) sore, karena menanggapi postingan AKR.

Dalam postingannya, keduanya membahas jika salah satu capres yang terpilih, maka tragedi kerusuhan 1998 akan kembali pecah. Pembahasan juga memojokkan etnis tertentu.

"Pemilik akun berinisial JM kami amankan di Nganjuk Minggu sore," kata Kombes Akhmad Yusep Gunawan, Direktur Reserse Kriminal Khusus Polda Jatim, Senin (8/4/2019). Yusep menambahkan, pria berinisial JM, ditangkap di rumahnya di desa Karangsono, Kecamatan Loceret, Nganjuk, Jawa Timur.

"Selain diperiksa perihal postingannya di media sosial, JM diperiksa perihal hubungannya dengan AKR," terang Yusep. Sabtu lalu, tim siber gabungan Polda Jatim, Mabes Polri dan Polrestabes Surabaya menangkap AKR pemilik akun facebook Antonio Banerra di tempat kostnya, di Desa Buncitan, Kecamatan Sedati, Sidoarjo Jawa Timur.

Pria pengangguran itu, dilaporkan telah memposting konten ujaran kebencian pada salah satu pasangan capres cawapres peserta Pemilu 2019.

Dalam postingannya, AKR mengajak netizen untuk mencoblos salah satu capres, agar tragedi 1998 kembali terjadi di Indonesia. Dia juga menyinggung dan memojokkan etnis tertentu.

AKR dan JM dijerat pasal 45A ayat (2) jo pasal 28 ayat (2) UU nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas UU nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE), dengan ancaman hukuman maksimal di atas 5 tahun penjara.

Berita ini diterbitkan oleh Kompas.com pada Senin, 08 April 2019 pukul 11.23 WIB, dan diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 22.51 WIB.



Gambar 10 “Ikut Bahas Ujaran Kebencian Capres, JM Warga Nganjuk Diringkus Polisi”

Sumber : nasional.kompas.com

g. “Ikut Bahas Ujaran Kebencian Capres, JM Warga Nganjuk Diringkus Polisi”

1) Deskripsi Karakteristik Pesan Berita VII

a) *What?*

Unsur *what* pada berita VII menggambarkan bahwa ujaran kebencian, ternyata berdampak sangat besar bagi para pembaca. Jika netizen (pengguna sosial media) tidak pandai dalam melihat sebuah postingan tentu akan terpengaruh dan percaya dengan postingan yang mereka baca. Seperti yang dialami oleh JM, pemilik akun facebook Adhiganjuk, warga

Nganjuk, Jatim diamankan petugas, Minggu (7/4/2019) sore, karena menanggapi postingan AKR. Dalam postingannya, keduanya membahas jika salah satu capres yang terpilih, maka tragedi kerusuhan 1998 akan kembali pecah. Pembahasan juga memojokan etnis tertentu.

b) *How?*

Unsur *how* pada berita ini yaitu, pemilik akun berinisial JM juga diringkus oleh pihak kepolisian di Nganjuk karena ikut menanggapi postingan AKR pemilik akun facebook bernama Antonio Banerra yang dalam postingan tersebut membahas jika salah satu capres terpilih maka tragedi kerusuhan 1998 akan kembali terjadi dan dalam pembahasan tersebut juga memojokan etnis tertentu.

c) *To Whom?*

Pemberitaan yang dibahas pada berita VII untuk unsur *to whom* tidak menyebutkan jelas kepada siapa berita ini ditujukan namun kita sebagai pembaca bisa mencerna berita yang ada bahwa kita sebagai pengguna sosial media harus cermat dalam menerima informasi dan harus bijak dalamanggapi isu-isu yang ada, jangan mudah terbawa arus pemberitaan yang bisa menyulut amarah banyak pihak, baik dari kalangan yang pro maupun kontra.

2) Analisis Isi Pesan Pada Berita VII

Karakteristik pesan pada berita ini yaitu bersifat informatif. Karena dengan adanya pemberitaan ini membuat kita sebagai pengguna sosial media pada zaman teknologi ini agar bisa menggunakan serta memanfaatkan kemajuan teknologi untuk hal yang lebih bermanfaat serta lebih berhati-hati, tidak merugikan pihak tertentu dengan opini-opini yang menjurus kepada tindakan ujaran kebencian. Sebagaimana hukum yang berlaku jika terjadi tindakan penyalagunaan teknologi maka akan dijera pasal 45A ayat (2) jo pasal 28 ayat (2) UU nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas UU nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE) dengan ancaman hukuman maksimal diatas 5 tahun penjara. Pemberitaan ini adalah sebagai salah satu contoh dari tindak ujaran kebencian yang memberikan efek kepada para pembaca membuat terpancing emosinya dengan postingan-postingan yang menjurus kepada perpecahan dan merugikan pihak yang bersangkutan.

B. Hasil Kesimpulan Analisis Isi Berita Kompas.com Mengenai Ujaran Kebencian Menjelang Pilpres 2019.

Dari hasil penelitian pada tujuh berita di media *online* Kompas.com mengenai ujaran kebencian menjelang pilpres 2019 yang telah diuraikan diatas dengan menggunakan fokus analisis isi menurut teori Holsti (1969), dengan teori ini peneliti mampu menguraikan secara rinci isi dari tiap berita.

Hadirnya media *online* Kompas.com sebagai perantara informasi kepada masyarakat seperti yang dapat dilihat dari isi pesan yang disampaikan media kepada pembaca sudah jelas dan mampu memberikan gambaran, wawasan serta peringatan kepada para pembaca yang tujuannya sama yaitu agar lebih bijak dalam menggunakan teknologi serta bersikap lebih saling menghargai, menjaga persaudaran dan tidak mudah terpengaruh dengan isu-isu yang belum tentu kebenarannya di tengah masyarakat menjelang pesta demokrasi.

Berdasarkan hasil temuan menggunakan teori Holsti mengenai pemberitaan ujaran kebencian menjelang pilpres 2019 di media *online* Kompas.com dapat diuraikan sebagai berikut.

Pada berita pertama, informasi yang disampaikan melalui pemberitaan mengenai 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA yang disampaikan oleh Bawaslu bahwasannya tindakan tersebut sering muncul dan menjadi kerawanan ketika menjelang pesta demokrasi.

Pada berita kedua, yang disampaikan melalui berita ini adalah calon presiden nomor urut 02 Prabowo Subianto menyuarakan kepada para pendukungnya untuk jangan sebar ujaran kebencian baik di media sosial maupun ditempat lainnya dan mengajak seluruh pendukungnya untuk bersikap santun dalam menyampaikan informasi.

Pada berita ketiga, Polri menegaskan netral dalam pemilu serta mengklarifikasi bahwa narasi yang beredar ditengah masyarakat, mengatakan polisi mendukung salah calon presiden adalah hoaks dan pihak Polri juga menjalin kerja sama dengan Badan Siber dan Sandi Negara untuk melakukan kanalisasi berita hoaks dan ujaran kebencian.

Pada berita keempat, para calon presiden baik nomor urut 01 Joko Widodo dan nomor urut 02 Prabowo Subianto kerap mendapatkan hinaan dan fitnah dari oknum-oknum yang tidak menyukai mereka. Namun calon presiden nomor urut 01 Joko Widodo mengatakan akan memberantas oknum yang melakukan segala bentuk hoaks, fitnah dan hinaan kepada dirinya. Sedangkan calon presiden nomor urut 02 Prabowo Subianto menyuarakan kepada para pendukungnya untuk menahan diri dan tidak mudah terpancing dengan isu yang ingin memperkeruh suasana politik.

Pada berita kelima, pemberitaan mengharapkan agama menjadi salah satu tumpu untuk menjaga keselamatan pemilu bukan malah sebagai alat untuk menyebarkan hoaks serta ujaran kebencian, seperti yang dikatakan dalam pemberitaan jika salah satu pasangan calon presiden tertentu kalah

atau menang maka tidak adanya adzan, dzikir, dan tahlil. Masyarakat harus mampu membedakan mana fakta dan fiksi.

Pada berita keenam, seorang pria berusia 36 tahun berinisial AKR dengan nama akun facebook Antonio Banerra diringkus polisi karena dalam postingannya mengajak netizen untuk mendukung salah satu capres agar tragedi 1998 kembali terjadi dan dalam postingan tersebut ia juga menyinggung dan memojokan etnis tertentu.

Pada berita ketujuh, JM pemilik akun facebook Adhiganjuk, warga Nganjuk, Jatim diamankan polisi karena ikut menanggapi postingan AKR pemilik akun facebook bernama Antonio Banerra yang dalam postingan tersebut keduanya membahas jika salah satu capres terpilih maka tragedi 1998 kembali terjadi serta dalam postingan tersebut juga memojokan etnis tertentu.

Dapat disimpulkan bahwa dalam setiap pemberitaan terkait ujaran kebencian menjelang pilpres 2019 yang diterbitkan media *online* Kompas.com memberikan kualitas berita yang mampu dipahami oleh pembaca menggunakan bahasa yang lugas dan menyajikan berita yang aktual dan faktual. Serta telah memenuhi karakteristik pesan suatu berita yang objektif, sistematis dan generalis serta mengandung unsur (*what, how* dan *to whom*) sebagaimana teori analisis isi yang dipakai oleh Holsti.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Isi berita dari Kompas.com mengenai ujaran kebencian dalam masa kampanye 23 September 2018 sampai 14 April 2019, menjelang pilpres 2019 di tinjau dari teori Analisis Isi oleh model Holsti. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian dari 7 berita yang diterbitkan oleh media *online* Kompas.com telah memenuhi karakteristik pesan suatu berita yang objektif, sistematis dan generalis dan mengandung unsur (*what, how* dan *to whom*) sesuai dengan teori yang telah di tentukan dalam Analisis Isi oleh model Holsti. Unsur *what* guna mengetahui apa isi berita yang ada di media *online* Kompas.com yaitu pemberitaan mengenai tindak ujaran kebencian yang menyangkut SARA (Suku, Agama, Ras dan Antargolongan), unsur *how* guna mengetahui bagaimana isi pemberitaan dalam media *online* Kompas.com yang telah diamati secara umum adalah segala bentuk tindakan ujaran kebencian yang menyangkut tentang pemilihan presiden 2019 dimana banyak terjadi tindak ujaran kebencian yang dilakukan oleh pihak tertentu demi berjalannya kepentingan politik dan unsur *to whom* pada berita yang diterbitkan oleh Kompas.com guna mengetahui kepada siapa berita ditujukan, yaitu untuk semua kalangan masyarakat, baik pendukung dari calon presiden no urut 01 Joko Widodo maupun pendukung calon presiden no urut 02 Prabowo Subianto serta para aparat penegak hukum.

B. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan yang dituliskan dalam penelitian skripsi tentang Media *Online* dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019), maka peneliti menyarankan :

1. Bagi media *online* Kompas.com agar terus mempertahankan kualitas berita untuk masyarakat yang mengutamakan aktual dan faktualnya informasi yang disajikan.
2. Bagi aparat penegak hukum agar bersifat netral dan adil kepada semua pihak dan terus melawan serta menindak lanjuti segala bentuk tindak ujaran kebencian yang dapat memecah belah persatuan bangsa.
3. Bagi masyarakat agar lebih bijak dan cerdas dalam memanfaatkan kemajuan teknologi yang semakin berkembang baik media sosial maupun kegiatan di muka umum lainnya untuk tidak sembarangan dalam menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Almakusumah, (1991).*Jurnalistik, Hukum dan Komunikasi Massa*, Jakarta: Dharma Anutama.
- Eriyanto, (2011).*Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Ilmu Komunikasi dan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Fiske, John, (2005).*Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Gunawan, Imam, (2014).*Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasrullah, (2013).*Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Heriyanto, Gun Gun, (2018). *Media Komunikasi Politik*, Yogyakarta:IRCiSoD.
- Ishwara, Luwi, (2011).*Jurnalisme Dasar*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- L.River,William,(2003).*Media Massa dan Masyarakat Modern*, Jakarta: Kencana.
- Merpaung, Leden, (1997).*Tindak Pidana Kehormatan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J, (2002).*Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya.
- Vera, Nawiroh, (2016). *Komunikasi Massa*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Vivian, Jhon, (2015).*Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiono, (2010).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- _____, (2015).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Suhariyanto, Budi, (2014).*Tindak Pidana Teknologi Informasi (CYBERCRIME)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Susilo, R, (1995).*Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Serta Komentar Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*, Bogor: Poleteia
- Sztompka, Piotr, (2004). *Sosiologi Perubahan Sosial*, Jakarta: Prenada Media Group.

Internet :

Anggara Suwahju, *Menakar makna “antar-golongan” dalam pasal 28 (2) UU ITE*, diakses dari <https://beritagar.id/artikel/telatah/menakar-makna-antar-golongan-dalam-pasal-28-2-uu-ite> tanggal 26 November 2019.

Eki Baihaki, *Lunturnya Kearifan Berpolitik di Era “Post-truth”*, diakses dari nasional.kompas.com tanggal 05 Oktober 2019.

Fabian Januarius Kuwado, *Berbagai Hal yang Perlu Diketahui Soal Edaran Kapolri Tentang Hate Speech*, diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2015/10/30/06060001/Berbagai.Hal.yang.Perlu.Diketahui.soal.Edaran.Kapolri.tentang.Hate> tanggal 11 Maret 2019.

Jurnal Hasil Riset, *Pengertian Berita Menurut Para Ahli*, diakses dari <https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html> tanggal 10 Maret 2019

Kompas.com, *Jernih Melihat Dunia*, diakses dari <https://inside.kompas.com/about-us> tanggal 06 September 2019.

Maxmanroe, *Pengertian Media Online Secara Umum, Ciri-ciri, Fungsi, Jenis, dan Contoh*, diakses dari <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html> tanggal 07 Maret 2019.

Rajil, Munir, *Pengertian Berita, Jenis-jenis, Syarat, Ciri-ciri, Unsur, Fungsi, Struktur dan Sifat Berita*, diakses dari <https://forum.teropong.id/2017/09/10/pengertian-berita-jenis-jenis-syarat-ciri-ciri-unsur-fungsi-struktur-dan-sifat-berita/> tanggal 11 Maret 2019.

Za Kurnia, *Gambaran Umum Kompas.com dan Republika Online*, diakses dari repository.umy.ac.id tanggal 27 September 2019.

← → ↻ nasional.kompas.com/read/2018/09/25/13185791/bawaslu-90-daerah-rawan-tinggi-isu-ujaran-kebencian-dan-sara

KOMPAS.com NEWS MONEY BOLA TEKNO SAINS ENTERTAINMENT OTOMOTIF LIFESTYLE PROPERTI TRAVEL EDUKASI KOLOM IMAGE

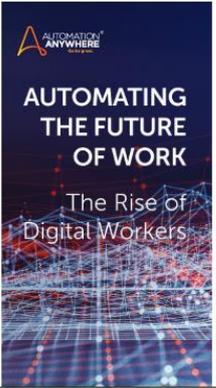
BAGIKAN:   Bawaslu: 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA

RUMAHPEMILU

Bawaslu: 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA

Kompas.com - 25/09/2018, 13:18 WIB

BAGIKAN:   Komentar



<https://www.worldwildlife.org>

“Bawaslu : 90 Daerah Rawan Tinggi Isu Ujaran Kebencian dan SARA”

← → × regional.kompas.com/read/2018/10/08/07500041/prabowo-jangan-sebar-ujaran-kebencian

KOMPAS.com NEWS MONEY BOLA TEKNO SAINS ENTERTAINMENT OTOMOTIF LIFESTYLE PROPERTI TRAVEL EDUKASI KOLOM IMAGE

BAGIKAN:   Prabowo: Jangan Sebar Ujaran Kebencian...

Home / News / Regional

Prabowo: Jangan Sebar Ujaran Kebencian...

Kompas.com - 08/10/2018, 07:50 WIB

BAGIKAN:   Komentar



Waiting for jp-u.openx.net...

Iklan ditutup oleh C

“Prabowo : Jangan Sebar Ujaran Kebencian”

nasional.kompas.com/read/2018/11/19/15070591/hoaks-polisi-dukung-salah-satu-capres-polri-tegaskan-netral-dal-

KOMPAS.com NEWS MONEY BOLA TEKNO SAINS ENTERTAINMENT OTOMOTIF LIFESTYLE PROPERTI TRAVEL EDUKASI KOLOM IMAGE

BAGIKAN: Hoaks Polisi Dukung Salah Satu Capres, Polri Tegaskan Netral dalam Pemilu 2019

RUMAHPEMILU

Hoaks Polisi Dukung Salah Satu Capres, Polri Tegaskan Netral dalam Pemilu 2019

Kompas.com - 19/11/2018, 15:07 WIB

BAGIKAN: Komentar



#Reduce Your Use

Click here



ALTERNATION ANYWHERE

AUTOMATING THE FUTURE OF WORK

The Rise of Digital Workers

“Hoaks Polisi dukung Salah Satu Capres, Polri Tegaskan Netral dalam Pemilu 2019”

nasional.kompas.com/read/2019/03/26/10555211/ketika-jokowi-dan-prabowo-mengaku-kerap-dihina-dan-difitnah?

KOMPAS.com NEWS MONEY BOLA TEKNO SAINS ENTERTAINMENT OTOMOTIF LIFESTYLE PROPERTI TRAVEL EDUKASI KOLOM IMAGE

BAGIKAN: Ketika Jokowi dan Prabowo Mengaku Kerap Dihina dan Difitnah...

Ketika Jokowi dan Prabowo Mengaku Kerap Dihina dan Difitnah...

Kompas.com - 26/03/2019, 10:55 WIB

BAGIKAN: Komentar



#Reduce Your Use

Click here



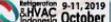
ALTERNATION ANYWHERE

AUTOMATING THE FUTURE OF WORK

The Rise of Digital Workers

<https://www.worldwildlife.org>






“Ketika Jokowi dan Prabowo Mengaku Kerap Dihina dan Difitnah”



“Agama untuk Pemilu Berjalan Damai, Jangan Pakai Sebarkan Kebencian”



“Posting Ujaran Kebencian Capres, Pemilik Akun Antonio Banerra Diringkus Polisi”

← → X regional.kompas.com/read/2019/04/08/11233291/ikut-bahas-ujaran-kebencian-capres-jm-warga-nganjuk-dirin...   

HARIAN KOMPAS KOMPAS TV LIVE RADAR  KOMPASIANA.COM KOMPASKARIER.COM GRAMEDIA.COM GRIDOTO.COM BOLASPORT.COM GRID.ID KONTAN.CO.ID KGMEDIA.ID

KOMPAS.com   Search REGISTER | LOGIN PREMIUM

NEWS MONEY BOLA TEKNO SAINS ENTERTAINMENT OTOMOTIF LIFESTYLE PROPERTI TRAVEL EDUKASI KOLOM IMAGES TV VIK JEO 

Iklan ditutup oleh Google

Home / News / Regional

Ikut Bahas Ujaran Kebencian Capres, JM Warga Nganjuk Diringkus Polisi

Kompas.com - 08/04/2019, 11:23 WIB

BAGIKAN:   [Komentar](#)

Iklan ditutup oleh Google

“Ikut Bahas Ujaran Kebencian Capres, JM Warga Nganjuk Diringkus Polisi”

**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari Kamis tanggal 21 bulan November tahun 2019 Skripsi Mahasiswa :
N a m a : Dea Al Syaqinah
Nomor Induk Mahasiswa : 1537010050
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com menjelang Pilpres 2019).

MEMUTUSKAN

1. Setelah mengumpulkan Nilai Teori dan hasil Munaqasyah pada hari ini...Kamis... maka saudara dinyatakan : LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~,
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,57.., oleh karena itu saudara berhak memakai gelar Sarjana Strata Satu (SI) Sarjana ~~Sosial (S.Sos)~~ Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
2. Perbaikan dengan Team Penguji selambat-lambatnya 2 (dua) Minggu/ sebelum penutupan pendaftaran Wisuda terhitung sejak ditetapkan.
3. Apabila melanggar point 2 diatas, maka dinyatakan belum bisa diikutsertakan mengikuti Wisuda yang diselenggarakan pada periode berjalan.
4. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Team Penguji :

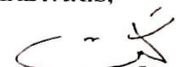
NO.	TEAM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	<u>Reza Aprianti, MA</u>	Ketua Penguji	
2	<u>Gita Astrid, M.Si</u>	Sekretaris Penguji	
3	<u>Taufik Akhyar, M.Si</u>	Penguji Utama	
4	<u>M. Mifta Farid, M.I.Kom</u>	Penguji Kedua	
5	<u>Dr. Yenniaal, M.Si</u>	Pembimbing I	
6	<u>Vita Justisia, SH, MH, M.Kn</u>	Pembimbing II	

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 21 November 2019

KETUA,


Reza Aprianti, MA
NIP. 198502232011012004

SEKRETARIS,


Gita Astrid, M.Si
NIP. 2025128703

**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami Ketua Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan :

Nama : Dea Al Syaainah
NIM : 1537010050
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com menjelang Pilpres 2019)

Telah dimunaqasahkan pada hari Kamis tanggal 21 bulan 11 tahun 2019 dinyatakan ~~LULUS / TIDAK LULUS~~ Dengan Nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : **3,57**

Palembang, 21 November 2019

Ketua,


Reza Aprianti, MA

NIP. 198502232011012004

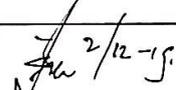
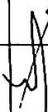
Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Yang bersangkutan
3. Arsip.

**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN
SKRIPSI**

Nama : Dea Al Syaqqinah
NIM : 1537010050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Ujian Munaqasah : 21 November 2019
Judul Skripsi : *Media Online* dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi
Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)

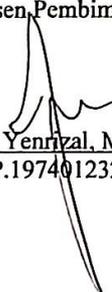
TELAH MELAKUKAN REVISI SESUAI MASUKAN DAN SARAN PADA
SAAT UJIAN MUNAQASAH DAN TELAH DISETUJUI OLEH DOSEN
PENGUJI I DAN DOSEN PENGUJI II.

No.	Nama Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Taufik Akhyar, M.Si	Penguji I	 2/12-19
2	M. Mifta Farid, M.I.Kom	Penguji II	

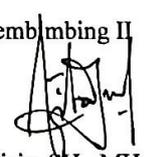
Palembang, 02 Desember 2019

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I


Dr. Yennyal, M.Si
NIP.1974012320051004

Dosen Pembimbing II


Vita Justisia, SH., MH., M.Kn
NIDN. 2014056902

KEMENTERIAN AGAMA RI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

RADEN FATAH PALEMBANG

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : B.1250 /Un.09/VIII/PP.01/09/2019
Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN FATAH PALEMBANG

- MENIMBANG :**
1. Bahwa untuk dapat menyusun skripsi yang baik, mahasiswa perlu dibimbing oleh tenaga ahli sebagai dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua yang bertanggung jawab untuk membimbing mahasiswa dalam rangka penyelesaian penyusunan Skripsi.
 2. Bahwa untuk kelancaran tugas-tugas pokok tersebut perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan.
 3. Lembar persetujuan judul dan penunjukan pembimbing Skripsi oleh Ketua Prodi Ilmu Politik an, Dea Al Syaqqinah, 6 September 2019

- MENGINGAT :**
1. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 53 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
 2. Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 407 tahun 2000;
 3. Instruksi Direktur Bimbaga Islam Departemen RI Nomor KEP/E/PP.00.9/147/1985 tanggal 5 Juni 1985 tentang pelaksanaan SKS dan Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
 4. Instruksi Menteri Agama RI No.B/152/1994 tentang Pelaksanaan SKS Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
 5. Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. 585 tahun 2016;
 6. Kep.Menag RI No. 62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN:
Pertama

: Menunjuk Saudara:

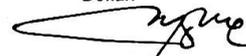
N A M A	NIP/NIDN	Sebagai
Dr. Yenzizal, M.Si	1974012320051004	Pembimbing I
Vita Justisia, SH., MH., M.Kn	2014056902	Pembimbing II

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing pertama dan Pembimbing kedua Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Saudara :

N a m a : Dea Al Syaqqinah
N I M : 1537010050
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)

- Kedua** : Masa bimbingan : Satu Tahun TMT. 11 September 2019 s/d 11 September 2020
: Kepada pembimbing pertama dan pembimbing kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi Judul/kerangka Skripsi tersebut tanpa mengubah substansi penelitian.
- Ketiga** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah/dibetulkan sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Palembang, 12 September 2019
Dekan



Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP. 196206201988031001

Tembusan:

1. Rektor ;
2. Dosen Penasehat Akademik yang bersangkutan
3. Pembimbing Skripsi (1 dan 2)
4. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
5. Mahasiswa yang bersangkutan
6. Arsip

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Dea Al Syaquinah
NIM : 1537010050
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)

Nama Pembimbing I : Dr. Yenrizal, M.Si

No	Hari/Tanggal	Masalah yang di konsultasikan	Paraf
1	1/10/19	Paralel dan. Dr. Yenrizal Logos di Bab I	
2	04 Okt 2019.	ben bulizan bab II & bab III	
3	09 Okt 2019	Revisi Bab II	
4	14 Okt 2019	ACC BAB II	
5	29 Okt 2019	Revisi Bab III	
6	30 Okt 2019	Revisi Bab III	
7	01 Nov 2019	Revisi Bab III	
8	11 Nov 2019.	Revisi Bab III	

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Dea Al Syaqqinah
 NIM : 1537010050
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul : Media Online dan Ujaran Kebencian (Analisis Isi Berita Kompas.com Menjelang Pilpres 2019)

Nama Pembimbing II : Vita Justisia, SH,MH,M.K.n

No	Hari/Tanggal	Masalah yang di konsultasikan	Paraf
1	10 Sep 2019	Bab II	
2	23 Sep. 2019	Perbaikan Bab II	
3	20 Sept. 2019	Bab II	
4	01 Okt 2019.	ACC Bab II	
5	29 Okt. 2019	ARaham Bab III	
6	29 Okt 2019	Revisi Bab III	
7	30 Okt 2019	Revisi Pembahasan	
8	1 NOV - 2019	ACC. Lampiran	
9	6 Nov. 2019	Pembahasan Bab IV. Keomp. faran	
10	7 NOV 2019	ACC Bab IV	
11	11 Nov. 2019	ACC Abstrak	