



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Sifat Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk meneliti permasalahan. Penelitian ini memfokuskan pada data penelitian berbentuk angka. Lebih jelas lagi, Hamdi dan Bahruddin (2014, p. 5) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif menekankan berbagai fenomena objektif. Selain itu penelitian objektivitas penelitian ini bisa dimaksimalkan dengan penggunaan angka, pengolahan statistik, dan percobaan terkontrol.

Penelitian ini memiliki paradigma positivistik yang berawal dari pemikiran filosofi Auguste Comte. Paradigma ini bertujuan menguji fakta atau penyebab suatu fenomena secara objektif dan tidak dicampuri pandangan pribadi yang membuat hasilnya subjektif (Endraswara, 2006, p. 60).

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu memiliki tujuan untuk mengetahui perkembangan sarana fisik tertentu atau frekuensi terjadinya suatu aspek fenomena sosial tertentu secara terperinci (Singarimbun, 1982 dikutip dalam Suryana, 2010, p. 15).

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui apa saja representasi teknik propaganda Korea Utara dalam film dokumenter *The Propaganda Game* dan *Propaganda*.

#### **3.2. Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Barelson dalam Eriyanto (2011, p. 15) menjelaskan bahwa analisis isi

kuantitatif adalah teknik penelitian untuk menjelaskan isi komunikasi yang tampak secara objektif, sistematis, dan deskriptif kuantitatif.

Terdapat beberapa karakteristik analisis isi yang terangkum dalam Eriyanto (2011, p. 16-30) yaitu:

a) Objektif

Tujuannya analisis isi adalah menyajikan data secara objektif dan apa adanya tanpa intervensi peneliti seperti perasaan dan pandangannya. Ada dua aspek penting yaitu validitas dan reliabilitas. Validitas berkenaan dengan apakah peneliti benar mengukur apa yang ingin diukur dengan analisis isi. Reliabilitas berkenaan dengan apakah hasil penelitian akan sama jika dilakukan dengan orang dan waktu berbeda.

b) Sistematis

Penelitian yang menggunakan analisis isi harus sistematis. Maksudnya adalah semua tahap dan proses penelitian dijelaskan dengan beraturan.

c) Replikabel

Karakteristik ketiga adalah replikabel, artinya selama objek dan teknik penelitiannya sama, maka hasil penemuannya harus sama jika diteliti ulang. Temuan yang sama berlaku bagi peneliti, waktu, dan konteks yang berbeda.

d) Isi yang Tampak (Manifest)

Terdapat perbedaan pandangan para ahli mengenai kegunaan analisis isi. Tokoh seperti Neuendorf dan Krippendorff mengatakan analisis isi bisa dipakai untuk melihat isi yang tampak (manifest) dan tidak tampak (laten). Sedangkan ahli lain seperti Barelson dan Holsti mengatakan

analisis isi hanya digunakan untuk isi yang tampak. Semua ini kembali pada penulis, namun cenderung menganalisa pesan yang tampak karena aspek penting analisis isi mengacu pada objektif, reliabel, valid, dan replikabel. Syarat ini hanya terpenuhi jika menggunakan analisis isi dengan isi pesan yang tampak.

e) Perangkuman (Summarizing)

Tujuan analisis isi adalah membuat rangkuman. Penulis tidak membahas secara detil satu atau beberapa kasus melainkan membuat gambaran umum mengenai apa yang diteliti.

f) Generalisasi

Analisis ini tidak bertujuan membahas satu per satu kasus, namun memberi gambaran populasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Film dokumenter *The Propaganda Game* dan *Propaganda* analisis menerapkan metode penelitian kuantitatif. Berikut adalah prosedur yang akan peneliti lalui guna menemukan jawaban penelitian.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

Sebelum menentukan unit analisis, penulis menentukan populasi dan sampel. Keseluruhan objek yang ingin diketahui isinya disebut dengan populasi (Eriyanto, 2011, p. 109), sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili populasi (Eriyanto, 2011, p. 110).



Dalam penelitian ini, penulis menggunakan populasi yaitu keseluruhan scene dan segmen yang terdapat pada film The Propaganda Game dan Propaganda. Alasannya, masing-masing film berdurasi sekitar 90 menit dan masih memungkinkan untuk meneliti populasi scene. Dengan begitu, penelitian ini tidak terdapat sampel.

### 3.4 Unit Analisis




Eriyanto (2011, p. 60) menjabarkan ada beberapa bentuk unit analisis yang bisa diambil. Setelah dirangkum, terdapat tiga bagian besar dalam unit analisis yaitu unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks. Bagian objek yang dipilih untuk penulis dalam dan disesuaikan dengan topik dan tujuan penelitian yang disebut dengan unit sampel. Penulis membatasi konten apa yang akan diteliti dan tidak diteliti. Bagian dari isi yang menjadi pondasi pencatatan analisis disebut dengan unit pencatatan. Untuk melakukan pencatatan, penulis harus mendefinisikan isi yang akan diteliti. Bagian terakhir adalah unit konteks yaitu penulis memberi konteks tentang apa yang akan dicatat (Eriyanto, 2011, p. 61)





Tabel 3.1 Pembagian Unit Analisis The Propaganda Game





Tujuan	Mengetahui representasi teknik propaganda Korea Utara dalam film dokumenter The Propaganda Game
Unit sampling	Semua potongan scene film The Propaganda Game.
Unit pencatatan	Semua pernyataan atau informasi dari Korea Utara mengenai negaranya dan negara lain,
Unit konteks	Mematahkan citra negatif yang dibentuk media Barat

Film ini berdurasi 99 menit. Adapun tokoh-tokoh yang menjadi inti film ini adalah Alvaro Longoria sebagai sutradara, Alejandro Cao de Benos sebagai simpatisan Korea Utara asal Spanyol sekaligus ‘tour guide’ Alvaro, dan Rajiv Narayam sebagai mantan peneliti Asia Utara dari Amnesty International.

Tabel 3.2 Rincian Unit Analisis The Propaganda Game






SCENE	DURASI	SCREENSHOT
1	00:00:01-00:01:17	
2	00:01:18-00:01:38	
3	00:01:39-00:01:55	


<p>4</p>	<p>00:01:56-00:02:25</p>	
<p>5</p>	<p>00:02:26-00:02:50</p>	
<p>6</p>	<p>00:02:51-00:03:14</p>	
<p>7</p>	<p>00:03:15-00:03:25</p>	







8	00:03:26-00:03:38	
9	00:03:39-00:03:53	
10	00:03:54-00:05:25	
11	00:05:26-00:07:22	

12	00:07:23-00:09:34	
13	00:09:35-00:10:56	
14	00:10:57-00:14:17	
15	00:14:18-00:15:48	



16	00:15:49-00:17:45	 <p>it's just the rhetoric exercise by the professional ideologues.</p>
17	00:17:46-00:21:57	
18	00:21:58-00:25:02	 <p>My dream has always been</p>
19	00:25:03-00:29:29	
20	00:29:30-00:31:04	 <p>It's nearly built, now.</p>

21	00:31:05-00:31:45	
22	00:31:46-00:32:33	
23	00:32:34-00:33:36	
24	00:33:37-00:35:37	
25	00:35:38-00:36:43	
26	00:36:44-00:37:16	

27	00:37:17-00:37:40	
28	00:37:41-00:39:05	
29	00:39:06-00:41:11	
30	00:41:12-00:43:49	
31	00:43:50-00:47:25	
32	00:47:26-00:49:23	



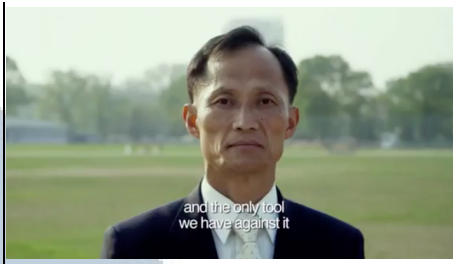

33	00:49:24-00:52:24	
34	00:52:25-00:53:03	
35	00:53:04-00:54:36	
36	00:54:37-00:55:14	
37	00:55:15-01:00:32	
38	01:00:33-01:02:21	

39	01:02:22-01:04:17	
40	01:04:18-01:05:16	
41	01:05:17-01:06:23	
42	01:06:24-01:12:19	
43	01:12:20-01:13:35	
44	01:13:36-01:15:04	

45	01:15:05-01:16:16	
46	01:16:17-01:17:02	
47	01:17:03-01:19:01	
48	01:19:02-01:19:56	
49	01:19:57-01:20:40	
50	01:20:41-01:21:48	

51	01:21:49-01:22:50	 <p>so we import them from China.</p>
52	01:22:51-01:23:21	 <p>Everything is just like out of the box.</p>
53	01:23:22-01:25:00	 <p>You know, I have been living during the times of the Arduous March.</p>
54	01:25:01-01:25:31	
55	01:25:32-01:26:20	
56	01:26:21-01:30:03	 <p>The United States can continue to sell weapons to South Korea and to Japan.</p>



57	01:30:04-01:30:43	
58	01:30:44-01:33:57	

Tabel 3.3 Pembagian Unit Analisis Propaganda

Tujuan	Mengetahui representasi teknik propaganda Korea Utara dalam film dokumenter Propaganda
Unit sampling	Semua segmen film dokumenter Propaganda
Unit pencatatan	Semua pernyataan atau informasi dari Korea Utara mengenai negaranya dan negara lain,
Unit konteks	Menyorot kejelekan dan pengaruh buruk Amerika Serikat pada dunia.

Dalam film propaganda terdapat 18 segmen dengan durasi 95 menit yang berisi kumpulan arsip dan dokumentasi Amerika Serikat maupun Korea Utara.

Tabel 3.4 Rincian Unit Analisis Propaganda

Segmen	Nama Segmen	Durasi
1	Introduction	00:00:00-00:06:53
2	Creating Ideas & Illusions	00:06:54-00:16:47
3	Fear	00:16:48-00:19:34

4	Religion	00:19:35-00:24:59
5	Beware the 1%	00:25:00-00:28:09
6	Emulating Psychosis	00:28:10-00:31:20
7	Rewriting History	00:31:21-00:41:14
8	The Birth of Propaganda	00:41:15-00:45:48
9	Cover Ups and Omissions	00:45:49-00:54:09
10	Complicity	00:54:10-00:58:04
11	Censorship	00:58:05-01:01:49
12	International Diplomacy	01:01:50-01:06:13
13	Television	01:06:14-01:08:10
14	Advertising	01:08:11-01:14:35
15	The Cult of Celebrity	01:14:36-01:22:33
16	Distraction	01:22:34-01:28:00
17	Terrorism	01:28:91-01:33:59
18	The Revolution Starts Now	01:34:00-01:35:51

### 3.5 Kategorisasi

Shoelhi (2012, p. 27) mengatakan propaganda adalah langkah untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara membentuk, mempengaruhi, mengubah, dan mengendalikan sikap dan pendapat masyarakat. Biasanya propaganda dilakukan oleh sebuah kelompok, organisasi, atau partai guna mencapai tujuannya.

Ada beberapa teknik propaganda yang biasa dilakukan yaitu *name calling*, *glittering generality*, *transfer*, *testimony*, *plain folk*, *card stacking*, *frustration or scapegoat*, *bandwagon*, dan *fear arousing* (Shoelhi, 2012, p. 59-70).

### 1. Name Calling

Name Calling adalah langkah yang dilakukan propagandis dengan memberi label atau julukan buruk pada pihak lawan. IPA dalam Shoelhi (2012, p. 60) mengelompokkan kata-kata julukan buruk yaitu:

- a) Kata benda: Kesesatan, kebohongan, koersi, kebangkrutan, kolusi, kebusukan, kegagalan, pengkhianatan, pemborosan, dan lain-lain.
- b) Kata Sifat: membahayakan, tidak kompeten, penipu, radikal, permisif, dan lain-lain.
- c) Ungkapan: kalimat seperti “Kita tidak cukup jika hanya bersabar. Hal ini wajib dilakukan, mengapa tidak dilaksanakan segera.”

Biasanya propagandis melakukan teknik ini untuk menjatuhkan seseorang atau konsep tertentu (Shoelhi, 2012, h. 59-60)

Tabel 3.5 Indikator Kategori Name Calling

Kategori Name Calling	Indikator
Ya	Pernyataan atau hasil wawancara pihak Korea Utara menggunakan label buruk

Tidak	Pernyataan atau hasil wawancara pihak Korea Utara tidak menggunakan label buruk
-------	---

## 2. *Glittering Generality*

Teknik ini adalah kebalikan dari Name Calling, di mana propagandis menggunakan kata-kata yang memiliki citra positif dan membuat masyarakat mendukung. Shoelhi (2012, p. 61) mengelompokkan beberapa kata-kata yang sering digunakan dalam teknik ini yaitu:

- a) Kata sifat: Aktif, adil, jujur, tulus, ikhlas, produktif, visioner, dan lain-lain
- b) Kata benda: Akal sehat, tantangan menarik, kebebasan, perdamaian, kontrol, keberanian, kesejahteraan, keberhasilan, dan lain-lain.
- c) Kata kerja: memberdayakan, kerja keras, suka membantu, melindungi, memberi, berbagi, dan lain-lain.

Tabel 3.6 Indikator Kategori Glittering Generality

Kategori Glittering Generality	Indikator
-----------------------------------	-----------



Ya	Pernyataan atau hasil wawancara pihak Korea Utara menggunakan kata-kata positif
Tidak	Pernyataan atau hasil wawancara pihak Korea Utara tidak menggunakan kata-kata positif

### 3. *Transfer*

Transfer adalah permainan visual untuk mengalihkan karakter tertentu serta mengidentifikasi gagasan tertentu dengan hal lain agar target propaganda setuju atau menolak. Salah satu caranya adalah memasang sosok yang lebih tinggi atau dipuja diruang kerjanya. Dengan begini si pemilik ruang kerja merasa wibawa sosok yang dipajang akan mengalir pada dirinya.

Teknik lainnya adalah propagandis membangkitkan kesukaan atau rasa benci pada rakyat dengan menggunakan kata “semua orang melakukan...” atau “semua orang memilih...” (Shoelhi, 2012, p. 63).

Tabel 3.7 Indikator Kategori Transfer

Kategori Transfer	Indikator
Ya	Jika ada pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara yang mengalihkan suatu kasus atau sosok pada hal tertentu.
Tidak	Jika tidak terlihat atau tidak ada pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara yang mengalihkan suatu kasus atau sosok pada hal tertentu.

#### 4. *Testimony*

Testimony atau kesaksian adalah cara yang dilakukan propagandis untuk mencari dukungan orang yang statusnya lebih tinggi untuk membenarkan tindakannya. Tujuannya adalah semakin meyakinkan target propaganda mengenai sebuah ide atau program yang baik atau buruk (Shoelhi, 2012, p. 63-64). Biasanya terdapat pernyataan seperti “Presiden mengatakan...” atau ‘Artis A mengatakan...’, dan lain-lain.

Tabel 3.8 Indikator Kategori Testimony

Kategori Testimony	Indikator
Ya	Jika pernyataan pihak Korea Utara menggunakan kalimat pendukung dari sosok tertentu
Tidak	Jika pernyataan pihak Korea Utara tidak menggunakan kalimat pendukung dari sosok tertentu

### 5. Plain Folk

Teknik ini bertujuan membuat kesan propagandis dekat dengan masyarakat dan memiliki rasa empati serta rendah hati. Propagandis mengerti bahwa kepentingannya tidak akan terlaksana jika dianggap sebagai “orang asing” oleh rakyatnya. Untuk itu ia perlu mendekatkan diri pada rakyat. Hal yang sering dilakukan adalah mencium bayi, mengobrol dengan petani atau buruh, dan bersalaman dengan rakyat biasa (Shoelhi, 2012, p. 66).

Tabel 3.9 Indikator Kategori Plain Folk

Kategori Plain Folk	Indikator
Ya	Jika pemimpin atau otoritas Korea Utara berjumpa atau bercengkrama dengan rakyat biasa.
Tidak	Jika pemimpin atau otoritas Korea Utara tidak berjumpa atau tidak bercengkrama dengan rakyat biasa.

#### 6. *Card Stacking*

Card Stacking adalah cara untuk memilih atau memanfaatkan fakta atau kebohongan, dan pernyataan logis atau tidak logis untuk menyampaikan kasus baik atau buruk pada orang, gagasan, program, atau produk. Biasanya propagandis hanya menyebut fakta namun tidak spesifik (Shoelhi, 2012, p. 67).

Tabel 3.10 Indikator Kategori Card Stacking

Kategori Card Stacking	Indikator
------------------------	-----------

Ya	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara menyebutkan fakta yang tidak spesifik.
Tidak	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara tidak menyebutkan fakta yang tidak spesifik.

#### 7. *Frustration atau Scapegoat*

Cara ini adalah langkah paling praktis untuk membuat kebencian dengan cara membuat kambing hitam dengan tujuan menutup rasa takut atau frustrasi dengan cara membuat ‘hantu’ baik internal maupun eksternal guna menyalurkan penderitaan rakyat. Misalnya saat Hitler mengatakan masalah di Jerman disebabkan oleh kaum Zionis Yahudi (Shoelhi, 2012, p. 68).

Tabel 3.11 Indikator Kategori Frustration atau Scapegoat

Kategori	Indikator
Frustration atau Scapegoat	

Ya	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara membuat ‘hantu’ internal atau eksternal guna menyalurkan penderitaan rakyat
Tidak	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara membuat ‘hantu’ internal atau eksternal guna menyalurkan penderitaan rakyat

#### 8. *Bandwagon*

Shoelhi (2012, p. 68) mengatakan teknik ini digunakan untuk meyakinkan khalayak akan sesuatu berdasarkan banyaknya orang yang percaya. Asumsinya adalah jika semakin banyak orang yang mengatakan, melakukan, dan sebagainya, maka target propaganda akan semakin yakin jika hal itu benar. Propagandis menganggap kelompok atau dirinya adalah kaum mayoritas, sedangkan target propaganda adalah kaum minoritas yang harus mengikuti kehendaknya. Biasanya propagandis menggunakan kata “Semua orang yakin bahwa...” atau “Banyak orang menolak...” dan lain sebagainya

Tabel 3.12 Indikator Kategori Bandwagon

Kategori Bandwagon	Indikator
Ya	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara membuat pernyataan berdasarkan banyaknya orang yang percaya
Tidak	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara tidak membuat pernyataan berdasarkan banyaknya orang yang percaya

#### 9. *Fear Arousing*

Fear Arousing adalah teknik untuk mendapat dukungan dari massa dengan menciptakan emosi negatif khususnya ketakutan. Propagandis biasanya menciptakan ‘hantu’ agar massa takut dan bersedia mengikuti kehendak propagandis agar ‘hantu’ itu tidak membahayakan. Biasanya kata yang digunakan berupa ‘berbahaya’, ‘kerusuhan’, ‘menghancurkan’, dan lain-lain (Shoelhi, 2012, p. 70)

Tabel 3.13 Indikator Kategori Fear Arousing

Kategori Fear Arousing	Indikator
Ya	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara mengandung kata-kata yang menakutkan dan berbahaya.
Tidak	Jika pernyataan dan wawancara pihak Korea Utara tidak mengandung kata-kata yang menakutkan dan berbahaya.

### 3.6 Uji Validitas

Karena temuan dalam analisis isi dilandaskan pada alat ukur yang dipakai, maka uji validitas sangat penting. Tujuannya adalah menentukan apakah alat ukur penulis benar atau salah. Jika benar, maka temuan yang dihasilkan bisa dipercaya, begitu juga sebaliknya (Eriyanto, 2011, p. 259).

Ada beberapa jenis validitas dalam analisis isi yaitu Validitas Muka,



Validitas Konkuren/Kecocokan, Validitas Konstruk, Validitas Prediktif, dan Validitas Isi (Eriyanto, 2011, p. 260-274). Namun dalam penelitian ini, penulis akan mengambil uji validitas konstruk karena alat ukur berasal dari turunan kerangka teori tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori teknik propaganda dan sudah membuat kategorisasinya. Penulis ingin melihat bagaimana teknik propaganda Korea Utara dalam film *The Propaganda Game* dan *Propaganda*.

Untuk menguji validitas konstruk, caranya adalah penulis bertanya dan meminta pendapat dari ahli guna membahas alat ukur yang sudah dibuat. Dalam penelitian ini, ahli yang penulis tanyakan pendapat adalah pembimbing penulis yaitu Albertus Magnus Prestianta, S.I.Kom., M.A.

Hasil uji validitas konstruk tidak bisa memastikan apakah penelitian ini memiliki validitas yang rendah, tinggi, atau sedang, karena hasil akhir pembahasan alat ukur penelitian ini bukan skor rendah atau tinggi.

### **3.7 Uji Reliabilitas**

Setelah menentukan unit analisis, setiap unit perlu diolah dalam bentuk pengkodean. Tujuannya adalah memenuhi syarat objektivitas dengan cara menghitung dengan sebuah rumus, serta objek yang diteliti bisa dibandingkan dan dikelompokkan (Suhartono dalam Kriyantono, 2009, p. 133).

Sesuai metode analisis isi yang dipakai, penulis menggunakan lembar koding (*coding sheet*) untuk mengukur. Rumus yang digunakan penulis adalah intercoder reliability milik Holsti

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

CR: Coefisien Reliability

M: Hasil koding yang sama dari dua orang koder

N: Jumlah objek yang dikategori

Menurut Holsti dalam Eriyanto (2011, p. 290) angka toleransi minimum adalah 0,7 atau 70 persen. Jika mencapai angka tersebut, maka alat ukurnya reliabel. Jika di bawah angka itu, maka alat ukurnya tidak reliabel.

Dalam uji reliabilitas, penulis lebih dulu membuat coding sheets dan manual book. Setelah itu penulis mencari dan menentukan dua coder yaitu Jessica Widartha dan Achmad Ghifari Firdaus. Kedua orang ini adalah mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara jurusan jurnalistik semester delapan. Kedua coder sudah mengikuti kelas komunikasi politik yang membahas teknik-teknik propaganda.

Setelah penulis bertemu kedua coder, penulis memberi manual book dan lembar coding pada mereka. Penulis meminta mereka membaca manual book terlebih dahulu, kemudian penulis jelaskan latar belakang, apa yang hendak diteliti, cara pengisian, dan penjelasan masing-masing teknik propaganda, lengkap beserta definisi dan contohnya.

Setelah kedua coder mengerti, penulis menjelaskan cara pengisian lembar coding. Jika dalam satu scene terdapat teknik propaganda sesuai kategorisasi masing-masing teknik propaganda, maka penulis meminta mereka memberi centang. Sebaliknya, jika coder tidak menemukan teknik propaganda berdasarkan kategorisasi propaganda, maka tidak perlu dicentang.

Setelah kedua coder selesai mengisi, penuli menguji reliabilitas pada kedua coder dengan cara memberi lima sampel scene The Propaganda Game dan mengolah data reliabilitas.

### 3.7.1 Perhitungan reliabilitas kategori Name Calling

Tabel 3.14 Perhitungan Reliabilitas Kategori Name Calling

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	0	0	0	1	0
Koder 2	0	0	0	1	1

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(4)}{5+5} \times 100\% = 80\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Name Calling adalah 80%, maka kategori Name Calling bisa dipakai untuk mengukur teknik propaganda.

### 3.7.2 Perhitungan reliabilitas kategori Glittering Generality

Tabel 3.15 Perhitungan Reliabilitas Kategori Glittering Generality

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	1	1	1	0	1
Koder 2	1	1	1	0	1

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(5)}{5+5} \times 100\% = 100\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Glittering Generality adalah 100%, maka kategori Glittering Generality bisa dipakai untuk mengukur teknik propaganda.

### 3.7.3 Perhitungan reliabilitas kategori Card Stacking

Tabel 3.16 Perhitungan Reliabilitas Kategori Card Stacking

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	1	1	1	0	0
Koder 2	1	1	1	1	0

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(4)}{5+5} \times 100\% = 80\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Card Stacking adalah 80%, maka kategori Card Stacking bisa dipakai untuk mengukur teknik propaganda.

### 3.7.4 Perhitungan reliabilitas kategori Transfer

Tabel 3.17 Perhitungan Reliabilitas Kategori Transfer

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	1	0	1	1	0
Koder 2	0	1	0	0	0

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(1)}{5+5} \times 100\% = 20\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Transfer adalah 20%.

### 3.7.5 Perhitungan reliabilitas kategori Testimony

Tabel 3.18 Perhitungan Reliabilitas Kategori Testimony

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	0	0	1	0	0
Koder 2	0	1	1	0	1

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(3)}{5+5} \times 100\% = 60\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Testimony adalah 60%.

### 3.7.6 Perhitungan reliabilitas kategori Plain Folk

Tabel 3.19 Perhitungan Reliabilitas Kategori Plain Folk

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	0	0	0	0	0
Koder 2	0	0	0	0	1

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(4)}{5+5} \times 100\% = 80\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Plain Folk adalah 80% maka kategori Plain Folk bisa dipakai untuk mengukur teknik propaganda.

### 3.7.7 Perhitungan reliabilitas kategori Bandwagon

Tabel 3.20 Perhitungan Reliabilitas Kategori Bandwagon

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	0	0	0	0	1
Koder 2	1	0	0	0	0

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(3)}{5+5} \times 100\% = 60\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Bandwagon adalah 60%.

### 3.7.8 Perhitungan reliabilitas kategori Frustration

Tabel 3.21 Perhitungan Reliabilitas Kategori Frustration

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	0	0	0	0	0
Koder 2	0	0	0	1	0

N U S A N T A R A

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(4)}{5+5} \times 100\% = 80\%$$

Hasilnya uji reliabilitas kategori Frustration adalah 80% maka kategori Frustration bisa dipakai untuk mengukur teknik propaganda.

### 3.7.9 Perhitungan reliabilitas kategori Fear Arousing

Tabel 3.22 Perhitungan Reliabilitas Kategori Fear Arous

	Nomor Scene				
	Scene 1	Scene 2	Scene 3	Scene 4	Scene 5
Koder 1	0	0	0	0	0
Koder 2	0	0	0	1	0

Keterangan:

Scene 1: Durasi 00:25:03-00:29:29

Scene 2: Durasi 00:29:30-00:31:34

Scene 3: Durasi 00:31:05-00:31:45

Scene 4: Durasi 00:53:04-00:54:36

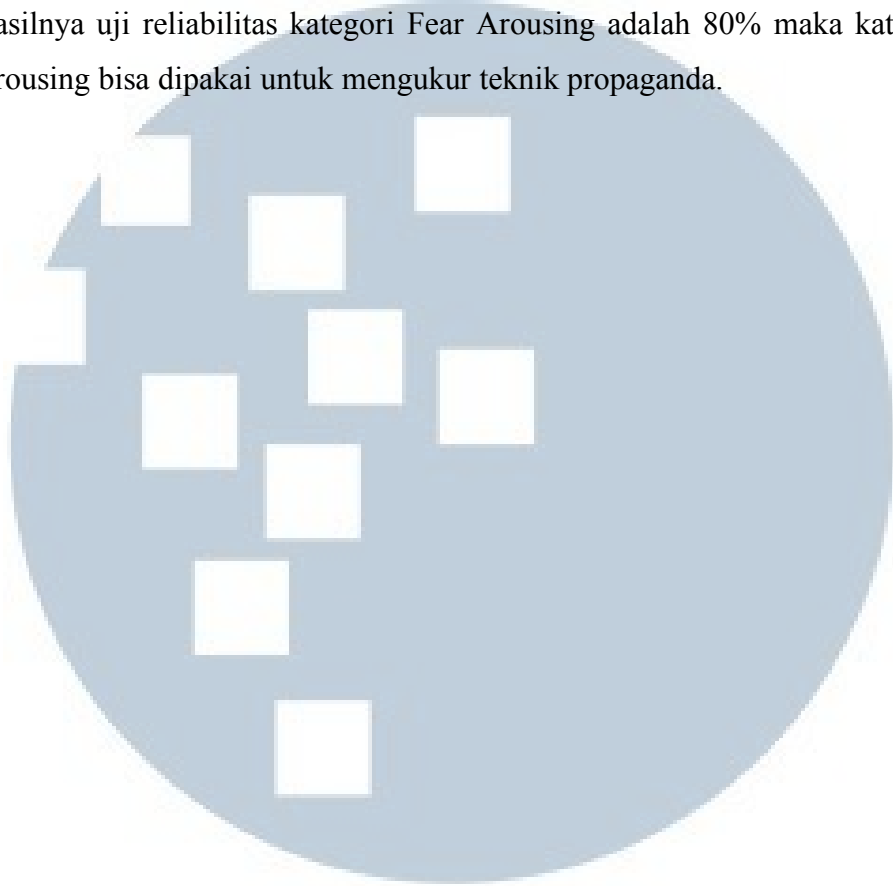
Scene 5: Durasi 01:00:33-01:02:21

Berdasarkan rumus Holsti, hasilnya adalah:

$$CR = \frac{2(4)}{5+5} \times 100\% = 80\%$$



Hasilnya uji reliabilitas kategori Fear Arousing adalah 80% maka kategori Fear Arousing bisa dipakai untuk mengukur teknik propaganda.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA