

Propoganda dalam Komunikasi Politik Melalui Media Sosial

Winda Kustiawan, Alfin Qodri Hafiz, Khalid Rasyidin, Putri Amelia, Sehta Jupiter Ketaren

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

JL. Williem Iskandar psr V Percut Sei Tuan - Medan

Email : windakustiawan@gmail.com alfinqodrihafiz17@gmail.com khalidrasyidin65@gmail.com
Putriamelia1141@gmail.com sehtajupiter2015@gmail.com

Abstract

Propaganda is an important thing to support success in political communication. Basically propaganda is a persuasive communication technique, which has a greater impact than informative communication. Political communication itself is communication that leads to the achievement of an influence, so that the problems discussed by this communication activity can bind all its citizens with sanctions determined together through political institutions. Social media is a modern media whose use is as a means used by people in everyday life. Social media can quickly and widely disseminate information only through smartphone devices that are connected to the internet. Thus, social media is widely used by political activists, both as information dissemination and as messages containing propaganda, and later this will be conveyed to a wide audience who use social media.

Keywords : Propaganda, Political Communication, Social Media

Abstrak : Propaganda merupakan suatu hal yang penting untuk menunjang keberhasilan dalam komunikasi politik. Pada dasarnya propaganda adalah teknik komunikasi persuasif, yang mana memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan dengan komunikasi secara informatif. Komunikasi politik sendiri adalah komunikasi yang mengarah pada pencapaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas oleh kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya dengan sanksi ditentukan bersama melalui lembaga politik. Media sosial adalah media modern yang kegunaannya sebagai sarana yang dipakai oleh para masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial dapat dengan cepat dan meluas dalam menyebarkan informasi hanya dengan melalui perangkat *smartphone* yang tersambung dengan internet. Maka dengan demikian, media sosial banyak dipakai oleh para pegiat politik baik itu sebagai penyebaran informasi, maupun sebagai pesan yang berisikan propaganda, dan nantinya hal tersebut akan tersampaikan kepada khalayak luas yang memakai media sosial.

Kata Kunci : Propaganda, Komunikasi Politik, Media Sosial

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mengubah cara berkomunikasi, termasuk dalam komunikasi politik. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi politik merupakan komunikasi antara para aktor politik dengan para pemilihnya atau masyarakat umum, maka kehadiran teknologi komunikasi yang termasuk di dalamnya internet telah banyak mengubah pola komunikasi politik antara aktor dengan publik.

Dengan adanya perubahan dari segi cara inilah kemudian berkembang kajian mengenai bagaimana cara meraih kemenangan dalam pemilihan umum melalui media baru, yang termasuk di dalamnya media sosial. Media baru atau *new media* adalah sebuah media non-tradisional di samping radio, televisi, surat kabar dan majalah. Media baru ini, disalurkan melalui jejaring internet, yang berkembang media sosial di dalamnya.

Kini, media baru telah memberikan kekuatannya termasuk manfaatnya dalam kehidupan politik termasuk dalam pemilihan umum. Sudah menjadu umum bila kandidat presiden atau legislatif memanfaatkan media sosial seperti *twitter*, *instagram*, *facebook*, dan *you tube* serta situs *online*. Kehadiran media baru ini yang menjangkau banyak orang dan telah memberukan pengertian baru dalam aktivitas politik yang tidak sekedar temu muka langsung dalam berkampanye, tetapi juga melalui media baru, yakni media sosial (*twitter*, *instagram*, *facebook*, dan *you tube* serta situs *online*) untuk menyampaikan tujuan dari pesan-pesan politiknya.

Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan sesuatu yang dapat menarik dan mempengaruhi masyarakat. Maka dengan demikian, propaganda bekerja sebagai bentuk komunikasi yang persuasif dalam menunjang keberhasilan komunikasi politik. Harold D. Laswell menjelaskan bahwa pengertian propaganda adalah teknik mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk tulisan, lisan, gambar atau musik sehingga periklanan dan publisitas ada di dalam propaganda. Selain itu Herbert Blumer (1969) mengatakan propaganda dapat dianggap sebagai suatu kampanye politik yang dengan sengaja mengajak dan membimbing untuk mempengaruhi, membujuk atau merayu banyak orang guna menerimasuatu pandangan, ideologi atau nilai.

Dengan begitu, untuk penyampaian tujuan para pegiat politik, di haruskan dapat melakukan komunikasi politik dengan baik. Dengan begitu apa yang ingin disampaikan akan terealisasikan dengan propaganda yang nantinya disampaikan melalui media terbaru, yaitu media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyonometode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti kondisi objek yang ilmiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Peneliiian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan, dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif, manusia merupakan instrument penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Propaganda sebagai Pesan Dalam Komunikasi Politik

A. Pengertian Propaganda

Secara etimologis, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, propaganda berarti penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) yang benar atau yang salah, yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang banyak agar menganut suatu aliran paham, sikap atau arah tindakan tertentu; biasanya disertai dengan janji yang muluk-muluk.

Kata propaganda berasal dari bahasa Neo Latin *propagandus* atau *propagare* yang berarti penyebaran. Kata ini pertama kali dipergunakan Paus Gregorius XV di Italia pada tahun 1622 untuk menamai sebuah lembaga yang mengurus kegiatan misionaris Gereja Katolik Roma, *Congregatio de Propaganda Fide*, komite tetap kardinal yang bertanggung jawab atas aktivitas misionaris Katolik. Sejak saat itu, kata propaganda mulai banyak digunakan untuk merujuk pada rencana sistematis dan gerakan terorganisasi untuk menyebarkan suatu keyakinan, dogma, doktrin atau sistem tertentu.

B. Tipe propaganda.

Jenis atau tipe propaganda berdasarkan sifat menurut Santoso Satropoetro, yaitu:

1. *Black Propaganda*

Propaganda tertutup atau dilakukan secara sembunyi-sembunyi. Dimana propagandis tidak secara terang-terangan menyerang orang yang dikenai propaganda.

2. *White Propaganda*

Propaganda terbuka dimana menyerang narasumber yang dikenai propaganda secara terang-terangan atau terbuka.

3. *Grey Propaganda*

Propaganda yang tidak diketahui pasti sumbernya maka dapat menimbulkan keraguan.

Jenis propaganda berdasarkan isi pesan menurut Dobb, 1996 yaitu:

1. Propaganda Tersembunyi

Propaganda menyembunyikan tujuan utama dalam kemasan suatu pesan lain. Misalnya di Amerika ada seorang presiden yang mengadakan konferensi pers. Dalam konferensi pers tersebut, setiap pertanyaan yang diajukan diusahakan agar menguntungkan dirinya. Misalnya ketika dia sedang menjadi kandidat presiden.

2. Propaganda Terbuka

Setiap kemasan pesan, cara dan perilakunya dikemukakan secara transparan tanpa dikemas dengan pesan lain. Misalnya, ketika seorang kandidat presiden mengatakan, "Pilihlah saya sebagai presiden, karena saya akan mengantarkan serta mengatasi bangsa ini untuk mengatasi krisis ekonomi". Untuk mencapai sasaran dan tujuannya, propaganda sama halnya seperti

komunikasi, sangat membutuhkan teknik yang tepat akan menghasilkan capaian yang optimal seperti yang diharapkan oleh propagandis. Ini juga sangat berkait dengan objek sasaran yang dituju. Jika diamati lebih mendalam, ada beberapa teknik yang bisa digunakan untuk mempelancar propaganda. Efektif atau tidak, semuanya tergantung pada kondisi dari komunikannya, kemampuan dari komunikator (propagandis) dan lingkungan social politik dan budaya masyarakatnya.

Berikut ini merupakan beberapa teknik-teknik dari propaganda :

a. *Name Calling*

Name Calling adalah propaganda dengan memberikan sebuah idea tau label yang buruk. Tujuannya adalah agar orang menolak dan menyaksikan ide tertentu tanpa mengoreksi serta memeriksanya terlebih dahulu. Salah satu ciri yang melekat pada teknik ini adalah propagandis menggunakan sebutan-sebutan yang buruk pada lawan yang dituju. Hal ini dimaksudkan untuk menjatuhkan atau menurunkan derajat seseorang atau kelompok. Dengan berbagai sebutan. Sebagai salah satu contoh ialah pernyataan Presiden Indonesia (pada waktu itu) Abdurrahman Wahid yang dapat digolongkan dalam teknik propaganda Name Calling ketika menghadiri acara Forum Rembuk Nasional 1 Juli 2000. “ Hari ini saya menandatangani persetujuan, beberapa anggota MPR/DPR akan diperiksa karena bukti-bukti sudah cukup. Ada satu orang yang kakap tetapi sampai sekarang belum ketemu bukti-buktinya. Semua ini biang keroknya itu dia. Kalau dia mmasuk, bereslah semuanya”. (Panji, no. 12 th IV, 12 Juli 2000). Seorang gubernur Georgia, Lester Maddox pernah menggunakan teknik *Name Calling* dalam suatu kampanye untuk menentang rekannya Jimmy Carter yang dicalonkan sebagai presiden.

b. *Glittering Generalities*

Glittering Generalities adalah mengasosiasikan sesuatu dengan suatu “kata bijak” yang digunakan untuk membuat kita menerima dan menyetujui hal itu tanpa memeriksanya terlebih dahulu. Teknik ini digunakan untuk menonjolkan propagandis dengan mengidentifikasi dirinya dengan segala apa yang serba luhur dan agung. Ungkapan kata-kata “demi keadilan dan kebenaran” menjadi salah satu ciri teknik propaganda ini. Teknik ini juga sering digunakan pada bidang komersial, berbagai produk.

c. Transfer

Transfer meliputi kekuasaan, sanksi dan pengaruh sesuatu yang lebih dihormati serta dipuja dari hal lain agar membuat sesuatu lebih bisa diterima. Teknik ini dapat digunakan dengan memakai pengaruh seseorang atau tokoh yang paling dikagumi dan berwibawa dalam lingkungan tertentu. Dalam hal ini, propagandis mempunyai maksud agar kumunikan terpengaruh secara psikologis terhadap hal yang sedang dipropagandakan. Transfer juga bisa digunakan menggunakan cara simbolik. Sebagai contoh, seorang calon presiden yang kurang terkenal dari Chicago bernama Lar Daley biasa berkampanye menggunakan sebuah bendera Amerika pada bagian depan leher baju.

d. *Testimonials*

Testimonials berisi perkataan manusia yang dihormati atau dibenci bahwa ide atau program/produk adalah baik atau buruk. Propaganda ini sering digunakan dalam kegiatan komersial, meskipun juga bisa digunakan untuk kegiatan politik. Dalam teknik ini digunakan nama orang terkemuka yang mempunyai otoritas dan prestise social yang tinggi di dalam menyodorkan dan meyakinkan sesuatu hal dengan jalan menyatakan bahwa hal tersebut didukung oleh orang-orang terkemuka.

e. *Plain Folk*

Plain Folk adalah propaganda dengan menggunakan cara member identifikasi terhadap suatu ide. Teknik ini mengidentikkan yang dipropagandakan milik atau mengabdikan pada komunikan. Sifat “merakyat” sering dimunculkan dalam propaganda ini.

f. *Card Stacting*

Card Stacting meliputi seleksi dan kegunaan fakta atau kepalsuan, ilustrasi atau kebingungan dan masuk akal atau tidak masuk akal suatu pernyataan akan memberikan kemungkinan terburuk atau terbaik untuk suatu gagasan, program, manusia dan barang. Teknik propaganda yang hanya menonjolkan hal-hal atau segi baiknya saja, sehingga public hanya melihat satu sisi saja.

g. *Bandwagon Technique*

Bandwagon Technique dilakukan dengan menggembar-gemborkan sukses yang dicapai oleh seseorang, suatu lembaga atau suatu organisasi. Dalam bidang ekonomi, teknik propaganda ini digunakan untuk menarik minat pembeli akan suatu produk tertentu yang laku keras dipasaran.

h. *Reputable Mounthpiece*

Reputable Mounthpiece dilakukan dengan mengemukakan sesuatu yang tidak sesuai kenyataan. Teknik ini biasanya digunakan oleh seseorang yang menyanjung pemimpin, akan tetapi tidak lulus. Teknik ini juga dilakukan karena ada ambisi seseorang atau sekelompok orang yang ingin aman dilingkarannya kekuasaan. Atau bisa jadi teknik ini untuk memerosotkan pemimpin dengan mengemukakan yang baik-baik saja, sehingga sang pemimpin jadi lupa diri.

i. *Using All Forms of Persuations*

Using All Forms of Persuations digunakan untuk membujuk orang lain dengan rayuan, himbuan dan “iming-iming”. Teknik ini sering digunakan dalam kampanye pemilu. Di Indonesia untuk mendapatkan simpati masyarakat, ada sebuah partai politik yang menjanjikan pada masyarakat untuk mengenyam pendidikan gratis jika partainya menang.

j. *Media Propaganda Dalam komunikasi,*

Faktor media menduduki peran yang sangat penting dalam proses penyebaran pesan. Bahkan bisa dikatakan, suatu pesan bisa efektif atau tidak, tersebar luas atau tidak sangat bergantung ketepatan dalam memilih media tersebut. Kasalahan memilih media tentu akan mengakibatkan pesan yang disampaikan kurang mengena. Untuk itu, menggunakan banyak media bisa mengurangi kekurangan yang dimaksud.

Media Sosial Sebagai Media Penyampai Propaganda dalam Komunikasi Politik

A. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan qiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum sering digunakan oleh masyarakat seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “Sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan penukaran *user-generated content*.”

Secara garis besar media sosial bisa dikatakan sebagai sebuah media *online*, di mana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru. Saat ini media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat berupa jejaring sosial, blog, dan wiki. Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan biaya yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negative dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara.

B. Media Sosial Sebagai Media Penyampai Propaganda dalam Komunikasi Politik

Media sosial sangat berperan penting sebagai media penyebaran ideologi propaganda. Berita dari media sosial (*online*), dari yang bernilai tinggi hingga rendah, selalu menjadi konsumsi khalayak umum. Jurnalisme *online* (media) merupakan salah satu media massa yang menghasilkan berbagai karya jurnalistik digital yang dapat diakses melalui internet.

Promosi adalah salah satu bentuk kegiatan berkomunikasi dan memiliki banyak arti. Hal ini, dikarenakan propaganda banyak dianut oleh para pegiat partai politik, kelompok, atau individu dengan latar belakang, periode, atau tujuan yang berbeda. Atribut yang melekat pada seseorang menentukan penilaian dimata masyarakat dan kredibilitasnya terhadap fenomena sosial.

Menggambarkan propaganda sebagai suatu usaha yang di sengaja dan sistematis, membentuk persepsi, memanipulasi pikiran, mengarahkan tindakan, dan mendapatkan reaksi yang diinginkan propaganda. Adakalanya propaganda mungkin menyampaikan pesan yang benar, tetapi umumnya disalah pahami jika konten propaganda hanya menyampaikan fakta-fakta terpilih yang dapat lebih menghasilkan efek tertentu bahkan respon emosional daripada respon rasional yang seringkali mengundang.

Tujuan propaganda adalah sebagai pengubah semangat kognitif subjek cerita dalam kelompok sasaran tertentu dengan tujuan tertentu. Mengkomunikasikan propaganda, setelah propaganda di layangkan biasanya memberikan fakta yang menguntungkan dirinya, atau fakta tersebut baik berupa fakta tentang berita buruk tentang dirinya atau kelompoknya dapat dengan sengaja disembunyikan. Semata-mata hal tersebut tak lan hanya untuk lebih terlihat dan di kenal di masyarakat.

Media sosial dapat menjadi sarana promosi politik, dikarenakan pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat secara cepat di terima oleh khalayak luas. Dari media sosial, slogan dan kalimat sederhana dapat mudah di ingat dan mudah di pahami, dengan demikian propaganda dapat

menjangkau khalayak lebih luas dan cepat. Melihat banyaknya potensi opini dari pengguna media sosial yang muncul dan opini yang di berikan untuk masyarakat dengan menggunakan promosi melalui media sosial.

Saat ini, media sosial ramai memperbincangkan hal mengenai publisitas politik mengenai wacana masa jabatan Presiden Joko Widodo yang mewacanakan untuk lanjut ke tahap 3 periode. Padahal berdasarkan UUD 1945, Presiden hanya dapat menjabat selama 2 periode lamanya. Ada beberapa partai politik yang menanggapi wacana tersebut seperti Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Demokrat. Namun, lain halnya Wakil Ketua PKB yang menyatakan pendapatnya pada detik.com bahwasannya ia mendukung Pak Jokowi untuk menjabat tiga periode. Berbagai pro dan kontra mengenai wacana jabatan presiden tiga periode ini, sehingga memunculkan propaganda politik di kalangan masyarakat yang sudah marak tersebar dari berbagai media sosial yang banyak digunakan masyarakat, yaitu di antaranya *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Maka hal tersebutlah menjadi salah satu contoh dari media sosial sebagai penyampai propaganda dalam komunikasi politik.

KESIMPULAN

Propaganda dalam bahasa Latin modern : "*Propagare*" diartikan "mengembangkan" atau "memekarkan. Merupakan serangkaian pesan dengan tujuan agar dapat memengaruhi pendapat seseorang, tindakan masyarakat atau sekelompok orang.

Jenis atau tipe propaganda berdasarkan sifat menurut Santoso Satropoetro, yaitu:

1. *Black Propaganda*.
2. *White Propaganda*.
3. *Grey Propaganda*

Jenis propaganda berdasarkan isi pesan menurut Dobb, 1996 yaitu:

1. Propaganda Tersembunyi
2. Propaganda Terbuka

Berikut ini merupakan beberapa teknik-teknik dari propaganda :

- a. *Name Calling*.
- b. *Glittering Generalities*
- c. Transfer
- d. *Testimonials*
- e. *Plain Folk*
- f. *Card Stacting*
- g. *Bandwagon Technique*
- h. *Reputable Mounthpiece*
- i. *Using All Forms of Persuations*
- j. Media Propaganda Dalam komunikasi,

Media sosial dapat menjadi sarana promosi politik, dikarenakan pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat secara cepat di terima oleh khalayak luas. Dari media sosial, slogan dan kalimat sederhana dapat mudah di ingat dan mudah di pahami, dengan demikian propaganda dapat menjangkau khalayak lebih luas dan cepat. Melihat banyaknya potensi opini dari pengguna media

sosial yang muncul dan opini yang di berikan untuk masyarakat dengan menggunakan promosi melalui media sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Bernays, Edward. 2020. *Propaganda : Manipulasi Opini Masyarakat*. Jakarta : Jalan Baru.
<https://kbbi.web.id/propaganda.html>
- Nurudin. 2001. *Komunikasi Propaganda*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sastropoetra, Santoso. 1991. *Propaganda : Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung : Alumni
- Setiawan, Asep. 2018. *Komunikasi Politik*. Jakarta : Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Sholehi, Mohammad. 2012. *Propaganda dalam Komunikasi Internasional*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Suzuty, Meilan. 2021. *Propaganda Politik di Media Sosial Twitter (Wacana Kekuasaan Masa Jabatan Presiden 3 Periode*. Palembang : Skripsi UIN Raden Fatah Palembang.