

Pentingnya Propoganda Politik Menuju Pilpres 2024

Winda Kustiawan, Ruslan Padli, Nadya Aulia Ningrum,
Siti Novi Astri Syahputri,

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah
dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail : windakustiawan@gmail.com, ruslanpadli318@gmail.com,
nadyaaulia.ningrum@gmail.com, sitnov2911@gmail.com,

ABSTRAK

Tulisan ini berusaha menjelaskan tentang bagaimana proses panjang dari propaganda hingga tetap eksis sampai saat ini. Kegiatan Propaganda kerap di sanding kan dengan media. Namun nyatanya tidak semua media dapat digunakan dengan baik, banyak media yang tidak melahirkan sebuah kebenaran dan mengubah fakta seperti industri propaganda. Dimana hampir semua pemiliknya adalah Terafiliasi politik. Sebab, sesuatu yang lahir dari media itu bukanlah fakta yang sesungguhnya melainkan fakta hasil olahan dari meja redaksi. Maka semakin berjalannya waktu, propaganda juga semakin muda untuk dilakukan dan semakin bebas untuk menggiring sebuah opini publik serta memfreaming suatu kelompok dengan membingkai fakta agar punya rasa, semua itu dilakukan oleh sekelompok orang yang semata-mata untuk kepentingan dari kelompok nya saja. Maka pada umumnya sekelompok orang dalam melakukan propaganda harus benar-benar sudah membuat sebuah rancangan dengan teknik yang seperti apa dalam meluncurkan aksinya.

Kata Kunci : *Propaganda, Media Propaganda, Teknik Propaganda*

ABSTRACT

This paper tries to explain how the long process from propaganda to the present day continues. Propaganda activities are often compared to the media. But in fact not all media can be used properly, many media do not produce a truth and change facts like the propaganda industry. Where almost all of the owners are politically affiliated. Because, something that is born from the media is not a real fact but a fact that is processed from the editorial desk. So as time goes by, propaganda is also getting easier to do and more free to lead a public opinion and fream a group by framing facts to have a sense, all of that is done by a group of people who are solely for the benefit of their group. So in general a group of people in carrying out propaganda must really have made a design with what kind of technique to launch their action.

Keywords: *Propaganda, Media Propaganda, Propaganda Techniques*

PENDAHULUAN

Perkembangan propaganda hingga saat ini dapat dikatakan tumbuh subur seiring dengan berkembangnya suatu media dan keterbukaan nya informasi. Dengan keterlibatan media saat ini benar-benar mampu melancarkan kegiatan Propaganda untuk menarik khalayak. Namun dengan begitu, propaganda juga memiliki tujuan yang positif apabila digunakan dalam ranah publik dengan melakukan hal-hal kebaikan. Kekuatan dari propaganda ibarat mata pisau yang memiliki dua sisi positif dan negatif yang dimanfaatkan oleh pemegangnya (propagandis) sesuai dengan tujuan utamanya.

Memahami propaganda di era saat ini dengan terbukanya suatu informasi secara luas, maka sepatutnya seorang khalayak tidak menjadi pasif terhadap media-media yang terus-menerus meluncurkan suatu opini nya dengan memfreeming dan membingkai fakta. Oleh karena itu, harus bijaklah dalam menerima informasi. Namun jika tidak dapat menjadi khalayak yang bijak maka bersiaplah akan menjadi mangsa dari bola liar yang akan dilemparkan oleh para pegiat media yang memiliki kepentingannya tersendiri .

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini merupakan pendekatan Kualitatif yang di mana menggunakan metode deskriptif. Metode Kualitatif dengan metode deskriptif ini ialah metode atau proses, prinsip dan prosedur yang kami gunakan untuk mendeteksi problem dan mencari jawaban dengan merujuk pada literatur buku dan studi analisis kasus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Propaganda

Propaganda merupakan kegiatan yang dilakukan pada tahun 1622 M untuk pertama kalinya. Dilakukannya propaganda saat itu dengan tujuan untuk menyebar luaskan ajaran agama Kristen. Kegiatan propaganda ini diperintahkan oleh Paus Gregorius ke XV dengan mengeluarkan sebuah dekrit dan mendirikan badan bernama " Sacra Congregatio de propagation of the Fatih " (perhimpunan suci untuk penyebaran agama) dengan tujuan agar Kristen Katolik di Roma dapat tersebar luas.¹

¹ Simatupang, dalam Deppen RI,1995: 68

Pada tahun 1622 M melalui kegiatan propaganda Paus Gregorius XV juga membentuk sebuah Komisi untuk para Kardinal yang dimana mereka harus mampu menyebarkan sebuah doktrin. Maka dari kegiatan ini seorang misioner telah berhasil mendapatkan beberapa ribu pemeluk baru. Maka dengan berhasilnya kegiatan ini maka berhasil jugalah kegiatan dari Propaganda tersebut.

Berdasarkan sejarah sebuah ideologi politik dengan penggunaan Propaganda juga sudah terjadi sejak abad ke-20. Namun pada era modern propaganda memiliki peran penting saat terjadinya perang dunia ke-2 yang bertujuan untuk memperteguh moral pihak sendiri dan melumpuhkan pihak lawan.

Pengertian Propaganda

Kata Propaganda sendiri berasal dari bahasa latin "propagare" yang artinya tentang bagaimana seorang tukang kebun dapat menyemai tunas dari suatu tanaman ke sebuah lahan untuk memproduksi tanaman yang baru, dengan harapan kelak dapat tumbuh dengan sendirinya. Maka berhubungan dengan ini propaganda sendiri berarti mengembangkan atau memekarkan suatu tunas agar menghasilkan tanaman yang baru.²

Propaganda juga dapat diartikan sebagai bentuk ukiran dari suatu gambaran baik bernilai negatif maupun positif yang kelak akan muncul didalam pemikiran seseorang.³ Namun biasanya kegiatan seperti ini kerap dilakukan oleh sekelompok orang (propagandis) yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain tanpa adanya paksaan. Maka dengan hal demikian orang tersebut akan mengikuti dan melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginan dari propagandis.

Oleh karena itu Harold D. Lasswell mengungkapkan bahwa propaganda merupakan teknik yang tepat dalam mempengaruhi suatu aktivitas manusia melalui sikap memanipulasi representasi nya. (Propaganda in broadest sense ia the technique of influencing human action by the manipulatif of representations). Lasswel juga menyebutkan bahwa propaganda bukan hanya kegiatan yang semata-mata dilakukan untuk mengontrol opini melalui symbol, tetapi menyampaikan sebuah pendapat yang kongkret dan akurat (teliti), melalui sebuah cerita,

² Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2008), h.9

³ Moeryanto Ginting Munthe, *Propaganda dan Ilmu Komunikasi*, Jurnal IISIP, Vol.IV,No.1, Edisi Juni 2012, h.40

rumor, dan laporan berupa gambar dengan bentuk simbolis yang dapat digunakan saat melakukan sebuah komunikasi kepada khalayak.

Langkah pertama yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam melakukan kegiatan Propaganda yaitu dengan menyebarkan sebuah opini lalu merubah keyakinan yang bertujuan untuk mempengaruhi demi terwujudnya kepentingan dan tujuan utama.

Teknik-teknik Propaganda

Propaganda semata-mata dilakukan tanpa adanya media maka propaganda tersebut tidak akan terlaksanakan. Dikatakannya efektif dari kegiatan propaganda apabila seorang propagandis mampu memahami lingkungan social, politik dan budaya yang ada didalam masyarakat.⁴ Berikut ini merupakan media ataupun teknik yang sering digunakan oleh propagandis untuk melakukan kegiatan propaganda dalam komunikasi politik :

1. Name Calling

Teknik Name Calling kerap digunakan oleh seorang propagandis untuk melabelkan keburukan pada pihak lawan dengan memberikan sebuah ide agar orang-orang ikut serta menolak dan mengikuti ide dari propagandis tanpa adanya sebuah paksaan. Dalam kegiatan ini seorang propagandis haruslah benar-benar mampu menggunakan sebutan ataupun label yang buruk kepada pihak lawan agar lebih menyakinkan para khalayak dan dapat menjatukan serta menurunkan derajat individu ataupun kelompok tertentu.

2. Glittering Generalities

Pada Teknik Glittering Generalities seorang Propagandis harus benar-benar memiliki sikap yang luhur dan agung. Kerena dengan begitu kegiatan dari Propaganda melalui kata-kata bijak dapat dengan mudah diterima oleh para khalayak tanpa mencari tahu dan memeriksanya terlebih dulu. Maka dengan begitu Khalayak akan meberi dukungan dan patuh terhadap gagasan yang telah dibuat oleh Propagandis.

3. Testimonials

Teknik dari Testimonial merupakan Keahlian dari Propagandis dalam mencari tokoh terkemuka yang mempunyai otoritas dan prestise social yang tinggi. Hal ini dilakukan

⁴ Marzuuqi, Sahlan dan Muchamad Yuliyanto. *Twitter Sebagai Media Propaganda*, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

untuk meyakinkan para khalayak bahwa Propagandis telah mendapatkan sebuah dukungan dari seorang tokoh tersebut.

4. Plain Folk

Teknik Plain Folk juga biasa dilakukan saat ingin melakukan kegiatan Propaganda. Namun teknik ini sedikit lebih berbeda dengan yang lain. Sebab didalam teknik ini terdapat dampak yang mengarah kepada hal yang lebih positif yaitu dengan melakukan kegiatan pendekatan terhadap Khalayak atau sering disebut dengan kegiatan Masyarakat, yang semata-mata ditujukan untuk memenuhi tujuan utama.

5. Card Stacking

Teknik Card Stacking merupakan teknik yang sangat bergantung kepada media massa. Diperlukannya media massa didalam teknik ini untuk membuat sebuah data palsu yang berisi tentang kebaikan yang menonjol dari Propagandis. Pada umumnya kegiatan ini agar dapat meyakinkan Khalayak terhadap Propagandis.

6. Bandwagon Technique

Pada Teknik Bandwagon Technique ini kerap juga disandingkan dengan keberadaan dari media massa. Peran media massa disini juga cukup penting untuk mempublikasikan sebuah prestasi yang telah diraih oleh sebuah kelompok atau seorang propagandis namun informasi itu disajikan dengan cara yang sedikit berlebihan.

Sebagai contohnya, Partai Golkar pada era kekuasaan Soeharto mempublikasikan keberhasilan sebagai partai yang mencapai pembangunan nasional, sehingga Soeharto diidentikkan dengan Bapak Pembangunan Nasional dan propaganda ini bertahan cukup lama hingga kini.⁵

7. Bandwagon

Teknik Bandwagon merupakan *since everyone is doing it, you should too*. Yaitu kegiatan dari propaganda dengan cara mengompori khalayak. Propagandis disini harus dapat menakut-nakutin dan sedikit memberi ancaman kepada khalayak yang bertujuan

⁵ Marzuuqi, Sahlan dan Muchamad Yuliyanto. *Twitter Sebagai Media Propaganda*, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

agar khalayak dapat berfikir dan memilih untuk mengikuti kebijakan dan perintah dari propagandis agar mereka tetap merasa aman.

Pergerakan dari Propaganda ini secara umum sudah terjadi sejak abad ke-20. Maka langkah awal dalam melancarkan kegiatan Propaganda tersebut melalui 7 teknik diatas. Oleh Karen itu dari semua teknik tersebut kegiatan pengenalan tentang bagaimana propaganda dapat berperan dalam lingkungan social dapat berjalan secara lancar hingga berkembang pesat sampai pada hari ini.

Propaganda dengan Media Massa

Menurut bahasa media massa atau pers merupakan suatu istilah yang sudah mulai dipergunakan pada tahun 1920-an yang didesain secara khusus untuk mencakup para khalayak. Kata media sendiri berasal dari bahasa latin yaitu Medius yang secara harfiah berarti tengah, perantara, atau pengantar.

Menurut Stephen Crane (1895) mengatakan media ialah “sebuah pasar, di mana kebijaksanaan bebas dijual, ia adalah permainan, juga bisa membuat kematian”. Maka jika diartikan bahwa informasi dari media bukanlah semata-mata sebuah kebenaran. Maka hal yang paling berbahaya selanjutnya apabila sebuah efek dari media dapat menyebabkan kematian pada khalayak.⁶

Media massa memang hanya jalinan antara tinta, suara, visual, dan kertas. Namun nyatanya, ia bisa mempengaruhi siapa saja untuk bertindak, baik dalam memberikan informasi ataupun merayu massa tanpa henti. Media massa juga dapat di jadikan alat kepentingan dan propaganda untuk mendapatkan sebuah kekuasaan. Sebab didalam media massa ini juga komunikasi politik kerap dilancarkan. Louis Althusser dalam teori analisis media mengungkapkan tentang struktural Marxism yaitu media massa sebagai bagian dari aparatus ideologis negara. Oleh karena itu maksud dari kajian tersebut bahwa media dan kekuasaan negara itu saling terikat. Hal ini dapat dilihat ketika pelaksanaan pemilu semakin dekat. Maka beberapa media massa pun akan memberikan berita yang mungkin tidak netral sebab beberapa alasan tersendiri.

Analisis Kasus

⁶ Andi Youna Bachtiar, Didin Hikmah Perkasa, Mochammad Rizki Sadikum, *Peran Media dalam Propaganda*, Jurnal Komunikologi, Vol.13, No.02, h. 82

Diberitakan pada senin 6 Juni 2022 terdapat sekelompok FPI (Front Pembela Islam) Reborn yang melakukan aksi dengan mendeklarasikan dukungannya terhadap Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan untuk maju menjadi Presiden Indonesia ditahun 2024. Kelompok tersebut melakukan aksinya di Monas dengan pakaian serba putih dan membawa bendera FPI. Menurut keterangan dari KH Choirul Anam yang merasa ditipu dalam aksi ini, ia menjelaskan bahwa dari setiap orang yang ikut aksi telah diberikan uang sejumlah 150 ribu oleh seseorang bernama Edi yang merupakan kordinator ataupun pemimpin dari aksi ini.

Aksi tersebut telah sampai kepada DPP FPI yaitu Muhammad Alatas. Ia benar-benar sangat membantah perihal aksi ini yang mengatas namakan FPI. Ia juga mengatakan bahwa kelompok tersebut merupakan FPI palsu. Sebab, hingga saat ini dari pihaknya belum ada menyinggung ataupun membahas tentang siapa calon presiden yang akan didukung pada pemilu di tahun 2024 mendatang.

Sementara itu, aksi dari FPI palsu ini dapat menarik perhatian dari mantan Wakil Ketua DPRD DKI Jakarta yaitu Mohammad Taufik. Ia turut menindak tegas terhadap kelompok yang mengaku sebagai kelompok FPI Reborn tersebut. Ia meminta kepada pihak polisi untuk mengungkap dan menangkap dalang dari aksi tersebut. Sebab, sudah dibantah juga oleh pengurus FPI yang sah bahwa kelompok tersebut bukan bagian dari mereka.

Kegiatan tersebut merupakan aksi dari propaganda dengan demonstrasi palsu yang telah di setting oleh Propagandis untuk melemahkan ataupun menjatuhkan pihak lawan. Maka dengan begitu Teknik yang digunakan oleh Propagandis tersebut adalah teknik Bandwagon yang merupakan suatu usaha untuk meyakinkan khalayak dengan kepopuleran yang mereka miliki sehingga setiap orang akan turut ikut dengan program yang telah dibuat. Seperti pada sekelompok yang mengakui bagian dari FPI dan berusaha meyakinkan agar mereka dapat melemahkan pihak lawan serta menjadikan para khalayak sebagai salah satu anggota dan menerima programnya. Namun, pada akhirnya FPI tersebut terungkap dan dinyatakan palsu. FPI palsu tersebut juga merugikan dan merusak nama baik FPI resmi sehingga membuat para khalayak meragukan sekelompok FPI tersebut.

Keefektivitasan dari kegiatan tersebut yang merupakan aksi dari Propaganda ini, menurut kami sebagai peneliti sudah cukup efektif. Sebab, sudah ada pihak yang dirugikan yang mana akan berdampak kepada pihak Anies Baswedan dan akan menuai manfaat bagi kelompok propagandis.

Oleh sebab itu, dampak dari aksi FPI palsu dengan mendukung Anies Baswedan untuk maju menjadi Presiden di tahun 2024, maka secara tidak langsung publik akan memfreming negative terhadap Anies Baswedan. Jika pada akhirnya Anies Baswedan bersedia untuk menjadi kandidat Presiden di tahun 2024 maka sudah pastikan akan kalah saat pemilihan nantinya.

Perlu diketahui juga manfaat yang dihasilkan oleh propagandis yang merupakan dalang ataupun penyetting untuk hal ini terjadi ialah untuk memperkuat pijakan dengan merusak nama baik pihak lawan. Maka dari itu lawan akan semakin lemah dan pasti akan kalah nantinya.

KESIMPULAN

Propaganda ialah sebuah kegiatan yang pertama kali dilakukan pada tahun 1622 M. Propaganda juga dapat diartikan sebagai bentuk ukiran dari suatu gambaran baik yang bernilai negatif maupun positif yang kelak akan muncul didalam pemikiran seseorang. Beberapa teknik yang sering digunakan oleh propagandis untuk melakukan kegiatan propaganda dalam komunikasi politik antara lain : Name Calling, Glittering Generalities, Testimonials, Plain Folk, Card Stacking, Bandwagon Technique, dan Bandwagon.

Media massa dapat di jadikan alat kepentingan dalam propaganda untuk mendapatkan sebuah kekuasaan. Hal ini dapat dilihat pada saat pelaksanaan pemilu yang semakin dekat. Sehingga beberapa media massa akan memberikan berita yang mungkin tidak netral dikarenakan beberapa alasan tersendiri.

Aksi sekelompok FPI dengan mendukung Anies Baswedan untuk maju menjadi Presiden di tahun 2024 telah merugikan beberapa pihak. Secara tidak langsung publik akan memfreming negative terhadap Anies Baswedan jika ia bersedia untuk menjadi kandidat Presiden di tahun 2024. Manfaat yang diperoleh propagandis sebagai dalang atau penyetting untuk hal ini ialah demi memperkuat pijakan dengan merusak nama baik pihak lawan. Sehingga pihak lawan akan semakin lemah dan nantinya akan pasti kalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bactiar A.Y, Didin H.P, Mochammad R.S, *Peran Media dalam Propaganda*, Jurnal Komunikologi, Vol.13, No.02
- Dewanti Putri Yolanda, 2022 *Setelah FPI Palsu, Kini Eks HTI dan Napiter Deklarasi Anies Capres, Taufik: Sudahilah Cara Kotor Ini*, Wartakotalive.com, <https://wartakota.tribunnews.com/2022/06/08/setelah-fpi-palsu-kini-eks-hti-dan-napiter-deklarasi-anies-capres-taufik-sudahilah-cara-kotor-ini>
- Hutasuhut Y.A.A dan Chandra Iswinarno, 2022. *Pengakuan Peserta Aksi FPI Palsu yang Dukung Anies Baswedan Maju Capres; Dibayar Rp150 Ribu oleh Orang Bernama Edi*, Suara.com, <https://www.suara.com/news/2022/06/07/131855/pengakuan-peserta-aksi-fpi-palsu-yang-dukung-anies-baswedan-maju-capres-dibayar-rp150-ribu-oleh-orang-bernama-edi>
- Moeryanto Ginting Munthe, 2002. *Propaganda dan Ilmu Komunikasi*, Jurnal IISIP, Vol. IV, No. 1
- Marzuuqi, Sahlan dan Muchamad Yuliyanto. *Twitter Sebagai Media Propaganda*, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Nurudin. 2008. *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.