



# PROPAGANDA



# PROPAGANDA

---

" Upaya yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis untuk memanipulasi, membentuk, mempengaruhi, mengubah dan mengarahkan serta mengendalikan pandangan, pendapat, persepsi dan sikap perilaku orang banyak guna mencapai tujuan tertentu sesuai yang diinginkan penyebar propaganda. Caranya dengan menyebarkan gagasan (ide) atau menciptakan peristiwa tertentu dan menanamkannya secara sistematis pada lubuk hati atau pikiran target."

# KOMPONEN PROPAGANDA

---

Propaganda merupakan kegiatan komunikasi massa.  
(Shoelhi, 2012: 51)



Propagandis



Target propaganda.



Pesan yang telah dirumuskan sedemikian rupa sehingga tujuan propaganda tercapai secara efektif.



Sarana atau medium yang tepat.



Teknik yang efektif dan dapat memberikan pengaruh pada target propaganda



Teknik yang efektif dan dapat memberikan pengaruh pada target propaganda

# FORMULA LASWELL

Efek dari pihak yang dituju sesuai dengan keinginan propagandis ketimbang umpan balik kembali kepada unsur 'siapa' dalam komunikasi (Ruslan, 2008 : 101).

1

SIAPA

2

MENGATAKAN APA

5

MENIMBULKAN EFEK APA

3

MELALUI SALURAN APA

4

DITUJUKAN PADA SIAPA

# KOMPONEN PROPAGANDA NIMO

## Siapa

Meliputi status komunikator, kredibilitas komunikator serta daya tarik komunikator.

## Mengatakan Apa

Berbagai pesan propagandis berhubungan dengan isi dan struktur pesan.

## Saluran Mana

Berkait dengan media apa yang digunakan dan dipercaya orang serta media yang sesuai dengan orang tertentu.

# TUJUAN PROPAGANDA

---

*Menurut Liliweri (2011)*



Mempengaruhi Opini Publik.

Propaganda mengkomunikasikan fakta-fakta yang mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu tertentu. Perubahan pendapat umum itu bisa positif bisa juga negatif.



Memanipulasi Emosi. Propaganda dilakukan melalui beberapa teknik manipulasi emosi, bahkan sering dilakukan dengan cara yang membahayakan. Melalui teknik propaganda para propagandis memanipulasi kata, suara, simbol, pesan non verbal agar dapat membangkitkan emosi audiens.

# RAGAM PROPAGANDA

*Allo Liliweri membagi propaganda berdasarkan beberapa sudut pandang (Liliweri, 2011)*



## KOERSIF

Menerapkan metode ancaman dan bahasa kekerasan yang membuat target propaganda mengikuti apa yang diinginkan oleh propagandis, karena didorong oleh rasa takut, terancam atau khawatir.



## PERSUASIF

Menggunakan metode penyampaian pesan yang menarik dengan tujuan agar target propaganda senang dan rela mengikuti apa yang diinginkan propagandis.



## PERVASIF

Muatan pesan yang ada selalu disampaikan secara meluas dan terus-menerus sehingga nantinya, baik disadari atau tidak, sasaran propaganda akan mengikuti tujuan yang dimuat dalam propaganda.

# RAGAM PROPAGANDA

## HARD

---

Lebih menonjolkan daya destruktif dan dapat mengakibatkan persaingan negatif, aneka benturan kepentingan, bahkan kebencian dan permusuhan.

## SOFT

---

Menampilkan pesan-pesan yang menenangkan dan cenderung menghindari semangat kebencian, kecurigaan dan agitasi.



# RAGAM PROPAGANDA

## Hitam

Penyebaran kebohongan yang dilakukan dengan sengaja dan strategis. Propaganda jenis ini selalu menggelapkan sumber pesan propaganda dan seolah olah pesan tersebut berasal dari dalam, sumber terpercaya dengan siapa target menjalin hubungan dekat.

## Putih

Mempromosikan informasi dan ide yang positif. Kemunculan propaganda jenis ini diawali dengan adanya kekhawatiran pada propaganda yang dianggap bisa mengancam tatanan politik masyarakat dan demokrasi.

## Abu-abu

Penyebaran informasi atau ide yang samar samar. Penyebaran sulit untuk bisa dipastikan, meski bisa diduga.

# RAGAM PROPAGANDA

1

## Propaganda Sosial

Sifatnya merembes ke dalam lembaga-lembaga ekonomi, sosial, dan politik. Melalui propaganda orang disuntik dengan cara hidup atau ideologi. Hasilnya, suatu konsepsi umum tentang masyarakat yang dengan setia dipatuhi setiap orang .

2

## Propaganda Politik

Propaganda yang dilakukan oleh pemerintah, partai politik dan kelompok kepentingan untuk membentuk dan membina opini publik dalam mencapai tujuan politik (strategis atau taktis) dengan pesan-pesan khas yang lebih berjangka pendek.

3

## Propaganda Agitasi

Berusaha agar orang-orang bersedia memberikan pengorbanan yang besar bagi tujuan yang langsung, mengorbankan jiwa mereka dalam usaha mewujudkan cita-cita dalam tahap-tahap yang merupakan suatu rangkaian.

4

## Propaganda Integrasi

Berorientasi pada loyalitas jangka panjang. Propaganda ini mirip jenis propaganda sosial yang bekerja tidak dalam hitungan hari atau minggu melainkan dalam suatu rentang yang panjang dan bertahap.

# MANUFACTURE OF CONSENT

---

*"... It is always a simple matter to drag people along whether it is a democracy, or a fascist dictatorship, or a parliament, or a communist dictatorship. Voice or no voice, the people can always be brought to the bidding of the leaders. This is easy. All you have to do is tell them they are being attacked, and denounce the pacifists for lack of patriotism and exposing the country to danger. It works the same in every country." - Hermann Goering.*

(Crowther, 2004 : 12)





# MAGIC BULLET THEORY

---

Pemberitaan media massa diibaratkan peluru yang memberondong sehingga publik "tidak berdaya" dan menerima "kebenaran" informasi yang "ditembakkan" kepada mereka. Teori ini pada hakekatnya adalah model komunikasi searah, berdasarkan anggapan media massa memiliki pengaruh langsung, segera dan sangat kuat terhadap audiens.

Publik dianggap pasif terhadap pesan media yang disampaikan. Teori ini mengasumsikan bahwa komunikator, yakni media massa digambarkan lebih pintar dari audiens, sehingga pesan yang disampaikan akan selalu diterima..



# TWO STEP FLOW MODEL

*Model ini diperkenalkan oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson dan H Gudet dalam People's Choice (1944).*

Model ini menyatakan, media massa memiliki peran yang minim dalam mempengaruhi audiens. Pengaruh yang dibawa media massa tidak bersifat langsung melainkan melalui perantara, dalam hal ini disebut pemimpin opini/pemuka pendapat (opinion leader ).

Di pedesaan dengan tingkat pendidikan yang belum begitu baik dan audiens yang cenderung pasif dalam berinteraksi dengan media massa, perantara mengambil peran sebagai pemimpin opini/pemuka pendapat (opinion leader ). Dalam lingkungan yang tradisional seperti ini, pemimpin opini bahkan lebih dipercaya daripada pesan-pesan media massa.

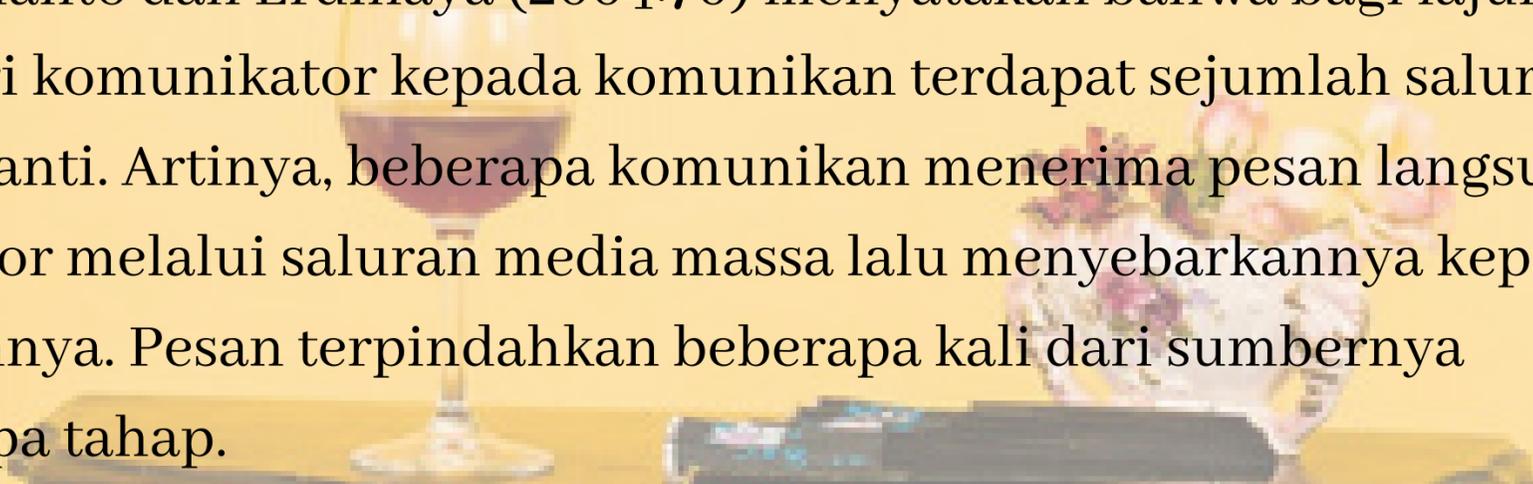


# Multistep Flow Model

---

Interaksi antara pesan dan media massa serta perantara/pemuka pendapat (opinion leader ) menjadi dinamis dan tidak berlaku satu arah. Pesan bisa saja diterima secara langsung, bisa juga tidak. Model ini mengatakan bahwa hubungan timbal balik dari media ke khalayak (yang juga berinteraksi satu sama lain), kembali ke media, kemudiankembali lagi ke khalayak dan seterusnya. (Nurudin, 2004:134).

Sedangkan Ardianto dan Erdinaya (2004:70) menyatakan bahwa bagi lajunya komunikasi dari komunikator kepada komunikan terdapat sejumlah saluran yang berganti-ganti. Artinya, beberapa komunikan menerima pesan langsung dari komunikator melalui saluran media massa lalu menyebarkannya kepada komunikan lainnya. Pesan terpindahkan beberapa kali dari sumbernya melalui beberapa tahap.



# 7 TEKNIK PROPAGANDA

*Ditemukan Institute for Propaganda Analysis (IPA) yang berdiri tahun 1937 di Amerika Serikat.*

## Name Calling

Lawan diberi sebutan atau label yang buruk dengan tujuan merusak reputasi sekaligus mempengaruhi target propaganda agar memiliki pandangan yang negatif terhadap pihak yang dianggap musuh oleh propagandis.

## Glittering Generalities

Teknik ini menggunakan pernyataan yang seringkali kabur dan bersifat umum, namun mengandung kata-kata yang baik, bijak atau memiliki kekuatan positif sehingga massa menerima, menyetujui, dan mendukung tanpa memeriksa bukti-buktinya lebih dahulu.

## Transfer

Propagandis mengklaim telah mendapat dukungan atau membawa otoritas dari sesuatu yang dihormati, dihargai atau disanjung, dengan tujuan agar massa dapat menerima dirinya atau apa yang dipropagandakannya.

# 7 TEKNIK PROPAGANDA

*IPA didirikan atas dasar kekhawatiran karena banyaknya propaganda di masa-masa menjelang perang dunia ke II yang dianggap melemahkan kemampuan publik untuk berpikir kritis dan memiliki opini sendiri, sehingga mereka menjadi sangat mudah dipengaruhi.*

## Testimony

Menggunakan kesaksian dari tokoh atau seseorang yang memiliki status tinggi untuk mendukung hal yang dipropagandakan, dengan harapan dapat menggeser target agar lebih dekat pada tujuan propaganda.

## Plain Folk

Propagandis menunjukkan dan mengidentifikasi dirinya atau apa yang dipropagandakannya sebagai bagian dari khalayak. Propagandis mencitrakan dirinya memiliki empati, ketulusan atau pengabdian terhadap publik.

## Card Stacking

Teknik ini menggunakan seni tipuan dan kebohongan untuk memenangkan dukungan publik bagi yang dipropagandakan. Para propagandis memanfaatkan kasus terbaik pada sisi mereka dan yang terburuk apada sisi orang lain, mengabaikan fakta dan menawarkan kesaksian palsu, mengangkat masalah baru agar hal lain yang memalukan terlupakan.

# 7 TEKNIK PROPAGANDA

---

## BANDWAGON

Hal yang dipropagandakan digembar-gemborkan sebagai sesuatu yang populer, sukses, didukung mayoritas.

# TEKNIK PROPAGANDA

---



## Frustration or Scapegoat,

Teknik propaganda untuk menimbulkan kebencian atau menyalurkan frustrasi dengan menciptakan “kambing hitam”.



## Fear Arousing,

Propaganda untuk mendapatkan dukungan dari target massa dengan menimbulkan emosi negatif, khususnya ketakutan (Shoelhi, 2012 : 67-70).



## Reputable Mouthpiece

Mengemukakan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan dengan tujuan “Asal Bapak Senang”.



## Using All Forms of Persuasions,

Teknik membujuk pihak lain dengan rayuan atau “iming-iming” (Nurudin, 2001 : 34-35).10

# PROPAGANDA

---

Sebuah rencana sistematis atau gerakan bersama untuk penyebarluasan suatu keyakinan atau doktrin.

Lenin mendefinisikan propaganda sebagai argumentasi akal pikiran, filsafat, sejarah dan ilmu pengetahuan untuk mempengaruhi orang terdidik dan cukup cerdas



# AGITASI

---

Langkah penyebaran informasi yang dilakukan dengan cara membakar emosi orang banyak, tidak jarang berupa informasi yang mengada-ngada dengan tujuan menimbulkan keresahan, ketakutan, antipati, kebencian bahkan permusuhan.

Agitasi menggunakan slogan-slogan emosional, setengah benar, ungkapan-ungkapan untuk mempengaruhi orang yang kurang terdidik dan kurang cerdas.

(Shoelhi, 2012 : 141-143).

# PROPAGANDA

---

- Propaganda berurusan dengan penjelasan ide-ide secara terperinci dan sistematis.
- Seorang propagandis menyajikan banyak gagasan ke satu atau sedikit orang.

# AGITASI

---

- Memfokuskan diri pada sebuah isu aktual, berupaya 'mendorong' suatu tindakan terkait isu tersebut.
- Seorang agitator menyajikan hanya satu atau sedikit gagasan, tetapi menyajikannya ke sejumlah besar orang

*-Einde O'Callaghan mengutip Duncan Hallas,  
dalam Marxist Internet Archive*

Does propaganda still exist?

# ENGINEERING OF CONSENT

---

Tahun 1990 militer AS memormulasi propaganda dalam bentuk Public Relation (PR) dan *Psy-Ops*. Keduanya menjadi fitur utama dari perencanaan dan pelaksanaan perang. Targetnya, melalui media hendak diciptakan persetujuan publik (engineering of consent) bagi suatu tindakan perang.

Contohnya pada Perang Teluk, media dikelola dan diatur jauh dari medan pertempuran. PR militer menjadi sumber informasi. Akses wartawan dikontrol dengan ketat. Penyensoran melalui penyangkalan keterlibatan militer juga kerap dilakukan. Sikap optimistis, akhir yang bahagia dengan meminimalkan keluhan, darah dan kematian, juga ditonjolkan sehingga perang yang dilakukan AS tampak 'bersih'.

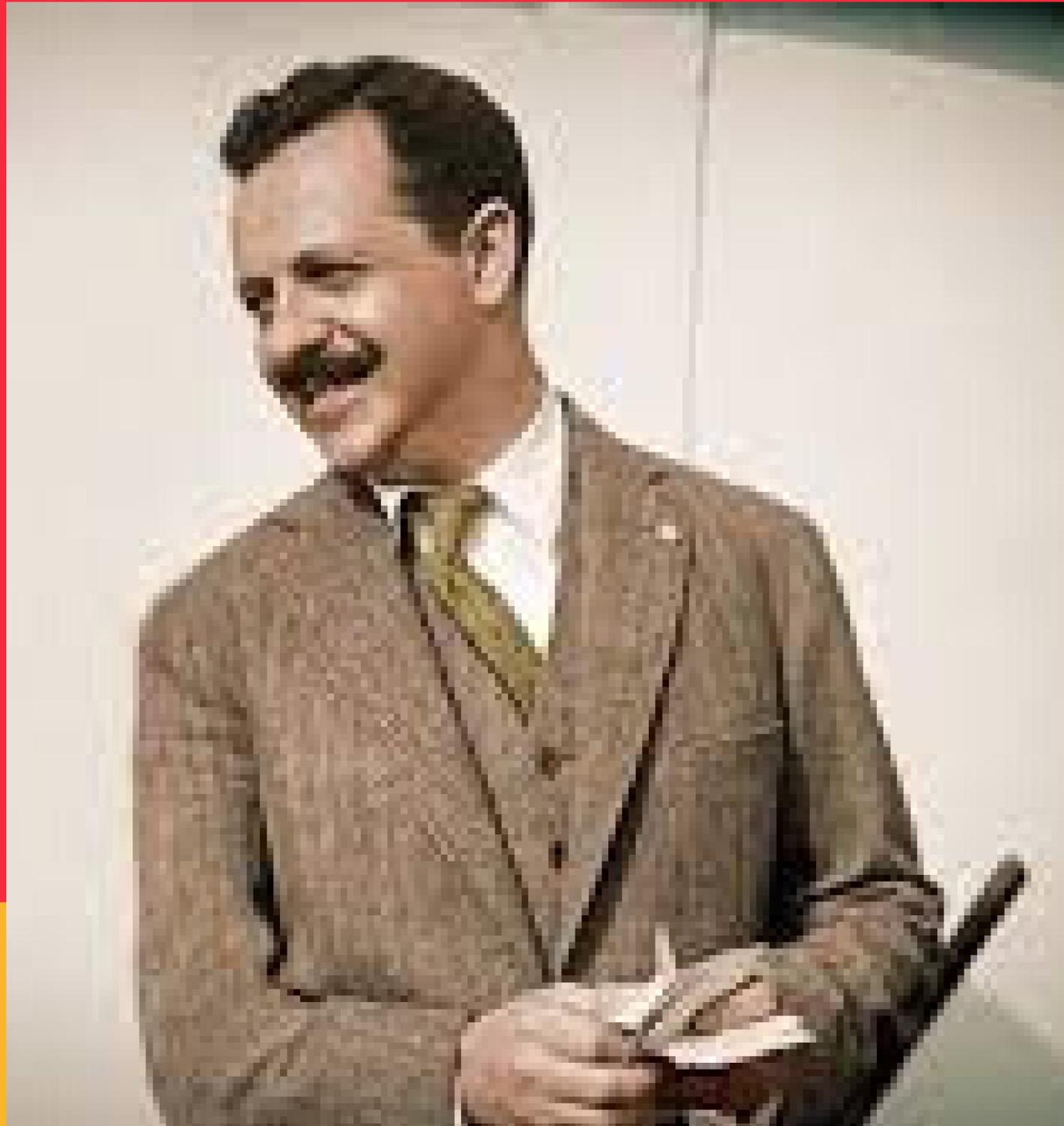


# EDWARD BERNAYS

---

Rekayasa persetujuan merupakan tindakan yang didasarkan pada pengetahuan menyeluruh akan situasi dan penerapan prinsip-prinsip serta praktik yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dengan tujuan menjadikan orang agar mendukung ide-ide dan program yang hendak direalisasikan

*The Engineering of Consent.  
Dalam The Annals of the American Academy of  
Political and Social Science, 1947,*

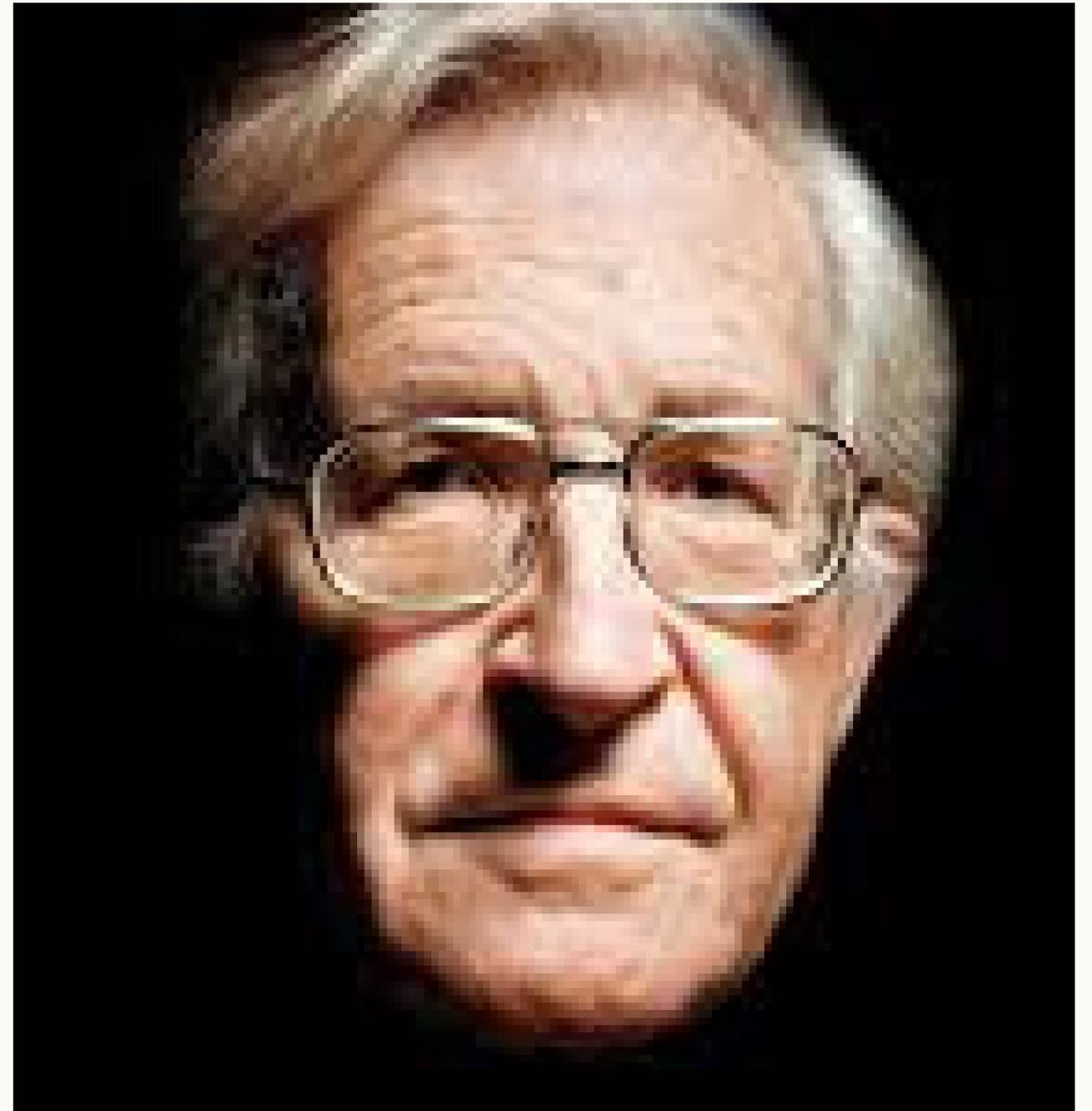


# NOAM CHOMSKY

---

Propaganda memberikan mekanisme “membentuk pemikiran massa” kepada pemimpin sehingga “mereka akan menggunakan kekuatan yang baru diraih ke arah yang diinginkan”. Kepemimpinan dapat “mengendalikan pemikiran public sama seperti militer mengendalikan tubuh prajuritnya”. Proses “rekayasa persetujuan” adalah “esensi terpenting dari proses demokrasi”

Semakin kecil kemampuan negara untuk menerapkan kekerasan dalam mempertahankan kepentingan kelompok-kelompok elite yang secara efektif mendominasinya, semakin ia membutuhkan pemikiran untuk menemukan teknik-teknik *engineering of consent* atau *manufacture of consent*.





# FIREHOSE OF FALSEHOOD

---

Disebut juga sebagai teknik semburan dusta.

Pertama kali dikembangkan oleh KGB dan digunakan pertama kali oleh Vladimir Putin ketika Rusia menganeksasi Crimea.

Teknik ini juga digunakan oleh Donald Trump untuk memenangkan pemilu Amerika Serikat pada tahun 2016 yang lalu, jajak pendapat Brexit di Inggris, Bosonaro di Brazil.

# KARAKTERISTIK FIREHOSE OF FALSEHOOD

1

## HIGH VOLUME AND MULTICHANNEL

Butuh jangkauan yang luas dari propaganda kebohongan tersebut, sehingga dapat menjangkau banyak orang sekaligus.

2

## RAPID, CONTINUOUS AND REPETITIVE

Semakin banyak orang yang menyuarakan akan lebih baik. Selain itu exposure terus-terusan dan berulang-ulang seperti prinsip iklan juga merupakan karakteristik dari model propaganda ini.

3

## NO COMMITMENT TO OBJECTIVE REALITY

jika kebohongan tersebut semakin mudah dibongkar tidak masalah malah akan semakin baik.

4

## NO COMMITMENT TO CONSISTENCY

Tidak masalah jika propaganda tersebut tidak konsisten, hari ini bilang A besoknya bilang B.

# GENETIC OF POLITIC

## Kelompok Progresif:

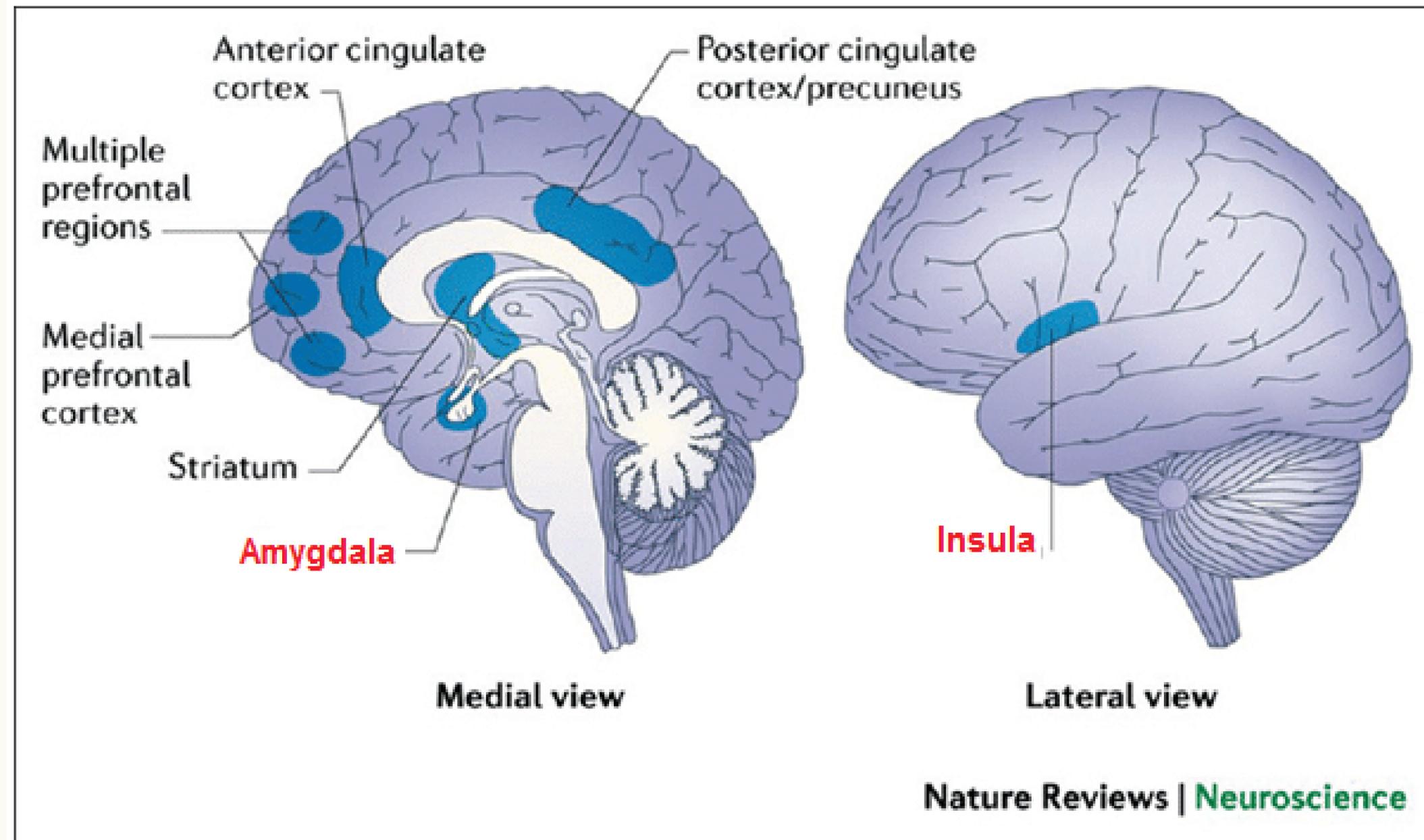
- Lebih mementingkan kebahagiaan (happiness) masyarakat dan hak-hak individu.
- Bagi kelompok ini, aturan itu seharusnya mengikuti perkembangan masyarakat. Karena masyarakat sifatnya bertumbuh (progress), maka aturan-aturan juga harus ikut ber-progress.
- Kelompok progresif memaknai agama sebagai aturan yang harus di-interpretasikan (tafsir).

## Kelompok Konservatif

- Dalam masyarakat ketertiban adalah yang paling penting.
- Ketaatan merupakan prasyarat untuk terbentuknya masyarakat yang madani.
- Kelompok ini lebih menyukai sebuah aturan yang lestari (conserved).
- Dalam realitas politik hari ini, kelompok konservatif lebih menyukai aturan agama dan tradisi, karena diyakini dibuat oleh yang lebih luhur dari manusia sehingga layak untuk di-conserved

# GENETIC OF POLITICS

---



# GENETIC OF POLITICS

---

Penelitian Dr. Rose McDermott mengenai Genetic of Politics menunjukkan orang konservatif dan progresif memiliki struktur otak berbeda. Konservatif memiliki Amygdala yg lebih tebal sementara progresif memiliki Insula yg lebih tebal.

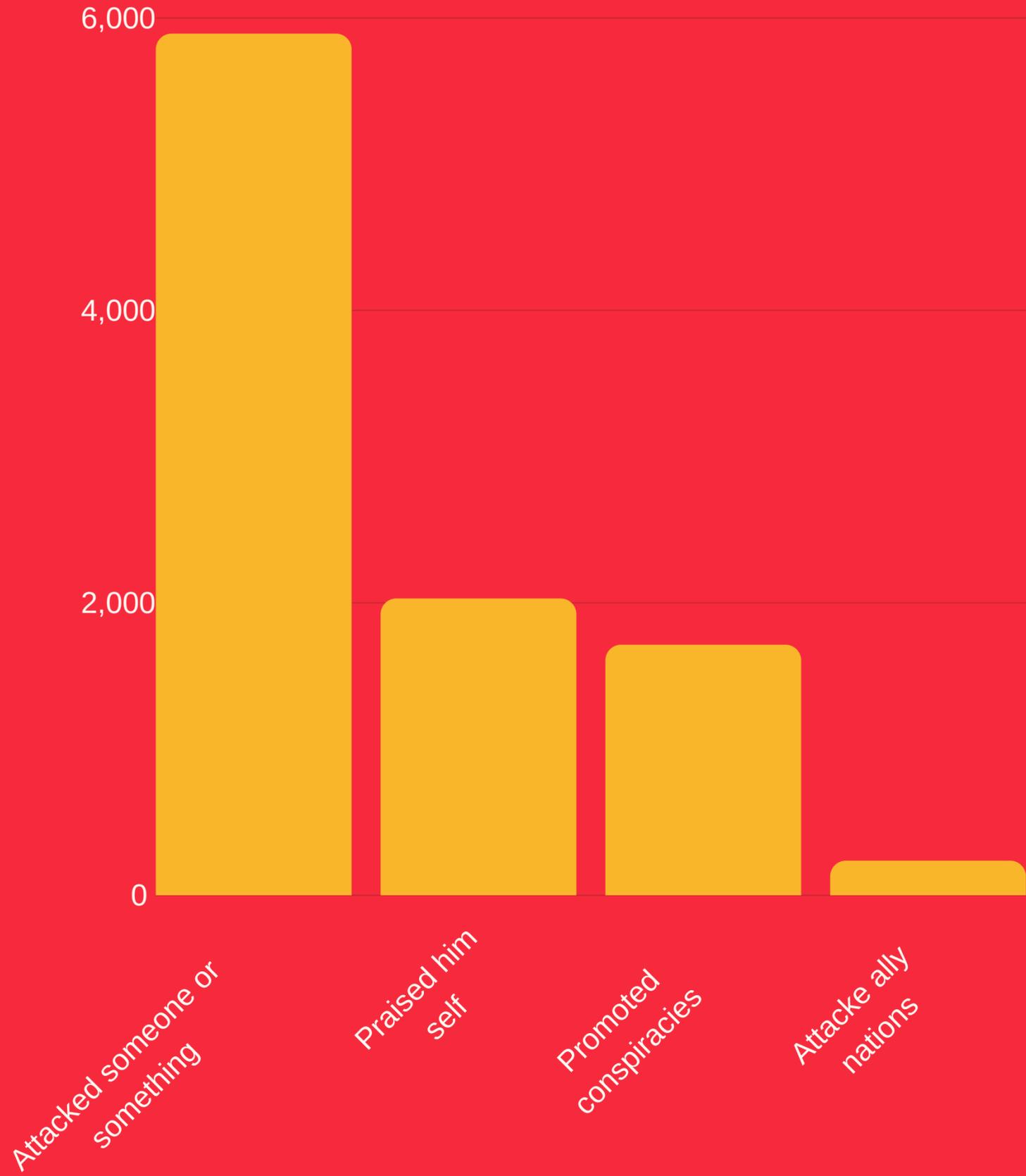
Amygdala adalah bagian otak yang berada di bagian tengah depan. Penelitian-penelitian dengan menggunakan MRI Scan menunjukkan jika bagian ini aktif ketika kita merasa takut. Sementara, insula yang terletak di bagian belakang dan samping diketahui berhubungan dengan rasa empati.

Konservatif yang didorong oleh rasa takut menyukai karakter pemimpin yang kuat, tegas dan berwibawa. Mereka bahkan akan lebih terbuka menerima pemimpin yang otoriter, karena dengan begitu ketertiban didalam masyarakat akan dapat dicapai. Sementara, orang-orang progresif yang didorong oleh rasa empatinya akan lebih menyukai karakteristik pemimpin yang merakyat, simpatik dan mau mendengar. Bagi kaum progresif, ide-ide kesejahteraan yang merata, masyarakat demokratis dan kebahagiaan bagi orang banyak lebih menarik.



# TRUMP ON TWITTER

Attacked someone or something	5889
Praised himself	2026
Promoted conspiracies	1710
Attacked ally nations	233
Praised dictatators	132



# TUGAS

---

Tonton salah satu video di bawah ini:

1. Thank You for Smoking.
2. Call Me Roger Stone.
3. The True Cost
4. Brexit: The Uncivil War
5. Pengkhianatan 30 S PKI
6. Knock Down The House

Buat paper yang menganalisa propaganda dalam film tersebut menggunakan teori komunikasi massa. Paper maksimal 2 halaman (Arial/ Times New Roman 12) dan dikumpulkan melalui ketua kelas paling lambat Jumat (22/11) pukul 21.00 wib.

