Media Massa dan Propaganda Politik[1]

Lutviah[2]

Media merupakan alat yang sangat strategis dan efektif untuk mempengaruhi khalayak. Oleh karena itu, tidak heran jika sejak dahulu banyak aktor politik yang memanfaatkan media untuk melakukan propaganda kepada masyarakat. Propaganda sendiri adalah rangkaian pesan yang disampaikan untuk mempengaruhi pendapat dan sikap masyarakat.

Di indonesia, propaganda dengan menggunakan media sudah dilakukan sejak masa kolonial. Pada saat pers mulai berkembang di Indonesia, pemerintah Belanda telah menguasai dan menggunakannya sebagai alat propaganda, salah satunya adalah melalui surat kabar *Memorie Dex Nouvelles*[3]. Hal ini juga berlanjut pada masa penjajahan Jepang, dimana media-media yang dinilai membahayakan kepentingan mereka dicabut dari peredaran, khususnya media-media yang masih dipengaruhi oleh Belanda. Pada masa penjajahan ini, media massa hampir sepenuhnya dikuasai oleh para penjajah untuk melakukan propaganda kepada masyarakat.

Pasca kemerdekaan, media massa di Indonesia masih tetap saja digunakan sebagai media propaganda. Pada masa pemerintahan Soekarno, media massa digunakan untuk melegitimasi kekuasaanya. Ia memperkenalkan konsep 'Guided Democracy' yang mewajibkan media-media massa harus berada di bawah kontrol pemerintah, salah satunya adalah penyedia berita ANTARA. Pada masa ini, media massa khususnya radio digunakan oleh Sukarno sebagai alat untuk berorasi dan menyebarkan pengaruhnya kepada masyarakat.

Kekuasaan pemerintah terhadap media massa makin terasa pada masa orde baru, dimana semua media massa dan arus informasi berada dibawah kontrol pemerintah. Soeharto sebagai presiden saat itu membangun ikatan yang kuat antara pers dengan pemerintah, sehingga saat itu tidak ada kebebasan pers dan media massa sepenuhnya berada dibawah kontrol dan pengaruh pemerintah. Selain itu, hal tersebut makin diperparah dengan dikuasainya media massa oleh keluarga Soeharto. Dengan demikian, media massa menjadi sangat terkekang dan tidak bisa berkembang.

Media massa menjadi sangat efektif untuk melakukan propaganda karena media massa memiliki kemampuan mempengaruhi masyarakat yang tinggi. Media massa dapat digunakan untuk *self marketing* melalui berita dan informasi yang disiarkan, misalnya pada waktu kampanye politik. Melalui informasi-informasi di media sebelumnya telah dikonstruksi, masyarakat pada akhirnya akan terpengaruh oleh berita-berita tersebut dan mengikuti kehendak si pembuat medianya itu sendiri.

Media massa menentukan agenda publik, dan peran media adalah mendorong dukungan publik terhadap kepentingan-kepentingan tertentu yang mendominasi pemerintah dan

---

[1] Rangkuman bacaandari buku "The Psychologyof Media and Politics" karya George Comstock, buku "Media Effect and Society" karya Elizabeth M Perse, buku "The Media and Political Change in Southeast Asia karya Jonathan Woodier, dan buku "The Media Effect: How The News Influences Politics and Government" karya Jim Willis

[2] Mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi Kajian Media, Universitas Paramadina. NIM: 209000034

[3] Jonathan Woodier, 2008, "Media and Political Change in Southeast Asia", UK: Edward Elgar Publishing Limited. p.145

masyarakat[4]. Asumsi tersebut makin memperkuat pandangan bahwa media massa memang digunakan sebagai alat propaganda oleh kelompok-kelompok tertentu. Lebih dari itu, media massa juga menentukan agenda publik dan mengaturnya sedemikian rupa agar dapat berhasil mempengaruhi masyarakat sehingga dapat memenuhi kepentingan kelompok-kelompok tersebut.

Dalam menentukan keputusan politik, masyarakat akan selalu membutuhkan referensi. Berdasarkan kajian psikologi, norma dan pengaruh interpersonal memberikan pengaruh terhadap sikap seseorang[5]. Hal ini jugalah yang kemudian dimanfaatkan oleh media ketika melakukan kegiatan propaganda. Melalui berita-berita yang disiarkan, media secara tidak langsung telah memberikan referensi kepada masyarakat untuk mempengaruhi keputusan politiknya. Semakin sering berita tersebut diberikan, maka akan semakin besar pengaruh yang akan didapatkan oleh masyarakat.

Selain itu, konsep *mediated others* juga digunakan dalam melakukan propaganda melalui media. Media seringkali menampilkan *endorser* atau model untuk memperkuat pesan-pesan yang disampaikannya. *Endorser* ini bisa berupa orang-orang biasa untuk merepresentasikan masyarakat pada umumnya atau orang-orang yang berpengaruh dalam masyarakat untuk dijadikan *opinion leader* agar dapat mempengaruhi persepsi khalayak. Teknik *endorser* merupakan teknik persuasif populer yang sudah banyak digunakan, khususnya dalam dunia periklanan. Dalam kaitannya dengan propaganda, teknik ini juga banyak digunakan karena dapat mempengaruhi sisi psikis khalayak.

Persepsi dan nilai-nilai yang disampaikan oleh media massa sering kali dianggap sebagai persepsi masyarakat keseluruhan. Dalam masyarakat kontemporer, media massa seakan-akan merepresentasikan opini dan persepsi masyarakat secara umum[6]. Oleh karena itu, banyak orang yang menggunakan informasi yang ada di media massa sebagai referensi karena informasi di media dianggap mewakili persepsi masyarakat. Karakteristik media massa tersebut menjadi sangat beresiko untuk dijadikan alat propaganda, karena bisa jadi pesan-pesan yang disampaikan media massa hanyalah hasil konstruksi dari pemiliki kepentingan-kepentingan tertentu dan sama sekali tidak mewakili persepsi masyarakat secara keseluruhan.

Sementara itu, fungsi media sebagai media informasi terlihat jelas pada saat terjadi krisis. Media massa menjadi alat penting dalam penyebaran informasi dan mengingatkan masyarakat akan kejadian-kejadian tertentu[7]. Oleh karena itu, *rating* berita meningkat pada saat terjadi krisis karena setiap orang mengakses media untuk mendapatkan informasi dan konfirmasi tentang krisis yang sedang berlangsung.

Peningkatan akses terhadap media tersebut pada akhirnya akan berimplikasi terhadap peningkatan kepercayaan khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan media. Dengan demikian, kekuatan media akan menjadi semakin kuat dalam mempengaruhi khalayak dan akan semakin efektif jika orang-orang yang memiliki kepentingan menggunakannya untuk melakukan propaganda-propaganda tertentu. Meskipun pada saat krisis media cenderung memiliki sumber-sumber berita yang terbatas, hal itu tetap tidak menutup kemungkinan akan dijadikannya media sebagai alat propaganda pada saat krisis berlangsung.

---

[4] Jim Willis, 2007, "The Media Effect: How The News Influences Politics and Government", London: Praeger Publishers. p.6

[5] George Comstock, 2005, "The Psychology of Media and Politics". p.229

[6] Ibid 254

[7] Elizabeth M Perse, 2001, "Media Effect and Society", London: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS. p.81