



## Propaganda dan Ilmu Komunikasi

Moeryanto Ginting Munthe

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta,  
Jalan Raya Lenteng Agung 32 Jakarta Selatan 12610 Tel 021-7806223, Fax:021-7817630 -  
email:moeryantoginting@yahoo.co.id.

### ABSTRAK/ ABSTRACT

*Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mendengar kata propaganda. Sayangnya, meskipun sekadar mendengar kata propaganda, dalam pikiran seseorang langsung muncul suatu persepsi yang buruk. Demikian jeleknya citra yang melekat pada propaganda, karena dianggap sebagai suatu kegiatan yang negatif. Sehingga tidak jarang ditabukan orang. Sebenarnya, propaganda hanyalah alat, sebagai salah satu teknik komunikasi, sebagai bagian dari ilmu komunikasi. Yang buruk bukan propogandanya, tetapi bagaimana atau untuk apa orang yang melakukan atau mempergunakannya. Dengan demikian, sangat perlu diketahui hakekat propaganda dalam kaitan dengan ilmu komunikasi, yang coba diungkap dalam tulisan ini.*

*In our daily life, we often listen the word propaganda. It is a pity, that although merely listening the word, in somebody's mind directly appears a bad perception. A bad image is attached to propaganda because it is considered as a negative activity resulting a taboo. In fact, propaganda is a medium of one of the technique of communications as a division of communication science. The bad side is not propaganda itself, but how and for what purpose it would be implemented and applied. With this understanding, it is important to know the nature of propaganda in its relation with the communication science attempted to be reviewed in this article.*

*Keywords: komunikasi, propaganda.*

### A. PENDAHULUAN

Istilah atau terminology Propaganda mungkin sering kita dengar dari percakapan, atau kita lihat dan baca dari berbagai sumber bahan bacaan seperti buku, surat kabar atau dokumen lain. Membaca atau mendengar istilah propaganda acapkali membuat orang langsung menafsirkannya sebagai suatu kegiatan atau tindakan yang negatif. Kata “propaganda” langsung mencetak gambaran di benak orang sebagai suatu tindakan yang buruk.

Mungkin ungkapan-ungkapan bernada seperti berikut pernah anda dengar: Si A telah berusaha mempropagandai si B. Jangan sampai kamu termakan oleh propaganda si Polan. Perpecahan Partai Siang Malam terjadi karena keberhasilan propogandist (kadang- kadang ditulis tanpa huruf t). Pemerintah Negara X senantiasa mempropagandai pemerintah Negara Y. Ah, jangan percaya, tak usah dipikirkan, semua itu hanya propaganda.

Pada awal tahun 2011 ramai diberitakan oleh media massa bagaimana keberhasilan pengikut aliran NII mempengaruhi beberapa

korban dari kalangan dunia pendidikan untuk mengikuti aliran mereka. Akibatnya, beberapa orang diberitakan hilang, atau minggat dari rumah orang tuanya, dan tidak mau pulang. Ternyata keyakinan sampai tingkah laku mereka berubah secara total. Tentu tidak dapat disangkal bahwa hal ini juga merupakan keberhasilan kegiatan propaganda yang dilakukan oleh propagandis.

Istilah propaganda bisa jadi telah mengukirkan suatu gambaran negatif atau hal buruk di dalam pikiran seseorang. Akibatnya, mungkin banyak orang beranggapan bahwa mempelajari propaganda adalah sesuatu yang buruk, tidak ada kebaikannya. Karena itu lebih baik tidak perlu diketahui, apalagi dipelajari.

Hasil penelitian dan tulisan Harold D. Lasswell khusus mengenai propaganda tercatat sebagai temuan yang sangat bernilai. Lasswell meneliti kegiatan propaganda khususnya pada perang dunia pertama. Ketika disertasi doctoral Harold Lasswell tentang penggunaan propaganda pada Perang Dunia I itu dipublikasikan sebagai sebuah buku pada tahun 1927 (*Propaganda Technique in The World War*), banyak mendapat reaksi, malah ada yang meminta supaya segera dihancurkan. Reaksi para pengulas menunjukkan adanya semacam ketakutan memandang teknik-teknik propaganda setelah Perang Dunia I (Severin; Tankard Jr, 2007:127).

Pada dunia akademis atau jajaran perguruan tinggi pun, propaganda tersebut seakan ditabukan. Kegiatan propaganda memang sangat terkait dengan kepentingan politik. Kegiatan propaganda paling mencolok mendapat sorotan adalah propaganda Hitler dalam mempengaruhi bangsa Jerman dengan ajaran atau paham Nazi. Penggunaan propaganda secara intensif dalam bidang politik dilakukan oleh Hitler bersama dengan menteri propagandanya Joseph Goebbels. Kebohongan-kebohongan, ancaman, dilakukan dalam menyebarkan, menanamkan dan menumbuhkembangkan ideologi fasisme nasional socialisme (Nazi) terutama untuk merebut, meraih, memperluas,

dan mempertahankan kekuasaannya. Yang penting, bagi Hitler untuk mencapai suatu tujuan segala cara dapat dihalalkan. Menurut Ardial (2009:186) sejak itu, istilah propaganda mendapat reaksi negatif di negara-negara demokrasi, karena dengan propaganda Nazi, banyak korban jiwa...Semua negara demokrasi yang dipelopori Amerika Serikat, sangat anti terhadap kegiatan propaganda. Propaganda sedikit pun tidak ada memberikan pencitraan yang baik, tetapi melulu menimbulkan kesan yang buruk.

Dalam dunia ilmu komunikasi sendiri pun demikian. Ilmu tentang propaganda dianggap tidak mempunyai manfaat yang berarti. Barangkali propaganda lebih cocok dipelajari oleh orang yang memang ditargetkan untuk mendalami kegiatan perang, seperti dunia militer. Hal ini sangat relevan dikaitkan dengan pendapat Lasswell (dalam Severin; Tankard Jr, 2007:129) bahwa tujuan utama propaganda adalah: 1. untuk menumbuhkan kebencian terhadap musuh; 2. untuk melestarikan persahabatan sekutu; 3. untuk mempertahankan persahabatan dan, jika mungkin, untuk menjalin kerja sama dengan pihak-pihak netral, dan 4. untuk menghancurkan semangat musuh.

Dari rangkaian tujuan utama propaganda menurut Lasswell tersebut terlihat jelas bahwa kegiatan propaganda dilakukan semata-mata terbatas pada waktu terjadi permusuhan atau peperangan, atau setidaknya ketika terjadi konflik antara satu pihak dengan pihak lainnya. Pada saat konflik terutama jika telah terjadi perang total, propaganda telah diakui sebagai suatu alat untuk memenangkan perang. Dalam kondisi seperti itu sangat diperlukan upaya-upaya yang bisa dilakukan untuk membangkitkan, meningkatkan semangat pihak sendiri, upaya-upaya untuk meraih, memperoleh dukungan dari pihak ketiga mencakup sahabat dan juga pihak-pihak netral.

Contohnya, berkaitan dengan konflik kasus Ambalat antara Indonesia dan Malaysia. Sejak peristiwa klaim Malaysia atas Ambalat itu, langkah-langkah mempengaruhi pihak lain



pun dilakukan oleh Malaysia dan Indonesia untuk memperjuangkan kepentingan, membenarkan alasan-alasan, juga untuk memperoleh dukungan dari berbagai pihak. Intinya, kedua pihak ingin memenangkan pengaruh sekaligus memenangkan kepemilikan terhadap Ambalat (Ginting Munthe, 2006:14). Sama halnya pada tahun 2003, dalam peristiwa penyerangan Irak oleh Amerika Serikat bersama sekutunya... terjadilah perang argumentasi, perang informasi, perang fakta, perang propaganda, dan rangkaian kegiatan perang urat syaraf antara kedua kubu (Ginting Munthe, 2006a:65). Tujuan pokok semua kegiatan itu dilakukan adalah guna menghancurkan, melemahkan pihak musuh, sehingga dalam pertikaian, konflik, atau peperangan itu diperoleh kemenangan. Padahal, apabila ditelaah lebih mendalam, propaganda tidak hanya dilakukan pada waktu perang, tetapi dalam situasi apa pun bisa digunakan untuk mempengaruhi pihak lain agar melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan si propagandis.

Mungkin juga karena itu, Lasswell, sepuluh tahun kemudian, tahun 1937 mendefinisikan "*propaganda dalam arti yang paling luas adalah teknik memengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar atau musik*" (Severin; Tankard Jr, 2007:128). Dalam pengertian seperti ini, penggunaan propaganda terlihat lebih umum, tidak terikat pada waktu, kondisi, situasi tertentu. Artinya, setiap saat bisa dilakukan, baik perang maupun damai, baik dalam keadaan genting atau keadaan biasa-biasa saja, propaganda dapat dilakukan. Kata memanipulasi menunjukkan bahwa dalam kegiatan propaganda diperlukan dan diperkenankan berbagai cara (jujur atau tidak jujur, halus atau kasar, benar atau tidak benar, baik atau tidak baik) dalam menyajikan sesuatu kepada sasaran. Yang penting adalah supaya dapat diterima, dipercaya, diyakini, akhirnya didukung oleh sasaran/penerima. Pengungkapan sesuatu yang diharapkan diterima itu pun bisa diwujudkan

melalui berbagai bentuk lambang komunikasi seperti kata-kata lisan, tertulis, suara musik, lagu, coretan, gambar maupun bentuk lain.

Di Indonesia, pada era tahun 1990an, mata kuliah Propaganda dijadikan sebagai salah satu mata ujian Negara pada jurusan ilmu komunikasi. Pada waktu itu status perguruan tinggi swasta (PTS) masih dibagi menjadi tiga kategori, yaitu Terdaftar, Diakui, dan Disamakan. Lulusan PTS diwajibkan menempuh beberapa mata kuliah yang diberlakukan sebagai mata ujian Negara. Dewasa ini, terkait dengan status, perguruan tinggi tidak dibedakan antara perguruan tinggi yang dikelola oleh Negara (PTN) maupun oleh swasta (PTS). Dengan demikian, semua perguruan tinggi dianggap sama martabatnya, yang mempunyai otoritas masing-masing. Namun, semua program studi yang diasuh harus mendapatkan akreditasi. Meskipun status terakreditasi mempunyai tingkatan A,B,C tetapi tidak dikenakan lagi kewajiban ujian Negara meliputi mata kuliah tertentu. Kini, jika diperhatikan kurikulum ilmu komunikasi di beberapa perguruan tinggi, ternyata banyak yang telah menghilangkan atau dengan kata lain, tidak mengajarkan mata kuliah Propaganda.

Terlepas dari itu, kenyataan menunjukkan bahwa ada pihak yang memandang propaganda hanya sebagai kegiatan. Kegiatan tersebut pun sekadar mencerminkan tindakan yang buruk. Ada pula pihak yang melihat propaganda sebagai suatu teknik seni dari kegiatan yang buruk tadi. Namun, di sisi lain, ada pula pihak yang memandang propaganda sebagai suatu ilmu, sehingga kedudukannya lebih tinggi. Semua pandangan tersebut sah-sah saja karena masing-masing memiliki argumentasi.

Beranjak dari kenyataan di atas, sangatlah diperlukan suatu pemahaman tentang propaganda. Apalagi sebagai suatu ilmu, yang dapat dikaji atau dipelajari. Suatu ilmu dipelajari untuk mengetahui hakekatnya. Suatu ilmu juga dapat diterapkan atau diaplikasikan untuk kepentingan kehidupan manusia yang mempelajarinya. Ilmu tentu tidak ada yang jelek.

Mungkin, yang membuat jelek suatu istilah atau suatu ilmu adalah faktor ulah manusia yang menggunakannya, atau menerapkannya. Termasuk begitu buruknya persepsi orang terhadap propaganda, terjadi akibat ulah manusia yang menerapkannya. Karena itu, ada baiknya kita coba mempelajarinya secara lebih objektif. Apalagi jika dikaitkan dengan propaganda yang semakin banyak dilakukan oleh manusia, baik secara sadar atau tidak, melingkupi berbagai aspek kepentingan, politik, sosial, ekonomi dan sebagainya. Dari cakupan yang sempit sampai yang luas mengglobal. Berkaitan dengan kelompok yang kecil atau organisasi sederhana di dalam satu negara, sampai kelompok yang lebih besar, satu negara atau kumpulan beberapa negara. Untuk kepentingan pribadi, kelompok, lokal, nasional, maupun internasional.

Dalam hubungan antarnegara pun kegiatan propaganda sangat lazim dipraktekkan, meskipun kadang-kadang dilakukan secara tersamar atau tidak diakui sebagai kegiatan propaganda. Hal itu diakui L. John Martin, yang dalam tulisannya berjudul Keefektifan propaganda Internasional mendefinisikan propaganda sebagai kegiatan komunikasi persuasif sebuah pemerintahan yang ditujukan kepada khalayak asing. Menurutnya, hanya sebagian pemerintahan yang mengakui menjalankan propaganda secara terbuka, karena istilah ini memiliki makna buruk. Biasanya dipilih atau dilakukan cara penghalusan (*eufemisme*) seperti program informasi atau kegiatan kebudayaan. (dalam Malik; Rakhmat; dan Shoelhi, 1993:183, 185). Karenanya, wajar Edward Bernays menyatakan bahwa propaganda bukanlah usaha beberapa orang yang patut dicela untuk meracuni pikiran kita dengan kebohongan. Lebih dari itu, propaganda merupakan suatu usaha terorganisasi untuk menyebarluaskan suatu kepercayaan atau opini. Propaganda baru (*new propaganda*) merupakan sesuatu yang tersebar lebih jauh lagi, lebih kuat, dan lebih penting daripada sekadar perkembangan informasi. Secara lebih tandas Bernays-

smengungkapkan, apa pun kepentingan sosial yang dilakukan sekarang . . . harus dilakukan dengan propaganda . . . sehingga propaganda sangat dibutuhkan bagi peradaban ini (Combs dan Nimmo, 1994:57). Dari pendapat tersebut, terlihatlah betapa penting dan besarnya peran propaganda dalam perkembangan sosial atau peradaban manusia.

Beranjak dari paparan di atas, tulisan ini mencoba melihat propaganda secara lebih jernih, sehingga akan terurai kaitan propaganda dengan komunikasi, atau ilmu komunikasi. Juga mengupas sejarah propaganda dari aspek kegiatan dan terminology.

## B. PEMBAHASAN

### 1. Bermula dari Komunikasi

Mempelajari propaganda kita mulai penelusuran dari “komunikasi”. Istilah komunikasi bagi masyarakat umum tentu tidak asing, bahkan komunikasi dianggap sebagai suatu hal yang rutin dalam kegiatan manusia. Coba cermati kegiatan kita sehari-hari, dominan diisi dengan kegiatan komunikasi. Penelitian membuktikan bahwa 75 persen waktu bangun kita berada dalam kegiatan komunikasi. . . . dapat dipastikan bahwa sebagian besar komunikasi itu dilakukan secara lisan (Rakhmat, 2002:2). Hal itu wajar terjadi, karena kita adalah makhluk sosial yang senantiasa berinteraksi dengan manusia lain. Mulai dari manusia dalam lingkup anggota keluarga kita, selanjutnya manusia lain yang menjadi tetangga kita, diteruskan ke manusia pada lingkungan yang lebih luas lagi pada masyarakat. Jadi, wajarlah bahwa komunikasi merupakan hal yang umum bagi seseorang. Tetapi, apakah yang dimaksud dengan komunikasi?

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *Communicatio*, asal katanya *Communis*=sama. Kesamaan arti atau makna mengenai sesuatu. Secara terminologi komunikasi adalah proses penyampaian pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Secara pragmatis komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang ke-



pada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Effendy, dalam Ardial,2009:21). Everet M. Rogers menekankan bahwa komunikasi adalah proses di mana ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka. Kemudian dikembangkan Kincaid (1981), komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu sama lainnya yang pada gilirannya timbul saling pengertian yang mendalam(Ardial,2009:21).Sedangkan Hovland mengartikan, *communication is the process to modify the behavior of the other individuals*– proses memodifikasi tingkah laku atau perbuatan seseorang, tentu sesuai dengan yang kita kehendaki, atau yang kita inginkan.

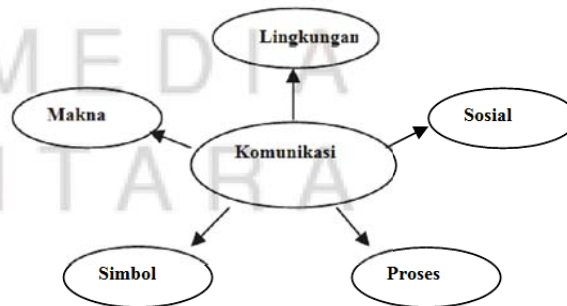
Berbagai pengertian diungkapkan orang tentang konsep komunikasi, bermacam definisi, bahkan bisa mencapai ratusan, disodorkan para ahli mengenai komunikasi. Ada yang mengemukakan definisi dengan menekankan prosesnya, ada yang menekankan tindakannya, ada pula yang menekankan kandungan unsur-unsurnya, serta ada juga yang melihat tujuannya. Yang pasti, masing-masing definisi ditentukan berdasarkan cakrawala pandangan, minat atau keahlian individu yang mengungkapkannya, dan bisa saja masing-masing pendekatan yang dilakukan itu unik. Hal ini menurut West dan Turner (2008:5) terjadi karena para ahli cenderung melihat fenomena manusia melalui sudut pandang mereka sendiri . . .Artinya, ahli dalam bidang komunikasi akan menggunakan pendekatan yang berbeda dalam menginterpretasikan komunikasi karena nilai-nilai yang mereka miliki juga berbeda. Berkaitan dengan pengertian komunikasi yang diberikan pun, bisa mengalami perubahan, berkembang sejalan dengan perkembangan peradaban, kebudayaan, ketrampilan, ilmu pengetahuan dan teknologi.

Sehubungan dengan pandangan di atas, West bersama Turner, (2008:5-8) mendefi-

nisikan komunikasi (*communication*) adalah proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Definisi dari West dan Turner ini mengandung lima kata kunci yaitu sosial, proses, symbol, makna, dan lingkungan.

Sebagai suatu proses sosial menunjukkan bahwa komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi. Ketika dipandang secara sosial, komunikasi selalu melibatkan dua orang yang berinteraksi dengan berbagai niat, motivasi dan kemampuan . . . komunikasi sebagai proses, berarti komunikasi mempunyai sifat yang berkesinambungan dan tidak memiliki akhir.Komunikasi juga bersifat dinamis, kompleks, dan senantiasa berubah.Simbol (*symbol*) adalah sebuah label arbitrer atau representasi dari fenomena. Biasanya telah disepakati bersama dalam sebuah kelompok, tetapi mungkin saja tidak dimengerti di luar kelompok tersebut.Dalam hal ini ada simbol konkrit (*concrete symbol*) – symbol yang merepresentasikan benda – dan simbol abstrak (*abstract symbols*) - simbol yang merepresentasikan suatu pemikiran atau ide. Makna adalah yang diambil orang dari suatu pesan. Pesan dapat memiliki lebih dari satu makna. Lingkungan (*environment*) adalah situasi atau konteks di mana komunikasi terjadi.Lingkungan terdiri dari beberapa elemen, seperti waktu, tempat, periode sejarah, relasi, dan latar belakang budaya pembicara dan pendengar.

Dengan uraian yang lengkap mengenai masing-masing pengertian dan keterkaitan antara kata-kata kunci yang terdapat dalam definisi tersebut, kemudian Turner dan West memberi-



Gambar 1

kan gambaran secara skema sebagai berikut:

Begitu banyak definisi komunikasi, sehingga menurut Dan Nimmo seakan-akan diobral. Nimmo (2005:7) pun mendefinisikan, komunikasi sebagai proses interaksi social yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui symbol-simbol.

Di samping definisi ahli dari asing yang begitu banyak, dari Indonesia pun tidak ketinggalan. Mungkin pembaca sendiri juga mempunyai pengertian atau definisi komunikasi. Itu sah saja.

Salah satu definisi dikemukakan di bawah ini dan dikembangkan di Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta, sebagai perguruan tinggi yang tertua mendalami dan mengembangkan ilmu komunikasi (berdiri tanggal 5 Desember 1953 dengan nama Perguruan Tinggi Ilmu Djurnalistik – salah satu pendirinya adalah almarhum A.M. Hoeta Soehoet). Dalam bukunya berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, Hoeta Soehoet (2002:2) mengemukakan bahwa Ilmu komunikasi adalah suatu ilmu yang mempelajari usaha manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain. Sebagai ilmu, maka komunikasi memiliki objek kajian yaitu usaha manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain.

Dari definisi tersebut dapat kita tarik satu pengertian bahwa komunikasi adalah suatu proses yang menggambarkan kegiatan manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain. Dari pengertian ini pula kita dapat melihat adanya tiga unsur pokok komunikasi yaitu: 1. *Manusia yang ingin menyampaikan* isi pernyataan. Dalam istilah lain yang populer disebut sebagai komunikator. Dalam pengertian yang lain ada menyebutnya sebagai Sumber (*source*), ada pula yang menyebutnya dalam konteks teknis sebagai Encoder; 2. *Isi pernyataan* yang ingin disampaikan. Dalam istilah lain yang populer disebut sebagai *message*, atau pesan, ada pula yang menyebutnya sebagai lambang; dan 3. *Manu-*

*sia lain* yang menjadi sasaran/tujuan penyampaian isi pernyataan. Dalam istilah lain yang populer disebut sebagai komunikan. Mungkin juga ada menyebutnya sebagai Sasaran, Tujuan (*Destination*), Decoder.

Mengapa orang berkomunikasi? Setiap orang melakukan tindak komunikasi pasti mempunyai alasan. Alasan atau hal yang mendorong seseorang untuk menyampaikan isi pernyataannya kepada orang lain disebut motif komunikasi. Menurut Hoeta Soehoet (2002a: 48) ada enam gradasi intensitas (tingkat kekuatan) yang dapat dicapai isi pernyataan, yaitu 1. pemberitahuan, 2. penerangan, 3. pembujukan atau persuasi, 4. propaganda, 5. agitasi, dan 6. indoktrinasi.

Dari paparan di atas terlihat bahwa tingkat gradasi keempat, adalah propaganda. Pada tingkatan propaganda, komunikator sekaligus sebagai propagandis menyampaikan isi pernyataan kepada komunikan yang bisa mengandung fakta dan nonfakta. Kandungan atau muatan isi pernyataan dapat dicampur antara hal-hal yang benar terjadi dengan yang tidak benar terjadi, dicampur antara fakta yang benar sebagaimana adanya atau dicampur dengan fakta yang dibuat berdasarkan kebohongan atau hasil rekayasa, manipulasi. Sesudah itu komunikator/propagandis membujuk komunikan supaya menyetujui kandungan isi pernyataan untuk kepentingan komunikator. Gradasi intensitas dikandung oleh motif komunikasi komunikator adalah supaya komunikan melaksanakan isi pernyataan untuk kepentingan komunikator.

## 2. Bagian Ilmu Komunikasi

Dalam buku Teori Komunikasi 1, Hoeta Soehoet, (2002a: 9) mengatakan, Ilmu Komunikasi teoritika adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain. Ilmu komunikasi praktika adalah ilmu yang mempelajari penggunaan ilmu komunikasi teoritika untuk mencapai beberapa tujuan hidup. ... Ilmu komunikasi teoritika digunakan untuk men-



cari kebenaran, semata-mata untuk kebenaran saja. Ilmu komunikasi praktika, digunakan untuk mencapai beberapa tujuan hidup. Dari ilmu komunikasi teoritika dapat disusun lebih dari satu ilmu komunikasi praktika... (Hoeta Soehoet, 2002a: 16, 17). Dengan demikian lahir-lah beberapa ilmu komunikasi praktika yang digunakan atau diaplikasikan manusia sesuai dengan beberapa tujuan hidup dalam usaha manusia mencapai atau memperoleh kebahagiaan. Di antaranya termasuk ilmu perang urat syaraf, ilmu propaganda, ilmu retorika.

Ilmu Propaganda adalah salah satu ilmu komunikasi praktika. Ilmu teoritikanya adalah ilmu komunikasi teoritika. Ilmu teoritika ini digunakan untuk mencapai kebahagiaan di bidang politik. Objek kajiannya adalah bagaimana caranya menyampaikan isi pernyataan agar komunikan memahami isi pernyataan tersebut sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator dan komunikan melaksanakannya untuk kepentingan komunikator (Hoeta Soehoet, 2002a: 19).

Ilmu Retorika adalah salah satu ilmu komunikasi praktika. Ilmu teoritikanya adalah ilmu komunikasi teoritika. Ilmu teoritika ini digunakan untuk mencapai kebahagiaan di bidang komunikasi lisan. Objek kajiannya adalah bagaimana caranya menyampaikan isi pernyataan dengan lisan agar komunikan memahami isi pernyataan tersebut sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator (Hoeta Soehoet, 2002a: 19).

Mengenai retorika sebagai ilmu, ada yang menyebutnya sebagai Ilmu bicara atau ilmu bertutur kata. Namun, terkait dengan propaganda, retorika pun sering dianggap orang sebagai suatu kegiatan yang negatif se-perti dikemukakan oleh Y.B. Mangunwijaya, sebagaimana dikutip Rakhmat (2002: v) bahwa: pengertian retorika biasanya kita anggap negatif, seolah-olah retorika hanya seni propaganda saja, dengan kata-kata yang bagus bunyinya tetapi disangsikan kebenaran isinya. Padahal arti asli dari retorika jauh lebih mendalam, yakni pemekaran bakat-

bakat tertinggi manusia, yakni rasio dan cita rasa lewat bahasa selaku kemampuan untuk berkomunikasi dalam medan pikiran.

### 3. Sejarah Propaganda

Propaganda berasal dari kata Latin *Propagare* (kata kerja) yang mempunyai arti menyebarkan, menaburkan, membibitkan, yang dalam bahasa Inggris diartikan dengan *to propagate, generate, atau to produce*. Dengan demikian, kata *propagare* bermakna menamakan, atau memperbanyak tanaman. Secara singkat tindakan *propagare* bertujuan untuk memperbanyak populasi tanaman yang bisa dilakukan dengan semaian bibit, dengan memotong atau stek, mencangkok. Kata *propagare* tadinya memang banyak digunakan dalam ilmu biologi terutama bidang pertanian. Kemudian kata ini tumbuh subur setelah berada pada ilmu sosial, dalam arti penyebaran ide atau gagasan, keyakinan, isme tertentu.

Dalam Ensiklopedia Indonesia (Redaksi, h 2778) disebutkan kata *Propagare* = perluasan. Dalam upaya perluasan yang dimaksud, kegiatan propaganda berarti mengandung informasi terpilih, benar atau salah, yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang agar menganut sesuatu keyakinan, sikap, atau arah tindakan tertentu. Selama abad ke-20 semua idiologi politik menggunakan propaganda serta memanfaatkan media modern untuk mencapai pendengarnya. Propaganda juga memainkan peranan penting dalam peperangan modern, dan selama Perang Dunia II, biro-biro dan badan-badan khusus telah diadakan untuk memperteguh moral pihak sendiri, dan sebaliknya, melumpuhkan pihak lawan.

Di sisi lain, menyangkut suatu lembaga, disebutkan: Propaganda Fide sebagai 1). Kongregasi di Roma untuk menyebarkan iman; nama baru *Sacra Congregatio pro Gentium Evangelisatione*, instansi gerejani tertinggi yang mengurus misi serta, kegiatannya dan membagi-bagi daerah misi menjadi wilayah perserikatan-perserikatan misi, mengangkat prefek-prefek dan vikaris-vikaris apostolik

(berhubungan dengan atau berdasarkan ajaran para rasul – pen. ) 2). Perguruan tinggi di Roma yang dibiayai Kongregasi Propaganda Fide bagi pendidikan imam-imam pribumi untuk tanah misi.

Untuk meneliti arti propaganda, ada baiknya ditinjau kembali "saat kelahiran" istilah itu pada perbendaharaan kata manusia. Pengertian kata propaganda dalam arti yang baik sangat erat hubungannya dengan sejarah perkembangan agama Nasrani, yaitu berupa kegiatan-kegiatan para Misionaris atau para Apostel yang memasuki segala pelosok dunia untuk menyebarkan kebesaran dan kesucian Tuhan pada seluruh umat manusia. Penggunaan kata propaganda secara populer pertama kalinya adalah untuk penyebaran agama Kristen di mana pada tanggal 6 Januari 1622 Paus Gregorius ke XV mengeluarkan sebuah dekret yang mendirikan badan bernama: "*Sacra Congregatio de Propaganda Fide* atau *Sacred Congregation for Propagation of the Faith*" (Perhimpunan Suci untuk penyebaran Agama) yang dalam hal ini penyebaran agama Kristen Roma Katolik (Simatupang, dalam Deppen RI, 1995: 68).

Berkaitan dengan pendirian lembaga itu, Nimmo (2005:124) menyebutkan tahun 1622 Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi para kardinal, *Cogregatio de Propaganda Fide*, untuk menumbuhkan keimanan Kristiani di antara bangsa-bangsa lain . . . para misioner ditugasi untuk menyebarkan doktrin, seorang misioner untuk satu kelompok yang terdiri atas beberapa ribu pemeluk baru yang diharapkan. Severin; Tankard Jr, (2007:128) mengatakan pendirian lembaga tersebut tercatat sebagai penggunaan istilah propaganda pertama sekali dilakukan. Paus sebagai pimpinan Gereja Roma Katolik mendirikan sebuah lembaga bernama *Congregatio de propaganda fide* atau *Congregation for the Propagation of Faith*, saat terjadinya reformasi, di mana berbagai kelompok membelot dari Gereja Katolik dan jemaat tersebut adalah bagian dari gereja

kontra-Reformasi. Isu yang besar dalam periode ini adalah pertentangan antara ilmu pengetahuan dan agama sebagai sumber ilmu tentang dunia. Seorang tokoh utama dalam pertentangan ini adalah Galileo, yang berargumentasi berdasarkan observasi melalui sebuah teleskop bahwa bumi berputar mengelilingi matahari. Pemikiran ini secara langsung menentang ajaran agama Katolik, yang merupakan salah satu teori yang dilarang gereja. Galileo diadili dan dijatuhi hukuman dalam pengadilan tahun 1633 dan diminta untuk menarik pernyataannya bahwa bumi berputar mengelilingi matahari.

Nama lembaga yang didirikan Paus itu akhirnya mempopulerkan kata propaganda. Adapun tugas lembaga tersebut antara lain untuk mempersiapkan bahan-bahan untuk penyebaran agama katolik, mempersiapkan tenaga-tenaga untuk ditugaskan sebagai penyebar agama katolik, mempersiapkan dan menentukan metode penyebaran agama katolik yang disesuaikan dengan sasaran, juga menampung dan mempelajari laporan-laporan para penyebar (misionaris), serta mengadakan evaluasi terhadap semua kegiatan yang telah dilakukan, sehingga dapat disempurnakan rencana penyebaran yang lebih baik.

Pada dasarnya suatu propaganda sebagai bagian dari kegiatan komunikasi seharusnya merupakan "*symbolic interaction*" dengan menggunakan lambang-lambang komunikasi yang penuh arti, yaitu: bahasa (lisan dan atau tulis), gambar-gambar, tanda-tanda, isyarat-isyarat, dan telah dirumuskan/diencode sedemikian rupa sehingga dapat merangsang jiwa komunikan untuk menerima pesan dan kemudian memberikan reaksinya yang pada akhirnya menumbuhkan efek atau hasil seperti yang telah direncanakan atau ditetapkan oleh komunikator. Dalam hubungan dengan *symbolic interaction*, kegiatannya bersifat kejiwaan atau psikologis.

Namun, karena perkembangan dari ilmu itu sendiri sesuai dengan zamannya, maka kenyataan itu merupakan fakta untuk diterima yang bertujuan untuk mengadakan perubahan





sikap, pandangan, dan tingkah laku komunikan.

Propaganda pada dasarnya bersifat persuasi. Metode persuasi menggunakan himbuan, rayuan, ajakan, "iming-iming" dengan tujuan agar komunikan dengan senang hati, sukarela melakukan sesuatu sesuai dengan pola yang ditentukan komunikator. Persuasi merupakan suatu gejala kejiwaan atau *psychologis*, ia menyangkut kepada suatu penggerak jiwa untuk melakukan sesuatu dengan rela dan kehendak sendiri. Namun, sifat persuasi di sini hanyalah sebagai bagian dari teknik untuk mempengaruhi orang agar melakukan sesuatu, dalam konteks orientasinya adalah untuk kepentingan komunikator.

Penggunaan istilah atau terminologi propaganda pertama sekali terdapat pada saat Paus mendirikan lembaga penyebaran agama *sacra congregatio de propaganda fide*. Pengungkapan istilah pertama kali ini dianggap sebagai kelahiran terminologi propaganda. Hal ini juga menyiratkan bahwa propaganda sebagai istilah lahir dalam konteks penyebaran agama. Namun karena akhirnya propaganda lebih banyak dilakukan untuk menanamkan suatu ajaran politik dalam kerangka mencari dukungan, mencari kekuasaan, maka justru propaganda dalam konteks politik ini yang sangat membesarkan kegiatan propaganda, yang akhirnya memperoleh citra buruk.

Maka timbul pertanyaan, sejak kapankah kegiatan propaganda dilakukan? Sebelum menjawab pertanyaan tersebut, ada baiknya ditinjau lebih dahulu masalah pokok atau kajian pokok propaganda. Dari pengertian propaganda dapat ditarik suatu landasan mengenai objek kajian propaganda. Dalam kaitan itu, R.M. Simatupang mengatakan, beragam alasan orang melakukan berbagai kegiatan propaganda baik di bidang politik, di bidang ekonomi, di bidang agama dan lain-lain. Menurutnya, persoalan pokok di dalam propaganda adalah "How to influence and to control the mind's of men" - Bagaimana mempengaruhi dan menguasai pikiran manusia (Deppen RI, 1995: 31). Mempengaruhi dalam hal ini berarti adanya

suatu kekuatan di dalam diri seseorang yang berperan sebagai propagandis untuk mengarahkan atau menanamkan sesuatu kepada orang lain (*propagande*). Arahannya ini bisa dalam bentuk pengertian, pemahaman, mengenai suatu objek dalam pesan yang disampaikan. Sedangkan menguasai berarti kita bisa mengarahkan pemahaman itu untuk ditindaklanjuti dengan perbuatan oleh *propagande*. Tindakan yang dimaksud tentu saja dalam rangka mencapai tujuan atau kepentingan propagandis. Dengan demikian propaganda mempunyai target sampai pada tingkah laku atau perbuatan orang yang dipropagandai, sesuai dengan yang diarahkan, diinginkan, atau kepentingan dari orang yang mempropagandai. Hanya dengan kenyataan seperti itu maka dapat dikatakan bahwa kita sudah menguasai pikiran seseorang. Bagaimana caranya?

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi jalan pikiran manusia. Bisa dengan memakai kata-kata bujukan atau rayuan supaya dia mengikuti apa yang kita inginkan. Bisa dengan mengiming-iming atau menjanjikan sesuatu yang sangat indah, sehingga menarik baginya, yang apabila dia ikuti setidaknya akan menguntungkan kepadanya. Atau sebaliknya, bisa pula dengan mengungkapkan sesuatu sedemikian rupa, yang kadang-kadang dibumbui dengan kenyataan semu atau kebohongan supaya dia merasakan suatu yang buruk terhadap dirinya. Adanya rasa takut yang dapat menekan tindakannya. Bisa dilakukan dengan menyogok, agar mempengaruhi pandangan atau pendapatnya, dengan janji muluk-muluk dan lain-lain cara atau tindakan.

Setelah jalan pikiran manusia dikuasai atau dapat dikendalikan dengan sendirinya tindakan-tindakannya dikuasai juga. Dengan demikian, kegiatan propaganda hakekatnya menghendaki sampai seseorang melakukan sesuatu seperti yang diarahkan atau yang diinginkan. Bukan sekadar sasaran telah menerima, memahami sesuatu, atau menyetujui sesuatu. Tetapi lebih jauh dari itu, pemahaman, penerimaan, persetujuan terha-

dap sesuatu itu harus direalisasikan sampai ke tingkat tindakan atau perbuatannya. Di situlah terwujud keberhasilan propaganda.

Dengan demikian, kembali pada pertanyaan di atas, sejak kapankah kegiatan propaganda dilakukan? Tentu dikaitkan ke kajian pokok *'Bagaimana mempengaruhi dan menguasai pikiran manusia'* agar orang yang dipropagandai melakukan tindakan untuk mencapai tujuan propagandis. Jawaban yang diberikan bisa bermacam-macam, dengan alasan yang beragam pula. Namun, hakekat jawaban itu harus menggambarkan suatu awal tindakan manusia yang dapat disebut sebagai tindakan atau kegiatan propaganda. Jika ada yang mengatakan bahwa kegiatan propaganda untuk pertama kalinya dilakukan sejak manusia berinteraksi dengan manusia lainnya, maka itu berarti terjadi sejak manusia diciptakan Tuhan yaitu Adam dan Hawa. *Lihat catatan <sup>1)</sup>*

Setelah membaca *Catatan <sup>1)</sup>*. Apakah anda melihat adanya propaganda di situ? Apakah anda setuju dengan pernyataan bahwa pada peristiwa itulah kejadian propaganda yang pertama? Kalau setuju mengapa dan kalau tidak setuju apa pula alasannya?

<sup>1</sup> Setelah Tuhan menciptakan bumi beserta isinya termasuk manusia, kemudian diuraikan dalam KEJADIAN 2:15-17 Tuhan Allah mengambil manusia itu dan menempatkannya dalam taman Eden untuk mengusahakan dan memelihara taman itu. Lalu Tuhan Allah memberi perintah ini kepada manusia: "Semua pohon dalam taman ini boleh kau makan buahnya dengan bebas, tetapi pohon pengetahuan tentang yang baik dan yang jahat itu, janganlah kamu makan buahnya, sebab pada hari engkau memakannya, pastilah engkau mati". Kej.3:1-13 Adapun ular ialah yang paling cerdik dari binatang di darat yang dijadikan oleh Tuhan Allah. Ular itu berkata kepada perempuan itu: "Tentulah Allah berfirman: semua pohon dalam taman ini jangan kamu makan buahnya, bukan?" Lalu sahut perempuan itu kepada ular itu: "Buah pohon-pohon dalam taman ini boleh kami makan, tetapi buah pohon yang ada di ten-

gah-tengah taman, Allah berfirman: Jangan kamu makan ataupun raba buah itu, nanti kamu mati". Tetapi ular itu berkata kepada perempuan itu: "Sekali-kali kamu tidak akan mati, tetapi Allah mengetahui bahwa pada waktu kamu memakannya, matamu akan terbuka, dan kamu akan menjadi seperti Allah, tahu tentang yang baik dan yang jahat". Perempuan itu melihat, bahwa buah pohon itu baik untuk dimakan dan sedap kelihatannya, lagipula pohon itu menarik hati karena memberi pengertian. Lalu ia mengambil dari buahnya dan memakannya dan diberikannya juga kepada suaminya, yang bersama-sama dengan dia dan suaminya pun memakannya. Dan terbukalah mata mereka berdua dan mereka tahu, bahwa mereka telanjang; lalu mereka menyemat daun pohon ara dan membuat cawat. Ketika mereka mendengar bunyi langkah Tuhan Allah, yang berjalan-jalan dalam taman itu pada waktu hari sejuk, bersembunyilah manusia dan isterinya itu terhadap Tuhan Allah di antara pohon-pohonan dalam taman. Tetapi Tuhan Allah memanggil manusia itu dan berfirman kepadanya: "Di manakah engkau?" Ia menjawab: "Ketika aku mendengar, bahwa Engkau ada dalam taman ini, aku menjadi takut, karena aku telanjang; sebab itu aku bersembunyi". Firman-Nya: "Siapakah yang memberitahukan kepadamu, bahwa engkau telanjang? Apakah engkau makan dari buah pohon, yang Kularang engkau makan itu?" Manusia itu menjawab: "Perempuan yang Kautempatkan di sisiku, dialah yang memberi dari buah pohon itu kepadaku, maka kumakan". Kemudian berfirmanlah Tuhan Allah kepada perempuan itu: "Apakah yang telah kauperbuat ini?" Jawab perempuan itu: "Ular itu yang memperdayakan aku, maka kumakan". (Sumber: Alkitab Penuntun Hidup Berkelimpahan, Penerjemah Nugroho Hanani, Cetakan ke delapan, Penerbit Gandum Mas dan Lembaga Alkitab Indonesia, Jakarta, 2004).

### C. KESIMPULAN

Dari paparan yang dikemukakan di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan. Komunikasi merupakan perilaku manusia yang berproses dalam penyampaian isi pernyataan meliputi pikiran, kehendak, atau perasaannya



kepada orang lain, baik secara lisan maupun tertulis, diiringi gerak gerik, sikap tubuh dan mimik, serta lambang-lambang lainnya.

Jika dikaitkan dengan kegiatan komunikasi maka propaganda merupakan bagian dari kegiatan komunikasi. Komunikasi dilakukan dengan berbagai tingkat tujuan. Propaganda merupakan suatu tujuan pencapaian isi pernyataan dalam melakukan komunikasi yaitu agar komunikan memahami isi pernyataan yang disampaikan sesuai dengan keinginan komunikator dan komunikan melaksanakannya untuk kepentingan komunikator. Faktor kepentingan komunikator dalam propaganda menjadi patokan. Untuk mencapai tujuan tersebut, kandungan isi pernyataan bisa berupa fakta atau nonfakta, bisa kebenaran atau kebohongan. Semua isi itu dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang agar menganut suatu keyakinan, sikap, sampai pada arah tindakan tertentu.

Apabila dikaitkan dengan konteks ilmu maka ilmu propaganda merupakan salah satu ilmu praktika dari ilmu komunikasi.

Propaganda mempunyai kajian pokok "How to influence and to control the mind's of men" - Bagaimana mempengaruhi dan menguasai pikiran manusia. Tindakan ini sebagai bagian dari upaya membujuk orang lain agar mengikuti atau melakukan sesuai keinginan propagandis telah dilakukan pada awal penciptaan manusia (*Kisah Adam dan Hawa pada Catatan<sup>1)</sup>*). Sebagai suatu peristilahan, penggunaan kata propaganda diawali pada lingkungan agama Roma Katolik ketika Paus Gregorius XV mendirikan lembaga *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* pada awal abad ke-17. Jadi istilah propaganda lahir dalam upaya penyebaran suatu keyakinan/agama. Namun, pada abad berikutnya propaganda justru lebih banyak digunakan dalam tujuan politik, sehingga propaganda lebih berkembang di bidang politik. \*\*\*

#### DAFTAR PUSTAKA

Ardial. 2009. *Komunikasi Politik*, PT Indeks, Jakarta.

Combs, James E.; Nimmo, Dan. 1994. *Propaganda Baru, Kediktatoran Perundingan dalam Politik Masa Kini*, Penerjemah : Lien Amalia, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Deppen RI. 1995. *Pengetahuan Penerangan Bagi Petugas Penerangan, Proyek Operasi Penerangan*, Kanwil Deppen RI Provinsi Jawa Barat.

Ginting Munthe, Moeryanto. *Konflik Mengenai Blok Ambalat Dalam Perspektif Perang Urat Syaraf*. Jurnal ilmiah COMMUNIQUE Vol 2 No.2 Januari 2006, FISIP, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Hal 13-31.

-----, *Propaganda dan Perang Urat Syaraf (Kasus Invasi AS ke Irak 2003)*. Jurnal IISIP, Edisi 02/Januari 2006, Yayasan kampus Tercinta, Hal 63-82.

Hoeta Soehoet, A.M. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yayasan Kampus Tercinta-IISIP Jakarta.

-----, 2002a. *Teori Komunikasi 1*, Yayasan Kampus Tercinta-IISIP Jakarta.

Malik, Dedy Djamiluddin; Rakhmat, Jalaluddin; Shoelhi, Mohammad. 1993. *Komunikasi Internasional, LP3K dan Remaja Rosdakarya*, Bandung.

Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik komunikator, Pesan, dan Media*, Cetakan keenam, Penerjemah Tjun Surjaman, PT Remadja Rosdakarya, Bandung.

Rakhmat, Jalaluddin. 2002. *Retorika Modern Pendekatan Pendekatan Praktis*, Cetakan kedelapan, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Redaksi. *Ensiklopedia Indonesia Edisi Khusus*, Jilid 5, PT Ichtiar Baru Van Hoeve, Jakarta.

Severin, Werner J; Tankard Jr, James W. 2007. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Edisi Ke-5, Dialihbahasakan oleh Sugeng Hariyanto, Cetakan ke-2, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Tim Editor. 2004. *Alkitab Penuntun Hidup*

- Berkelimpahan*, Penerjemah Nugroho Hananiel, Cetakan kedelapan, Penerbit Gandum Mas dan Lembaga Alkitab Indonesia, Jakarta.
- Tim Redaksi KBBI Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Keempat, cetakan pertama, Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional dan PT Gramedia Pustaka Utama.
- West, Richard; Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* Edisi 3, Buku 1, Penerjemah: Tim Redaksi KBBI Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Keempat, cetakan pertama, Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional dan PT Gramedia Pustaka Utama.

