

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media massa sudah tak dapat dibendung, media massa semakin maju, apalagi pada era informasi sekarang ini, informasi dapat diperoleh melalui media cetak, elektronik dan media interaktif. Kewajaran terhadap pandangan bahwa siapa saja yang menguasai informasi dapat menguasai dunia menjadi semakin lazim. Kemampuan dalam menghimpun, menyeleksi, mengolah dan bijak adalah tuntutan untuk dapat menguasai dan memanfaatkan informasi.

Orang akan mendapatkan informasi itu satu di antaranya melalui media massa, baik cetak maupun elektronik bahkan melalui media interaktif, media *on line* atau sering juga disebut *e-news* dengan terhubung dengan internet. Dengan media ini dunia tampak semakin tanpa batas, khususnya persoalan informasi dan komunikasi yang setiap orang boleh bebas memilih dari mana saja sumber informasi itu. Semakin baik sumber informasi itu maka semakin menjadi pusat perhatian masyarakat.

Media massa pada masyarakat luas dikenal dengan media cetak, media elektronik dan media *on line*. Media cetak terdiri dari surat kabar, majalah dan tabloid, media elektronik terdiri dari radio, televisi. Sementara media *on line* merupakan media yang menggunakan jaringan internet. Menurut para pakar, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (*mass media communication*). Komunikasi yang menggunakan media massa, seperti surat kabar, tabloid, majalah, radio, televisi atau *e news*.

Media massa kini tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat, karena media massa baik cetak maupun elektronik sudah menjadi kebutuhan hidup, mulai dari kota hingga ke pedesaan. Masyarakat memanfaatkan media massa untuk berbagai keperluan sesuai dengan fungsi pers itu sendiri. Menurut Sumadiriya (2008) fungsi pers itu meliputi *to inform* (informasi), *to Educate* (mendidik), *to influence* (koreksi), *to Entertain* (rekreasi) dan *to mediated* (mediasi). Sementara di Indonesia, UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers juga sudah mengatur fungsi media dan pers. Menyampaikan informasi, mendidik, hiburan, dan kontrol sosial menjadi fungsi pers yang sesuai dengan undang-undang tersebut. Paling tidak masyarakat melalui media akan memperoleh fungsi hiburan, pendidikan dan informasi terbaru tentang berbagai hal yang terjadi di belahan dunia sana.

Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan juga berhubungan dengan masyarakat secara umum. Bila berbicara media cetak berarti surat kabar, tabloid dan majalah. *News* dan *Views* adalah pokok dari media massa, sementara foto dan gambar menjadi pelengkapannya. *News* dan *Views* dapat dibedakan berdasarkan dua pendapat ahli. Ras Siregar dalam Chaer (2010) menyatakan bahwa *news* atau berita merupakan ulangan peristiwa yang dituangkan dalam bentuk kata-kata, foto dan gambar menjadi pelengkapannya, atau bisa saja dituangkan dalam bentuk gambar saja. Sementara *views* diartikan Totok Djuroto (2002) sebagai pandangan, pendapat, atau pemikiran yang berasal dari masyarakat, kemudian dimuat di dalam media massa atau pers. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa isi dari media massa adalah berita dan pendapat.

Penyebaran pesan (informasi) sangat bergantung pada media massa dalam kajian komunikasi massa. Bahkan bisa dikatakan pemilihan media massa yang tepat merupakan unsur penting dalam mencapai keefektifan penyampaian pesan (informasi) tersebut. Kesalahan dalam memilih media tentu akan mengakibatkan pesan yang disampaikan kurang tepat.

Penyebaran pesan dalam media massa pada era informasi sekarang ini tidak hanya ditujukan untuk menyampaikan informasi, mendidik, menghibur atau pun melakukan kontrol sosial tetapi juga dimanfaatkan untuk melancarkan propaganda untuk memengaruhi sikap dan perilaku orang lain, karena propaganda merupakan alat untuk menyampaikan pesan dari seseorang, kelompok atau pun kepada masyarakat luas. Sama dengan komunikasi sama-sama bertujuan untuk memengaruhi sikap dan perilaku.

Propaganda adalah sebuah ilmu. Sebagai suatu ilmu, tentu saja dapat digunakan untuk sesuatu yang positif atau bahkan negatif. Hal ini bergantung pada pribadi penggunanya. Kebaikan akan tercipta bila propaganda digunakan oleh orang dengan kepribadian baik. Sebaliknya, propaganda dapat menimbulkan keburukan dan kesengsaraan manakala melekat pada orang yang tidak baik pula. (Nurudin, 2002).

Qualter dalam Nurudin (2002) mengatakan propaganda adalah suatu usaha untuk membentuk, mengawasi, dan mengubah sikap seseorang atau kelompok sesuai dengan tujuan propagandis. Qualter menambahkan bahwa propaganda juga dilakukan dengan sengaja. Sementara media komunikasi adalah alat untuk melancarkan propaganda tersebut.

Propaganda membutuhkan teknik untuk mencapai sasaran dan tujuannya. Teknik tersebut yang akan mengoptimalkan propaganda sesuai dengan harapan propagandis. Ini juga sangat berkaitan erat dengan kelompok sasaran yang dituju. Jika diamati jauh kemampuan propagandis dan kondisi komunikan, lingkungan sosial politik, dan budaya masyarakat akan memengaruhi teknik propaganda yang akan dipakai sehingga propaganda akan semakin efektif.

Berikut beberapa teknik propaganda yang disampaikan oleh Alfred McLung Lee dan Elizabeth Briant Lee (1939) dalam buku *The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches* mengemukakan tujuh teknik propaganda yaitu: *Name Calling, Glittering Generality, Transfer, Testimonial, Plain Folks, Card Stacking and Bandwagon* (Alo Lili Weri, 2011).

Dewasa ini, media massa juga dijadikan salah satu media yang dinilai efektif untuk menyebarkan informasi pembangunan. Hal ini disebabkan oleh keadaan di mana pembangunan itu berkepentingan untuk mensejahterakan rakyat. Tujuan pembangunan tidak dapat dicapai begitu saja, ada banyak faktor yang mendukung tercapainya tujuan pembangunan, salah satunya media massa. Penyebaran informasi pembangunan juga terlihat menggunakan teknik propaganda, hal ini dilakukan dengan pengharapan bahwa tujuan pembangunan dapat disebarluaskan kepada masyarakat Indonesia secara umum.

Lebih lanjut lagi, Indonesia sebenarnya punya empat pilar pembangunan 2045 yang telah dirancang oleh pemerintah, yaitu; (1) Penguasaan IPTEK, (2) Pembangunan Ekonomi berkelanjutan, (3) Pemerataan Pembangunan, (4) pemantapan ketahanan nasional dan tata kelola pemerintah (bappenas.go.id).

Artinya, peneliti akan melihat berita pembangunan itu berdasarkan empat pilar pembangunan yang telah disampaikan oleh pemerintah.

Secara ideal pemberitaan memang diproduksi oleh media yang memberitakannya. Namun, propaganda tidak hanya diproduksi oleh media saja, tetapi juga dilakukan oleh propagandisnya. Dalam hal ini, dilakukan oleh pemangku kepentingan.

Di Indonesia pembangunan yang dilakukan pemerintah dinilai hangat untuk dibicarakan. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan kesejahteraan saja, tetapi juga menyangkut harapan. Pembangunan secara umum tidak akan memberikan manfaat yang berarti kepada masyarakat luas tanpa disebarluaskan informasinya. Untuk itulah media massa dianggap tepat melakukan penyebarluasan informasi pembangunan ini. Sehingga harapan untuk mengubah pengetahuan (kognisi), Perasaan (Afeksi) dan Perilaku (behavioral) pembaca benar-benar dapat diwujudkan, tentunya dengan penggunaan teknik propaganda.

Di antara berita tersebut tentu ada yang viral di media massa. Pemberitaan pembangunan yang viral ini tentu menarik untuk dikaji lebih dalam. Sebab viralnya suatu pemberitaan bisa jadi disusupi oleh berbagai propaganda yang ada. Viralnya suatu berita tentu tidak terjadi begitu saja. Berbagai nilai ada di berita itu.

Biasanya, pemberitaan yang viral tersebut peliputan dan penyanggannya dimulai dari media nasional. Tempo salah satunya, sebagai majalah yang terbit "*mingguan*" tentu punya kesempatan lebih untuk menginformasikan pembangunan secara mendalam. Informasi yang diberikan secara mendalam inilah yang menyebabkan penggunaan teknik propaganda pada pemberitaan pembangunan di majalah Tempo menarik untuk dilihat.

Media massa dapat dibedakan kepada media cetak, media elektronik, dan media dalam jaringan (Cybermedium/Media Online). ketiga jenis media ini tentu dapat melahirkan berita-berita viral. Hanya saja, viral suatu pemberitaan sangat bergantung kepada seberapa luas jangkauan media yang memberitakannya. Sehingga, sangat memungkinkan sekali Tempo -sebagai media cetak- sering kali viral di kalangan masyarakat Indonesia.

Pemilihan Tempo tidak hanya mencakup kepada viral atau tidaknya berita pembangunan ini, tetapi tempo kerap muncul sebagai media yang kritis terhadap pemerintah. Selain itu, data yang lebih komprehensif dan mendalam menjadi daya tarik tempo untuk diteliti.

Pada penelitian ini, selain melihat teknik propaganda yang terdapat pada pemberitaan pembangunan saja, analisis isi (*content analysis*) juga dijadikan alat untuk melihat lebih dalam teknik propaganda yang ada pada berita tersebut. Selain itu, peneliti akan melihat efek komunikasi yang terjadi pada pembaca berita pembangunan di Majalah Tempo.

Untuk menganalisis berita pembangunan di majalah Tempo ini peneliti menggunakan bentuk analisis isi oleh Riffe, Lacy dan Fico (1998) dengan unit analisis: unit fisik, unit sintaksis, unit referensial, unit proposisional dan unit tematik (Eriyanto, 2011). Sementara itu, efek yang terjadi pasca disebarluaskan informasi pembangunan oleh Majalah Tempo juga menarik dikaji. Tidak hanya efek yang berkaitan dengan Kognisi dan Afeksi, efek behavioral juga relevan sekali dengan kajian dan teknik propaganda yang diteliti.

Setiap pemberitaan pembangunan yang ada di majalah Tempo tentu berbeda pada tiap terbitannya. Untuk itu peneliti ingin melihat perbedaan

pemberitaan pembangunan pada 10 terbitan paska dilantiknya Jokowi sebagai presiden pada periode kedua. Hal ini disebabkan dengan asumsi penulis menganggap bahwa 10 terbitan pertama pasca dilantiknya tentu menyajikan berita-berita yang bersifat isu dan ide pembangunan.

Analisis yang dilakukan menggunakan unit pencatatan yang dilakukan berdasarkan fisik dari suatu teks, baik ukuran fisik luas dan panjang berita, ukuran inchi untuk foto berita dan pada halaman berapa ditampilkan foto berita tersebut. Unit sintaktis juga merupakan unit yang akan peneliti lakukan karena unit ini merupakan unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian dari suatu bahasa dari suatu isi.

Untuk menganalisis unit referensial dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis kata-kata yang mirip, sepadan, atau mempunyai arti dan maksud yang sama dicatat sebagai satu dan kesatuan. Untuk melihat unit proposisional peneliti akan menggunakan pernyataan dengan menghubungkan satu kalimat dengan kalimat lain dan menyimpulkan proposisi (pernyataan) yang terbentuk dari rangkaian antar kalimat tersebut. Terakhir peneliti akan menggunakan unit analisis tematik untuk melihat tema atau topik pembicaraan dari suatu teks.

Penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif karena peneliti akan melakukan pengukuran di setiap unit analisis yang telah peneliti jabarkan di atas dengan membandingkan keberagaman isi dan cara pemaparan teknik propaganda yang dilakukan dalam menulis berita dengan menganalisis secara kuantitatif. Oleh sebab itu lah penelitian penting dilakukan.

Berdasar pada latar belakang masalah tersebut di atas maka peneliti merumuskan judul penelitian ini dengan: Analisis Teknik Propaganda Pemberitaan Pembangunan Indonesia di Majalah Tempo.

B. Fokus Penelitian

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas maka peneliti akan merumuskan masalah penelitian ini dengan: Bagaimana analisis teknik propaganda pemberitaan Pembangunan Indonesia di Majalah Tempo?

2. Batasan Masalah.

- a. Penggunaan teknik propaganda pada pemberitaan Pembangunan Indonesia Periode Kedua Kepemimpinan Jokowi di Majalah Tempo.
- b. Analisis Unit fisik, unit Sintaksis, Unit Referensial, Unit Proposisional, dan Unit tematik teknik propaganda pada pemberitaan Pembangunan Indonesia Periode Kedua Kepemimpinan Jokowi di Majalah Tempo.
- c. Efek kognitif, afektif dan behavior (psikomotorik) pembaca Majalah Tempo.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi penggunaan teknik propaganda pada pemberitaan Pembangunan Indonesia Periode Kedua Kepemimpinan Jokowi di Majalah Tempo.
2. Mengidentifikasi unit fisik, unit sintaksis, unit referensial, unit proposisional, dan unit tematik teknik propaganda pada pemberitaan Pembangunan Indonesia Periode Kedua Kepemimpinan Jokowi di Majalah Tempo.

3. Mengetahui efek kognitif, afektif, dan behavior (psikomotorik) pembaca Majalah Tempo

D. Manfaat Penelitian

1. Secara metodologi, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ragam penelitian pada media dengan menggunakan metode analisis isi secara kuantitatif.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk melakukan propaganda dengan berbagai teknik secara persuasif kepada kelompok sasaran.

E. Operasionalisasi Konsep

1. Analisis isi adalah suatu teknik penelitian ilmiah. Gambaran karakter isi, inferensi isi, dan identifikasi isi komunikasi yang tampak (manifest) adalah tujuan analisis itu sendiri. .
2. Teknik Propaganda adalah teknik komunikasi yang menginginkan partisipasi aktif dalam tindakan seseorang atau kelompok tercipta. Sementara propagandis yang melakukan propaganda akan melakukan manipulasi psikologis terhadap massa.
3. Pemberitaan pembangunan Indonesia adalah berita yang disajikan kepada khayalak yang berkaitan dengan pembangunan Indonesia.
4. Efektifitas Komunikasi Massa yang senantiasa bicara kepada tiga bentuk saja, efek kognitif, afektif dan psikomotorik.

Dengan demikian yang peneliti maksudkan dengan judul tersebut di atas adalah gambaran dari isi komunikasi yang dilakukan untuk mengidentifikasi

berita-berita tentang teknik propaganda yang disajikan pada pemberitaan Pembangunan Indonesia Periode Kedua Kepemimpinan Jokowi di Majalah Tempo.

