

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Seiring berkembangnya politik massa, perluasan keterlibatan masyarakat atau objek dalam masalah politik, serta hubungan pribadi yang luas di antara masyarakat berbagai bangsa, dimensi psikologi dan opini masyarakat mengenai politik luar negeri menjadi semakin penting. Sekarang, dengan terkelompoknya masyarakat dalam berbagai kelas sosial, gerakan dan kelompok kepentingan, masyarakat memainkan peranan penting dalam menetapkan tujuan politik luar negeri serta menentukan sarana yang akan digunakan dalam mencapai atau mempertahankan tujuan yang telah ditetapkan, dan akhirnya masyarakat menjadi sarana persuasi. Hal ini membuat hubungan antarnegara tidak hanya berorientasi pada hal yang dikategorikan sebagai *high politics* saja akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu, topik yang dibahas bukan lagi hanya soal ekonomi dan politik tapi mulai merambah ke hal-hal lain seperti musik, *fashion*, olahraga, maupun film.¹

¹Charles W. Kegley dan Eugene R. Wittkopf, *World politics : Trend and Transformation*(New York:St Martin Press,1997) 4-6,

Seiring perkembangan teknologi serta ditemukannya televisi, media film pertama kali digunakan sebagai alat propaganda pada tahun 1927.² Film dianggap sebagai alat propaganda yang efektif dibanding media-media propaganda lainnya, karena memiliki kemampuan yang membuat penonton mengalami suatu keadaan secara visual dan merasakan efek dari kegiatan tersebut. Hal ini didukung dengan filosofi mengenai film oleh Berys Gaut berpendapat bahwa film memberikan suatu ilusi yang membuat penonton merasa berada di dalamnya (filosofi realisme). Film sendiri dapat membuat penonton berimajinasi, merupakan fenomena waktu, menjadi tempat serta pergerakan yang unik sehingga penonton merasa hal tersebut menari, dan film merupakan bahasa yaitu media dalam menyampaikan pesan (*pictorial language*).³

Film sebagai salah satu bentuk media massa dipandang mampu memenuhi permintaan dan selera masyarakat akan hiburan saat penat menghadapi aktivitas hidup sehari-hari. Salah satu produk seni dan budaya yang dapat mengangkat cerita-cerita untuk “mengomunikasikan” suatu kejadian dan fenomena

² Garth Jowett dan Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion* (London: SAGE Publication, 2006) 120, diakses Oktober 12, 2020,

³ Berys Gaut, “Analytic Philosophy of Film: History, Issues, Prospect,” *Analytic Philosophy* 38, no. 3 (1997): 145 dikutip dalam Putiviola Elian Nasir, “Dominasi Maskulinitas dalam Militer: Analisis Konstruksi Budaya terhadap Gender dalam Militer melalui Film Perang”, *Andalas Journals of International Studies* vol.3 no.2, (2014)

lingkungan di mana ia dibuat adalah film.⁴ Dalam hubungan internasional, film sering digunakan sebagai media dalam menyampaikan propaganda ataupun diplomasi untuk menciptakan suatu citra yang baik untuk negara sendiri atau sebagai alat untuk menyerang citra negara lain.⁵ Film bisa menjadi representasi pengenalan nilai dan budaya serta perbaikan citra suatu negara terhadap suatu kondisi yang menyebabkan *image* / citra suatu negara dianggap buruk.⁶

Semenjak berakhirnya Perang Dunia II, Amerika Serikat menjadi negara yang cukup sering melakukan propaganda melalui film untuk menghilangkan ancaman-ancaman yang ada di dalam negeri seperti aksi demonstrasi serikat buruh yang menentang pemerintah dan kebebasan pers yang mengganggu politik pemerintahan. Amerika Serikat juga membuat propaganda untuk menaikkan citra diri sendiri dan juga memperburuk citra negara lain.⁷ Amerika Serikat semakin didukung dengan adanya industri film yang berbasis di kota Hollywood.⁸ Setelah peristiwa serangan teroris 9/11, pemerintah Amerika Serikat mengadakan

⁴ Denis McQuail's, *Mass Communication Theory*, 6th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2011) 157, diakses Oktober 13, 2020,

⁵ Mohammad Shoelhi, *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012) 10,

⁶ Sofia Trisni, Putiviola Elian Nasirdan Abdul Halim, *Diplomasi Sebuah Pengenalan Awal* (Malang: International Research and Development for Human, 2019) 222-223

⁷ Noam Chomsky, *Politik Kuasa Media* (Yogyakarta: Jalan Baru, 2017) 68,

⁸ "Where is Hollywood?," WorldAtlas, Desember 4, 2018, diakses Oktober 12, 2020, <https://www.worldatlas.com/articles/which-city-is-hollywood-in.html>

pertemuan dengan para insan perfilman Hollywood. Pertemuan yang diadakan di Peninsula Hotel, Beverly Hills tersebut dihadiri oleh Karl Rove, yang merupakan penasihat politik utama Presiden George W. Bush dan para petinggi studio industri perfilman Amerika Serikat seperti Warner Bros, Twentieth Century Fox, Columbia Pictures, dan studio industri besar lainnya. Agenda dari pertemuan tersebut adalah himbauan pemerintah Amerika Serikat untuk mendorong industri perfilman untuk turut berperan dalam perang melawan teroris. Pertemuan ini memberikan gambaran tentang adanya suatu hubungan antara pemerintah Amerika Serikat dan industri perfilman Hollywood untuk menyebarkan propaganda yang sesuai dengan keinginan pemerintah Amerika Serikat.⁹

Salah satu film yang syarat akan propaganda dan menjadi kontroversi adalah film “The Interview”, yang mana film ini membuat hubungan antara Amerika Serikat dan Korea Utara memanas. Setelah penayangan *trailer*, film yang diproduksi oleh Sony Pictures ini mendapatkan kecaman dari Pemerintah Korea Utara. Bahkan Obama dan Kim Jong Un harus turun tangan sendiri untuk memberikan komentar mengenai film ini. Menurut Scott Snyder yang merupakan direktur program kebijakan AS-Korea di Council on Foreign Relations (CFR),

⁹Chairun Rahmi, “Persepsi Mahasiswa Universitas Mulawarman Terhadap Image Amerika Serikat Yang Dibangun Melalui Film The London Has Fallen”, *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, Volume 5, No 4, (2017): 1411-1412

film *The Interview* merupakan propaganda yang mencoba menggambarkan kepemimpinan Korea Utara yang mulai mengancam posisi Amerika Serikat sebagai bahan lelucon dan mengaburkan perilaku mengancam Korea Utara yang terus berkembang, Snyder menganggap Hollywood menggunakan propaganda ini sebagai langkah yang baik dalam strategi pemasaran mereka.¹⁰ Dalam kasus *The Interview*, tokoh Kim Jong Un digambarkan sebagai representasi xenofobik dari seorang “Diktator Asia”, dengan dibalut budaya populer sehingga dapat memperhalus penggambaran hiperbola yang ada.¹¹

Pada 24 Desember 2014, Sony Entertainment selaku distributor *The Interview* mendapatkan serangan berupa peretasan yang dilakukan oleh kelompok bernama “Guardian of Peace” yang dipercaya Amerika sebagai pihak Korea Utara, ini sempat membuat kehebohan dan akibat peretasan ini membuat film ini gagal diputar di layar lebar. Presiden Amerika Serikat pada saat itu, Barack Obama, mengatakan Sony Pictures membuat kesalahan dengan memilih untuk tidak merilis *The Interview*. “*We cannot have a society that change their behavior patterns because of the possibility of a terrorist attack. That's who we are, and*

¹⁰Scott A. Snyder, “The Interview and Its Challenge to North Korea’s Leadership,” Council On Foreign Relations, Desember 17, 2014, diakses Februari 1, 2021, <https://www.cfr.org/blog/interview-and-its-challenge-north-koreas-leadership>

¹¹Robert A. Saunders, “The Interview and the Popular Culture-World Politics Continuum,” E-International Relation, Desember, 2014, diakses Februari 1, 2021, <https://www.e-ir.info/pdf/53619>

that's what America is.” kata Obama¹². Lebih lanjut, Obama mengaku akan merespons serangan siber terhadap Sony Pictures, tanpa menjelaskan secara rinci tentang respons apa yang akan diberikan. *“We will respond proportionately and we'll respond in a place and time and manner that we choose.”* ujarnya.¹³

Perwakilan Korea Utara di Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB), Kim Song mengajukan protes dan menganggap film tersebut sebagai penghinaan terhadap Korea Utara. Pada tanggal 20 Desember 2014, Korea Utara menyampaikan undangan kepada Amerika Serikat untuk melakukan penyelidikan bersama terkait peretasan yang terjadi. Hal ini direspon oleh jebir Departemen Luar Negeri Amerika Serikat, Marie Harf yang mengatakan jika Korea Utara ingin membantu Amerika Serikat, mereka dapat meminta maaf dan memberi ganti rugi yang diperkirakan mencapai USD\$100 juta. Pada 23 Desember 2014, Sony Pictures Entertainment mengumumkan akan merilis film *The Interview* pada 25 Desember 2014 di bioskop manapun yang ingin memutarinya. Sony Pictures Entertainment merilis *The Interview* secara online pada 24 Desember 2014. Setelah rilis pada

¹²"Yes, I think they made a mistake, President Obama on Sony Hack," C-SPAN pada Youtube Video,04:35, Desember 1, 2020, diakses Februari 1, 2021,

¹³"Yes, I think they made a mistake, President Obama on Sony Hack," C-SPAN pada Youtube Video,06:37, Desember 1, 2020, diakses Februari 1, 2021,

layanan streaming, akhirnya pada 25 Desember 2014, *The Interview* rilis di bioskop Amerika Serikat.¹⁴

Hollywood mengeluarkan ratusan bahkan sampai ribuan film setiap tahunnya akan tetapi film *The Interview* yang mengandung propaganda berhasil menarik perhatian berbagai pihak mulai dari presiden Amerika Serikat hingga pemerintah Korea Utara dan bahkan menyebabkan peretasan. Melihat besarnya perhatian dan pengaruh yang ditimbulkan membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana Propaganda Amerika Serikat terhadap Korea Utara melalui film *The Interview*.

1.2 Rumusan Masalah

Film menjadi media yang dianggap sangat efektif dalam menyebarkan propaganda karena film dapat memberikan pengalaman kepada penonton secara visual dan membuat penonton merasakan efek tersebut. Amerika Serikat merupakan negara yang sering memproduksi film bermuatan propaganda melalui Hollywood. *The Interview* merupakan film produksi Hollywood yang dirancang dengan muatan propaganda di dalamnya, hingga terbentuklah sebuah alur cerita

¹⁴Lamsinar Septian Siboro Dewi Triwahyuni, "Cyber Warfare antara Amerika Serikat dan Korea Utara dalam Kasus Film *The Interview* oleh Sony Pictures Entertainment," Universitas Komputer Indonesia, (2015):6, diakses Desember 7, 2020, https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/788/jbptunikompp-gdl-lamsinarse-39360-1-unikom_4-i.pdf

yang kontroversial sehingga pada hari perilisannya saja studio sebesar Sony Entertainment sudah diretas oleh *hacker* yang berasal dari Korea Utara bernama “The Guardian of Peace”, akibat peretasan ini membuat film ini gagal diputar di layar lebar. Korea Utara tidak mengakui bahwa ini merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemerintahnya akan tetapi negara tersebut membenarkan aksi ini. Respon resmi dari pemerintah Korea Utara pun sudah ada dengan menyampaikan protes keras melalui PBB dan menganggap film tersebut sebagai penghinaan terhadap Korea Utara.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari tulisan yang berjudul “Propaganda Amerika Serikat terhadap Citra Korea Utara melalui Film “The Interview”, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana propaganda Amerika Serikat terhadap citra Korea Utara Melalui film The Interview?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana propaganda Amerika Serikat terhadap citra Korea Utara yang ada dalam film The Interview.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua jenis manfaat, yaitu manfaat secara akademis dan praksis. Manfaat secara akademis dan praksis yang dimaksud yaitu sebagai berikut.

1. Akademis

Agar dapat menambah referensi dan kepustakaan Ilmu Hubungan Internasional maupun ilmu-ilmu lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, yaitu mengenai propaganda melalui film terhadap citra negara lain.

2. Praksis

Agar penelitian ini dapat dibaca oleh masyarakat yang ingin memahami mengenai propaganda melalui film terhadap citra negara lain.

1.6 Studi Pustaka

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menggunakan penelitian yang ditulis oleh M.Elfan Kaukab dan Atinia Hidayah yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Amerika Serikat dalam Memanfaatkan Hollywood sebagai Media untuk Memperkuat Dominasi Global: Tinjauan Film Black

Panther”.¹⁵Dalam penelitian ini dijelaskan tentang upaya Amerika Serikat dalam mengkonstruksi citra sebagai pihak yang dominan dalam dunia, pesan-pesan tersebut dikomunikasikan melalui film Hollywood yang berjudul Black Panther. Menurut penelitian ini, Amerika Serikat mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam propaganda. Selain media massa, produk-produk film Hollywood menjadi alat komunikasi politik bagi negara adidaya ini. Media hiburan ini berfungsi memengaruhi ketertarikan dan preferensi masyarakat global. Film-film yang ditawarkan secara terus menerus ditujukan untuk membuat konstruksi sosial dengan cara menciptakan realitas baru yang kemudian dipercaya oleh penonton. Hasil dari penelitian ini adalah tingginya peran media massa dalam merekonstruksi kondisi sosial global oleh Amerika Serikat yang berupaya menempatkan dominasi dan pengaruhnya secara global melalui propaganda film Hollywood. Dalam tulisan ini menjelaskan tentang bagaimana Amerika Serikat mencoba mendominasi dunia dengan Hollywood, sehingga tulisan ini berkontribusi bagi penulis dalam menggambarkan hubungan pemerintah Amerika Serikat dan Hollywood dalam memproduksi film.

¹⁵M. Elfan Kaukab dan Atinia Hidayah, “Strategi Komunikasi Politik Amerika Serikat dalam Memanfaatkan Hollywood sebagai Media untuk Memperkuat Dominasi Global: Tinjauan Film Black Panther”, *Resolusi Vol. 3 No. 2*, (2020)

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menggunakan penelitian yang ditulis oleh Hari Suryanto dan Mariani Amri yang berjudul “Film as Cultural Diplomation Assets”¹⁶ sebagai referensi kedua. Dalam tulisan ini dijelaskan bahwa difusi budaya melalui diplomasi merupakan jalan yang dapat mendialogkan nilai yang terkandung dalam budaya kepada masyarakat yang lebih luas. Film terdiri dari dua unsur yaitu, unsur naratif sebagai pembangun cerita yang terbingkai dalam tema untuk mempertajam pesan cerita dan unsur sinematik yang memberikan dukungan audio visual lebih jelas dan detail. Kemampuan film untuk berdiplomasi dalam mengomunikasikan nilai budaya bangsa ini sudah tidak diragukan lagi. Film merupakan gabungan dari berbagai bidang seni yang bermuara menjadi satu serta didukung oleh teknologi sehingga film memiliki kemampuan untuk menjadi media komunikasi yang efektif di era sekarang ini. Artikel ini penulis anggap relevan dengan penelitian ini dikarenakan dapat membantu penulis menemukan korelasi antara film dan studi Hubungan Internasional.

Ketiga, penulis menggunakan tulisan dari Ahmad Zakiyuddin yang berjudul Teknik Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat (Studi kasus pada

¹⁶Hari Suryanto dan Mariani Amri, “Film as Cultural Diplomation Assets”, *Capture vol.9 No2*, (2018)

Kampanye Pemilu 2014 di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat)¹⁷. Dalam tulisan ini dijelaskan tentang bagaimana teknik-teknik propaganda yang biasa digunakan dalam dunia politik yang mana dibagi ke dalam tujuh komponen yaitu *name calling, glittering generalities, transfer, testimonials, plain folk, card stacking, dan bandwagon*. Menurut tulisan ini Ada beberapa teknik propaganda (politik) yang dikenal sejak lama, yaitu sebagai hasil penelitian Lembaga Analisis Propaganda, tentang propaganda yang berlangsung selama perang dunia II. Lembaga tersebut merangkum tujuh macam teknik propaganda, yang memanfaatkan kombinasi kata, tindakan, dan logika untuk tujuan persuasif (negatif). Sementara Dalam bukunya Dan Nimmo juga mengulas 7 teknik propaganda penting yang memanfaatkan kombinasi kata, tindakan dan logika untuk tujuan persuasif Artikel ini penulis anggap relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan karena dalam isi dalam penelitian ini membantu penulis untuk mengolah data dan menganalisis adegan propaganda dalam film.

Keempat, penulis menggunakan penelitian dari Robert A. Saunders yang berjudul “The Interview and the Popular Culture-World Politics Continuum”.¹⁸

¹⁷Ahmad Zakiyuddin, “Teknik Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat (Studi kasus pada Kampanye Pemilu 2014 di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat)”, *Jurnal Academia Praja* Volume 1 Nomor 1 (Februari 2018)

¹⁸Robert A. Saunders, “The Interview and the Popular Culture-World Politics Continuum,” *E-International Relation*, Desember, 2014, diakses Februari 1, 2021, <https://www.e-ir.info/pdf/53619>

Dalam penelitian ini dijelaskan tentang bagaimana budaya populer dapat dijadikan suatu instrumen kebijakan hingga dapat mempengaruhi hubungan luar negeri. Penelitian ini menggunakan film *The Interview* sebagai objek kajian terkait budaya populer yang dijadikan sebagai instrumen kebijakan negara sehingga dapat memberikan berbagai dampak. Penelitian ini penulis anggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan karena tulisan ini dapat menggambarkan bagaimana pengaruh dari film *The Interview* terhadap situasi kedua negara yaitu Amerika Serikat dan Korea Utara.

Kelima, penulis menggunakan tulisan karya Jonathan D. Pollack yang berjudul “The United States, North Korea, And The End of The Agreed Framework”.¹⁹ Dalam penelitian ini dijelaskan tentang dinamika dari hubungan bilateral antara Korea Utara dengan Amerika Serikat. Sejak jaman Presiden Clinton Amerika Serikat sudah mulai melakukan berbagai hubungan dengan Korea Utara hingga upaya denuklirisasi Korea Utara dilakukan pada zaman Presiden Bush. Tulisan ini penulis anggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan karena dapat membantu penulis dalam menjelaskan sejarah hubungan Korea Utara dengan Amerika Serikat.

¹⁹Jonathan D. Pollack, “The United States, North Korea and The End of The Agreed Framework,” *Naval War College Review* 56, no. 3 (2003): 2-41, diakses Februari 1, 2021, <https://digital-commons.usnwc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2242&context=nwc-review>

1.7 Kerangka Konseptual

Dalam mengamati kasus pada penelitian ini penulis menggunakan kerangka konsep yaitu Propaganda. konsep ini digunakan sebagai alat analisis penulis dalam menjelaskan permasalahan penelitian yang diangkat.

1.7.1 Propaganda

Berdasarkan definisi tentang konsep propaganda dari berbagai ahli, penulis menggunakan pendapat dari Harold D. Lasswell yang menjelaskan tentang konsep propaganda melalui bukunya yang berjudul “Propaganda Technique In The World War”. Dalam bukunya ia mengatakan bahwa :”Propaganda adalah semata-mata kontrol opini yang dilakukan melalui simbol-simbol yang mempunyai arti, atau menyampaikan pendapat yang kongkrit dan akurat (teliti), melalui sebuah cerita, rumor, laporan, gambar-gambar dan bentuk-bentuk lain yang bisa digunakan dalam komunikasi sosial.”²⁰

Penulis menggunakan Teknik Propaganda yang dikembangkan oleh pengamatan *Institute of Propaganda Analysis*. Dalam Hubungan Internasional telah dikembangkan suatu konsep oleh Yale University untuk membantu masyarakat dalam menganalisis serta mendeteksi propaganda di Amerika

²⁰ Nurudin, *Komunikasi Propaganda* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001) 10, diakses Februari 1, 2021, <https://inlisite.ipb.ac.id/opac/detail-opac?id=48448>

Serikat.²¹ Berdasarkan konsep ini, propaganda dapat terdiri dari tujuh komponen yaitu *name calling*, *glittering generalities*, *transfer*, *testimonials*, *plain folk*, *card stacking*, dan *bandwagon*.²²

Name calling adalah teknik propaganda yang memberikan suatu penamaan yang buruk terhadap suatu individu, kelompok, ataupun gagasan dengan simbol yang negatif dalam propagandanya. Hal ini dilakukan untuk menjatuhkan suatu pihak agar target yang terkena propaganda memiliki persepsi yang buruk terhadap pihak tersebut. Penamaan buruk tidak selalu berbentuk kata kasar akan tetapi juga dapat berbentuk kata halus, selama kata-kata tersebut memiliki konotasi yang negatif.

Glittering generalities, merupakan kebalikan dari *name calling*. Jika *name calling* memberikan penamaan yang buruk terhadap suatu individu atau kelompok, maka teknik *glittering generalities* justru memberikan penamaan yang bagus terhadap suatu individu atau kelompok. Tujuannya adalah agar target

²¹Nurudin, 33.

²²Institute for Propaganda Analysis, "How to Detect Propaganda," *Bulletin of the American Association of University Professors* 24, no.1 (1938): 49-55, diakses Desember 14, 2020, <https://www.jstor.org/stable/40219502>

propaganda dapat mempercayai informasi yang diberikan tanpa mempertanyakan kebenaran dari hal tersebut apakah itu fakta atau kebohongan.²³

Transfers merupakan teknik propaganda dengan cara memanfaatkan dukungan, otoritas, dan wewenang dari suatu objek yang dihormati serta dipercaya oleh khalayak ramai yang bertujuan untuk menyebarkan agenda tertentu, dengan adanya otoritas dan wewenang membuat target propaganda menjadi lebih mudah untuk terkena propaganda. Seperti contoh, penggunaan agama atau intitusi dalam propaganda akan membuat propaganda lebih mudah untuk dipercaya orang ramai.

Testimonials merupakan teknik yang digunakan oleh propagandis dengan menggunakan suatu pernyataan seseorang maupun kelompok yang merupakan sosok yang dipercaya masyarakat, seperti presiden, artis, pemuka agama, akademisi. Dengan menggunakan kalimat dari figur tersebut Propagandis akan lebih muda dalam menyampaikan agendanya. Kalimat “menurut.....” berdasarkan pendapat profesor....” adalah contoh kalimat yang termasuk penerapan *testimonial*.²⁴

²³Mohammad Shoelhi, *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional*(Bandung: Simbiosia Rekatama Media,2012) 10, diakses Oktober 13, 2020, <https://www.onesearch.id/Record/IOS3107.UMS:53423>

²⁴Mohammad Shoelhi, 10.

Plain folks adalah teknik yang digunakan propagandis untuk menunjukkan suatu kesederhanaan dari propagandis atau biasa kita sebut sebagai “pencitraan”. Penguasaan aspek psikologis merupakan aspek krusial dalam penggunaan teknik ini dengan menarik simpati dan empati dari target. Contoh paling sederhana adalah ketika akan diadakan pemilu kandidat akan membaaur bersama masyarakat untuk menarik simpati.²⁵

Teknik *card stacking* digunakan propagandis dengan cara menggunakan semua kebohongan dalam melancarkan aksi propagandanya. Propagandis berusaha mempercayakan fakta yang telah disusun sebelumnya sehingga fakta yang sebenarnya menjadi menjadi terabaikan. Cara penyebaran yang dilakukan lebih ke arah persuasif. Selain menggunakan strategi yang telah disebutkan sebelumnya, terkadang propagandis membuat sebuah isu sebagai pengalihan dari isu utama.²⁶

Teknik yang terakhir adalah *bandwagon*. Pada teknik ini propagandis menggunakan identitas suatu komunitas sebagai alat propaganda. Dalam melancarkan penyebaran propagandanya, propagandis menggunakan media massa maupun acara-acara yang bisa mengumpulkan massa yang banyak dan bisa menyampaikan propagandanya secara langsung kepada sasaran. Propagandis juga

²⁵Mohammad Shoelhi, 62.

²⁶ Mohammad Shoelhi, 63.

membuat sebuah isu yang bisa menarik target untuk mendatangi acara yang akan digunakan sebagai acara penyebaran agenda yang akan disebar. Teknik ini merupakan suatu upaya untuk mengumpulkan mayoritas pendukung sebanyak-banyaknya sehingga minoritas akan menjadi sasaran yang mudah untuk menjadi target propaganda.²⁷

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²⁸ Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan pendekatan *content analysis*. Definisi *content analysis* menurut Bernald berelson adalah “*a research technique for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of communication*”.²⁹ Metode *content analysis* atau analisis isi adalah suatu metode untuk menganalisis isi dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi

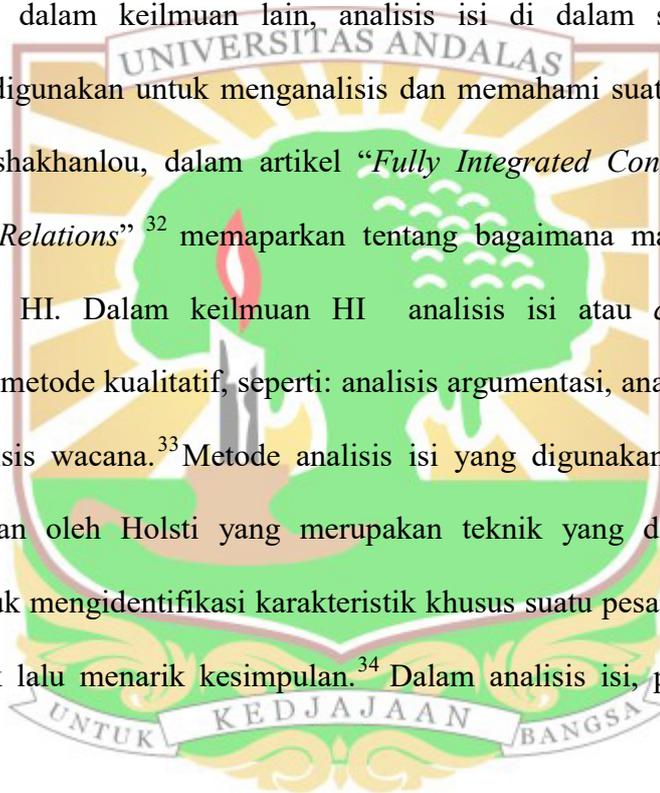
²⁷ Mohammad Shoelhi, 65.

²⁸ Robert C. Bogdan and Sari Knopp Biklen, *Qualitative Research For Education: An Introduction to Theories and Methods* (Boston: Ally and Bacon 1992) 25, diakses Desember 10, 2020, <https://onsearch.id/Record/IOS2862.UNMAL000000000029119>

²⁹ Carl W. Robert, “Content Analysis A method in Social Science Research” , *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (2015):769-773

perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.³⁰ Sedangkan menurut Berelson, yang kemudian diikuti oleh Kerlinger, analisis isi didefinisikan sebagai suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis.³¹

Seperti dalam keilmuan lain, analisis isi di dalam studi Hubungan Internasional digunakan untuk menganalisis dan memahami suatu konten. Arash Heydarian Pashakhanlou, dalam artikel “*Fully Integrated Content Analysis in International Relations*”³² memaparkan tentang bagaimana masuknya analisis konten dalam HI. Dalam keilmuan HI analisis isi atau *content analysis* menggunakan metode kualitatif, seperti: analisis argumentasi, analisis naratif, dan terutama analisis wacana.³³ Metode analisis isi yang digunakan adalah metode yang digunakan oleh Holsti yang merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian untuk mengidentifikasi karakteristik khusus suatu pesan secara objektif dan sistematis lalu menarik kesimpulan.³⁴ Dalam analisis isi, penelusuran teks



³⁰J. Vredenburg, *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1978):67

³¹Richard Budd, *Content Analysis of Communication*, (New York: The Mac Millan Company, 1969): 2

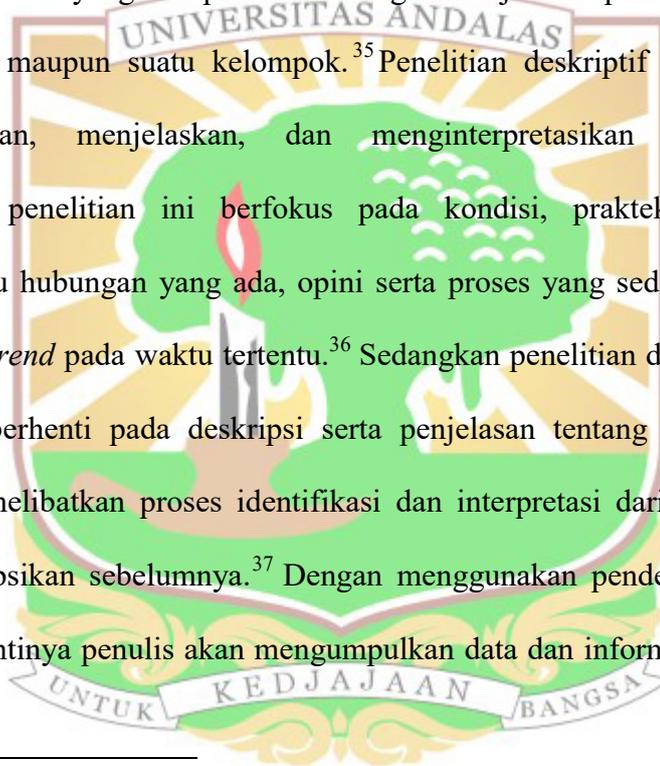
³²A. H. Pashakhanlou. “Fully integrated content analysis in international relations.” *International Relations Vol.31 No.4*,(2017)

³³Arry Bainus dan Junita Budi Rachman. “Linguistic Turn dalam Hubungan Internasional.” *Intermestic: Journal of International Studies Vol.4, No. 1*, (2019): 3

³⁴ Mohtar Mas’oed, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi*, (Jakarta: LP3ES, 1990), 68.

lebih dari sekadar kajian teori dan metodologi, analisis isi sekaligus memanfaatkan sumber kepustakaan atau dokumentasi sebagai kajiannya.

Penulis juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analisis, dimana tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk menghasilkan sebuah kesimpulan yang komprehensif mengenai kejadian spesifik yang dialami oleh individu maupun suatu kelompok.³⁵ Penelitian deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi kontemporer, penelitian ini berfokus pada kondisi, praktek, struktur dan perbedaan atau hubungan yang ada, opini serta proses yang sedang berlangsung atau menjadi *trend* pada waktu tertentu.³⁶ Sedangkan penelitian deskriptif analisis tidak hanya berhenti pada deskripsi serta penjelasan tentang kondisi semata, namun juga melibatkan proses identifikasi dan interpretasi dari data-data yang telah dideskripsikan sebelumnya.³⁷ Dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis ini nantinya penulis akan mengumpulkan data dan informasi terkait topik



³⁵ Vickie A. Lambert dan Clinton E. Lambert, "Qualitative Descriptive Research: An Acceptable Design," *Pacific Rim International Journal of Nursing Research* 16, no. 4 (2012): 4, diakses Desember 10, 2021, <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/PRIJNR/article/view/5805>

³⁶ Hossein Nassaji, "Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis," *Language Teaching Research* 19, no.2 (2015): 129-132, diakses Maret 13, 2021, <https://doi.org/10.1177/1362168815572747>

³⁷ Robert C. Bogdan and Sari Knopp Biklen, *Qualitative Research For Education: An Introduction to Theories and Methods* (Boston: Ally and Bacon 1992) 30, diakses Desember 10, 2020, <https://onsearch.id/Record/IOS2862.UNMAL000000000029119>

penelitian yang ada, data tersebut kemudian dideskripsikan menjadi sebuah deskripsi yang jelas dan selanjutnya analisa dan identifikasi terhadap deskripsi data tersebut, sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini adalah deskripsi, analisa dan identifikasi propaganda Amerika Serikat terhadap citra Korea Utara melalui film “The Interview”.

1.8.1 Batasan Penelitian

Dalam tulisan ini, peneliti membatasi permasalahan pada propaganda yang dilakukan Amerika Serikat melalui film The Interview. Batasan waktu dari penelitian ini adalah tahun 2014, pemilihan batasan waktu ini berdasarkan bahwa pada tahun 2014 adalah berdasarkan tahun perilisasi dari film tersebut .

1.8.2 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis atau variabel dependen merupakan objek kajian yang perilakunya akan dijelaskan, dideskripsikan, dan diramalkan sebagai akibat dari variabel lain. Variabel yang dapat mempengaruhi perilaku variabel dependen atau unit analisa disebut dengan variabel independen atau unit eksplanasi. Tingkat analisa merupakan unit yang menjadi landasan keberlakuan pengetahuan tersebut. Dari penjelasan di atas, unit analisis dalam penelitian ini, adalah propaganda

Amerika Serikat terhadap citra Korea Utara. Sementara itu, unit eksplanasi dalam penelitian ini adalah film *The Interview* dan tingkat analisisnya adalah negara.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini didapatkan dengan melakukan studi pustaka yang umumnya merupakan data sekunder. Data sekunder tersebut penulis dapatkan melalui studi literatur (*library research*) yang terdapat dalam beberapa sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, makalah, *website*, majalah, media elektronik maupun dokumen-dokumen terkait dengan isu yang dibahas peneliti. Salah satu data sekunder yang penulis gunakan berasal dari buku Mohammad Shoelhi yang berjudul "*Propaganda Dalam Komunikasi Internasional*". Dari buku tersebut diperoleh data berupa indikator-indikator dan konsep yang digunakan dalam menentukan bagaimana dan apa saja bentuk propaganda yang ada dalam film yang akan diteliti, sehingga dapat membantu penulis dalam menjawab pertanyaan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan studi dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data, data tersebut diperoleh langsung dari file video mp4 film *The Interview* yang kemudian akan dieksplorasi sesuai rumusan masalah.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, penjabaran unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, kemudian memilih hal penting dan membuat kesimpulan.³⁸ Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini, penulis menggunakan teknik analisis berdasarkan kerangka konsep dan indikator yang menjadi alat bedah. Analisa data merupakan proses keberlanjutan yang membutuhkan penelusuran data-data yang telah didapatkan secara mendalam.

Dalam mengolah data, peneliti akan memilah-milah informasi yang didapatkan dengan seksama dan akan memilih sumber-sumber yang relevan sehingga dapat menjelaskan isu yang dibahas peneliti. Setelah mendapatkan data-data yang relevan, selanjutnya peneliti akan menyusun data-data tersebut secara terstruktur agar dapat memudahkan penulis untuk menjawab serta menganalisis studi yang sedang dikaji.

Teknik analisis yang penulis gunakan dalam menganalisa data adalah dengan analisis isi deskriptif. Analisis isi deskriptif merupakan analisis isi yang

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2006) 17-18, diakses November 20, 2019, <http://digilib.unila.ac.id/916/10/BAB%203.pdf>

digunakan untuk menggambarkan secara rinci suatu pesan atau suatu teks tanpa harus menguji suatu hipotesis tertentu. Tujuannya adalah untuk mengetahui isi dari data yang diperoleh. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah film The Interview, yang mana setelah film diamati kemudian penulis memetakan secara deskriptif isi dari tiap-tiap adegan dalam film Interview yang mengandung unsur propaganda berdasarkan konsep dan indikator dari propaganda.

Tabel 1.2 Adegan dalam Film dan Komponen Propaganda

NO	Adegan		Indikator	Bukti	Kesimpulan
	Penggalan	Menit			
1	Adegan 1	Kesekian	Memenuhi ...indikator dari komponen	<ul style="list-style-type: none"> • Bukti 1:Adanya... • Bukti 2: pengambaran.... • Dst 	Maka ini termasuk kedalam(salah satu dari tujuh komponen)
2	Adegan 2	Kesekian	Memenuhi ...indikator dari komponen	<ul style="list-style-type: none"> • Bukti 1:Adanya... • Bukti 2: pengambaran.... • Dst 	Maka ini termasuk kedalam(salah satu dari tujuh komponen)
Dst	Adegan ...	Kesekian	Memenuhi ...indikator dari komponen	<ul style="list-style-type: none"> • Bukti 1:Adanya... • Bukti 2: pengambaran.... Dst 	Maka ini termasuk kedalam(salah satu dari tujuh komponen)

Sumber : Olahan peneliti

Dalam menganalisis data penulis akan melakukan analisis isi terhadap film berdasarkan kerangka konseptual dari propaganda. Penulis akan mengumpulkan adegan film yang bermuatan propaganda lalu mengelompokkan adegan tersebut ke dalam tujuh komponen yaitu *name calling*, *glittering generalities*, *transfer*, *testimonials*, *plain folk*, *card stacking*, dan *bandwagon* berdasarkan pemenuhan indikator untuk setiap komponen. Adegan-adegan tersebut akan dideskripsikan berdasarkan tujuh kelompok yang telah disebutkan sebelumnya, lalu akan dilihat jumlah komponen mana yang paling tinggi terdapat dalam film sehingga akan dapat menjawab pertanyaan penelitian. Langkah-langkah yang akan penulis lakukan dalam menganalisis film ini adalah: (1) Mencari data-data yang berkaitan dengan penelitian, (2) Penulis merumuskan istilah-istilah penting dan merumuskan indikator dari propaganda seperti yang telah dipaparkan pada Tabel 1.1 yang terdapat dalam Lampiran 1 (3) Penulis melakukan pengambilan data sampel berupa adegan-adegan dari film yang memenuhi kriteria propaganda berdasarkan indikator yang telah dibuat (Tabel 1.2), (4) Penulis melakukan pengelompokan adegan-adegan yang memenuhi kriteria propaganda dan memaparkan rasionalisasi tentang mengapa adegan tersebut merupakan

propaganda dalam format seperti Tabel 1.2, (5) Penulis membuat kesimpulan berdasarkan data dan analisis yang telah ada.

Tabel 1.3 Komponen Propaganda dan Indikator

No	Komponen	Indikator
1	Name Calling	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya penjulukan terhadap subjek - Memberikan makna negatif - Menggunakan kata yang bersifat destruktif, membahayakan, kontra, ideologis, radikal, dan sensasional - Ada makna dan hubungan yang dapat diterima oleh massa dari julukan
2	Glittering Generality	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan makna positif - Dapat berupa penjulukan - Menggunakan kata yang bersifat konstruktif, aktif, inisiatif, pro, dan manusiawi
3	Transfer	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan pihak lain atau otoritas. - Adanya hubungan yang <i>legitimate</i> antara tujuan propagandis dengan hal, gagasan, konsep, orang, atau lembaga yang dihormati
4	Testimony	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya tokoh dalam pengutipan - Menggunakan tokoh yang dianggap berpengaruh - Adanya kehebatan gagasan dari pengutipan tersebut
5	Plain Folk	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya penggambaran gagasan yang dianggap dekat dengan rakyat biasa - Bertujuan untuk menarik simpati dan empati target - Ada fakta sosial yang disampaikan
6	Card Stacking	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat relevansi antara fakta dan target propaganda

		<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pemojokan terhadap target propaganda - Dapat berupa fakta yang dipilih ataupun kebohongan
7	Bandwagon	<ul style="list-style-type: none"> - Ada program yang coba disampaikan - Jelas posisinya dalam mendukung atau menolak suatu program - Ada tujuan yang ingin dicapai dari program yang ingin disampaikan - Cenderung menempatkan diri sebagai mayoritas

Sumber : Mohammad Shoelhi, *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012) 58-68

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pendahuluan berisi latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, kerangka konseptual, metodologi penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan. Pendahuluan akan memberikan gambaran keseluruhan tentang permasalahan penelitian yang diteliti.

BAB II Hubungan Amerika Serikat dan Korea Utara

Pembahasan pada bab ini memaparkan mengenai latar belakang dan sejarah konflik antara Amerika Serikat dan Korea Utara.

BAB III Film Dalam HI, Propaganda Amerika Serikat melalui Film, dan Film The Interview

Pembahasan pada bab ini akan memaparkan bagaimana hubungan Hollywood dengan pemerintah Amerika Serikat, sejarah, dan pembuatan film propaganda.

BAB IV Analisis Adegan Film The Interview

Bab ini berisikan analisa dari berbagai adegan-adegan yang ada di film serta makna dari adegan tersebut berdasarkan indikator-indikator propaganda yang telah dipaparkan sebelumnya.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang peneliti berikan terkait penelitian kepada *stakeholder* maupun peneliti selanjutnya.

