

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

Pada bab ini akan menjelaskan informasi-informasi perihal teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ideologi dari Raghunath, teori propaganda dari Jowett dan Chomsky, dan teori naratif dari Mario Klarer menjadi landasan teori yang digunakan untuk menganalisis fenomena propaganda ideologi dalam novel 1984 karya George Orwell. Beberapa ide atau gagasan yang lain juga digunakan dalam penelitian ini untuk mendukung landasan teori.

#### **2.1 Ideologi**

Raghunath (1988:35) menyatakan bahwa ideologi merupakan sebagai konsepsi perihal realitas dunia yang dikonstruksi oleh kelas penguasa (*ruling class*) yang kemudian disebarkan untuk diterima oleh masyarakat sebagai sesuatu hal yang wajar dan universal. Definisi ideologi menurut kajian Marxisme dilandaskan dari konsep kesadaran dan konsepsi ide yang dibuat oleh Marx. Seperti yang dinukil oleh Raghunath, Marx percaya bahwa manusia dalam memahami realitas dunia sangat dipengaruhi oleh kesadaran manusia (1988:14). Kesadaran yang dimaksudkan oleh Marx adalah kesadaran manusia yang dipengaruhi oleh realitas sosial. Lebih lanjut Marx percaya bahwa realitas sosial adalah sesuatu yang sengaja atau dibentuk. Hal tersebut dikarenakan realitas sosial sangat bergantung pada aktifitas material (*material practice*), seperti interaksi manusia dengan manusia yang lain. Jadi dengan kata lain kesadaran manusia sejatinya adalah bentukan dari

bagaimana realitas sosial di sekitar manusia terjadi. Hal itu juga senada dengan pembentukan ide. Karena ide berasal dari kesadaran manusia, konsepsi ide manusia juga sebagai bentukan atas kejadian realitas sosial di sekitar manusia tersebut.

Berpijak pada konsepsi ide dan kesadaran yang telah disinggung di atas, ideologi kemudian dibentuk oleh kelas penguasa (*ruling class*) sebagai dasar untuk menciptakan realitas sosial. Hal itu kemudian dapat mengacu pada dominasi yang dilakukan oleh kelas penguasa. Seperti yang dinyatakan oleh Raghunath (1988:36) bahwa suatu kelas jika ingin mendominasi atas kelas yang lainnya harus dibantu dengan *mode of universalisation*. *Mode of universalisation* adalah sebuah ide yang dibuat oleh kelas penguasa untuk bisa diterima oleh kelas lainnya sebagai sesuatu ide yang universal. Ide yang dibuat oleh kelas penguasa akan memberi dalih bahwa ide tersebut merupakan kebutuhan dan kepentingan untuk semua orang.

Kemudian dengan landasan ide kelas penguasa yang telah dibuat, ide tersebut harus dapat diterima oleh kelas lainnya. Penyebaran melalui media massa dan pendidikan menjadi cara kelas penguasa untuk menanamkan ide mereka kepada kelas lainnya atau dengan kata lain disebut sebagai *mental production* (1988:36). Melalui doktrin-doktrin yang disebarkan melalui media massa akan memudahkan kelas penguasa untuk menjaga 'status quo' mereka sebagai kelas penguasa. Doktrin-doktrin tersebut akan membuat kelas yang lainnya mengalihkan perhatian mereka terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kekuasaan. Lalu dengan melalui pendidikan, doktrin-doktrin akan disisipkan melalui seperangkat pendidikan yang dibentuk oleh kelas penguasa. Pada akhirnya suatu konsep atas realitas sosial yang dibentuk oleh kelas penguasa (*ruling class*) akan selalu mendominasi di atas segala

kepentingan kelas lainnya. Seperti halnya jika suatu negara atau pemerintah (selaku kelas penguasa) membentuk suatu sistem kenegaraan. Sistem kenegaraan tersebut dibentuk sebagai cara untuk mengatur kelas lainnya (rakyat). Salah satunya adalah sebuah konsep kenegaraan yang berbentuk negara totaliter dan konsep nasionalisme yang bisa dimonopoli secara konteksnya oleh negara.

### **2.1.1 Totalitarianisme**

Konsep totalitarianisme pada umumnya mengacu pada sistem politik kekuasaan yang bersifat absolut atau disebut sebagai '*total state*'. Kelompok yang berkuasa pada suatu negara, yakni pemimpin negara atau partai politik memiliki peran tunggal dalam mengatur jalannya suatu negara sesuai dengan kehendak para penguasa negara. Hal ini kemudian dapat mengacu kepada sistem negara yang memunculkan upaya pembentukan masyarakat ideal secara represif dan teror. Tekanan semacam represif dan teror dapat berupa sebuah hukum yang dibuat secara sepihak oleh kelompok penguasa. Hukum tersebut pada dasarnya dibuat dengan landasan ideologi yang dianut oleh sang penguasa. Maka, untuk merealisasikan ideologi tersebut dalam bentuk praktis, pihak penguasa membuat suatu peraturan agar tercipta suatu masyarakat yang ideal menurut mereka.

Mengacu pada dasar pemahaman totalitarianisme yang diperkenalkan oleh Mussolini, Ridgewell (1970:2) menyatakan bahwa totalitarianisme adalah bentuk representasi kondisi sosial yang di mana segala aspek kehidupan masyarakat ditentukan oleh negara, yakni aspek moral dan spiritual. Dua aspek tersebut dilandasi dengan pemahaman Mussolini tentang fasisme yang ingin menekankan bahwa fasisme seharusnya dipahami sebagai bentuk spiritual sebagaimana manusia

menyakini terhadap moral-moral yang dibentuk oleh kepercayaan spiritual, seperti agama. Namun yang membedakannya adalah, moral dalam konsep fasisme lebih menekankan kepada hidup bersama dalam satu negara. Masyarakat dan negara terikat oleh satu entitas, yaitu hukum moral (*moral law*). Dengan hukum moral, masyarakat dan negara dileburkan menjadi satu kesatuan. Hukum moral dirancang agar setiap individu manusia tidak memiliki kebebasan atas dirinya sendiri, segala bentuk insting alamiah manusia seperti kebahagiaan, hasrat terhadap kekayaan, bekerja, atau kebebasan harus ditinggal demi tercapainya tatanan kehidupan ideal yang dirancang oleh negara.

Kemudian, konsep totalitarianisme berkembang seiring berakhirnya perang dunia ke-dua. Perkembangan konsep pada pasca perang dunia ke-dua memberikan sudut pandang yang lebih spesifik. Konsep totalitarianisme memberikan penekanan lebih terhadap sistem dan struktural negara yang disebut sebagai sistem dengan dominasi total. Ridgewell (1970:20) mengutip definisi dari Wolfe yang menyatakan *the totalitarian state is designly total, in that it becomes coextensive with the society itself*. Totalitarian membuat negara dan masyarakat dirancang sedemikian rupa agar tercapai nilai ideal tertentu. Terpusat pada pemerintahan tunggal, nilai ideal dibentuk sesuai kehendak penguasa. Kontrol terhadap sistem pendidikan, kontrol terhadap komunikasi massa, dan kontrol terhadap aktivitas ekonomi menjadikan hal-hal tersebut sebagai upaya penguasa untuk mendominasi segala bidang kehidupan di masyarakat. Dengan cara menguasai sistem pendidikan dan komunikasi massa membuat penguasa dengan mudah memberi doktrin-doktrin suatu nilai tertentu kepada masyarakat luas agar dapat diterima. Di bidang yang

lain, pemerintah juga perlu adanya kontrol terhadap ekonomi negara. Hal tersebut dilakukan agar penguasa dapat menjamin sumber daya kekayaan untuk menjalani setiap kebijakan yang telah dibuat.

Pengertian totalitarianisme dari Wolfe berkesinambungan dengan konsep yang diajukan oleh Ridgewell (1970:30), ia mengatakan bahwa totalitarianisme adalah sebuah paham di mana suatu negara hanya dipimpin oleh satu pemimpin yang otoriter atau satu partai tunggal. Dalam sistem ini, pemimpin atau partai tunggal memiliki kekuasaan penuh atas negara dan rakyatnya. Segala aspek tentang kehidupan bernegara antara pemerintah dan masyarakat dikendalikan penuh oleh penguasa negara. Aspek tersebut dapat berupa kebijakan dalam birokrasi negara yang sangat ketat, sistem pendidikan, ekonomi negara yang dikendalikan secara terpusat, penguasaan media komunikasi dan persenjataan militer negara, hingga mengatur aspek kehidupan pribadi masyarakat.

Dominasi dan kontrol penuh menjadi kunci utama dalam membangun negara melalui sistem totalitarian. Dua hal tersebut tergambar dari bagaimana Friedrich dan Brzezinski merumuskan enam karakteristik umum yang terjadi pada sistem totalitarian atau disebut dengan *syndrome of inter-related characteristics*. Maka enam karakteristik tersebut ialah:

**a) Ideologi resmi**

Ideologi menjadi dasar pemimpin negara totalitarian membentuk nilai ideal sempurna dalam menjalankan roda pemerintahan. Segala kebijakan dan peraturan menjadi dalih pemerintah untuk merealisasikan ideologinya. Kemudian ideologi

disisipkan ke seluruh ranah budaya dan aktifitas yang berhubungan dengan pendidikan, moralitas, menciptakan standar baik dan buruk, dan kepercayaan (Andrzej Borowski, 2017:90). Maka dari itu, ideologi dalam konteks ini lebih mengacu kepada bagaimana ideologi digunakan sebagai cara melegitimasi segala aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah.

**b) Memiliki satu partai tunggal**

Pemimpin dari negara totalitarian biasanya memiliki satu partai tunggal dan disimbolkan pada satu sosok pemimpin (*the dictator*). Selain itu, anggota partai adalah sekelompok orang-orang elit; orang-orang yang tereduksi dan orang-orang yang paling loyal terhadap negara, yang memiliki tugas secara khusus untuk melayani negara (2017:90).

**c) Memiliki sistem terror**

Salah satu esensi terpenting dari sistem totalitarian adalah adanya sistem terror. Sistem terror adalah upaya dari negara untuk mendominasi negara dengan cara terror. Sistem terror bekerja di bawah pengawasan polisi kontrol. Sistem terror tersebut dilakukan melalui upaya kekerasan secara fisik ataupun mental. Penjara dan kamp konsentrasi adalah tempat bagi para musuh politik dihukum. Kekerasan secara fisik seperti penyiksaan secara sadis, pembunuhan, eksploitasi, dan perbudakan menjadi hukuman yang harus diterima oleh para tawanan. Sedangkan kekerasan secara mental bisa berupa doktrin-doktrin atau hal-hal yang bisa membuat orang ketakutan dan patuh.

**d) Memonopoli sarana komunikasi massa**

Komunikasi massa menjadi salah satu alat penting dalam negara totalitarian. Memonopoli sarana komunikasi menjadi hal penting dilakukan karena untuk mendukung upaya pemerintah untuk menyebarkan segala informasi yang sekaligus menyisipkan ideologi negara. Pembentukan opini masyarakat sangat diperlukan karena untuk menjaga kekuasaan tanpa melalui kekerasan.

**e) Memonopoli pasukan bersenjata**

Pasukan bersenjata seperti polisi rahasia atau pasukan khusus menjadi bagian yang tak terpisahkan dari negara totalitarian. Pasukan bersenjata berfungsi sebagai ‘tangan kanan’ pemimpin negara untuk menjaga stabilitas negara. Pasukan bersenjata secara total untuk melawan segala tindak kejahatan, ancaman, atau penyerangan dari pihak yang menjadi ancaman negara. Namun, secara khusus pasukan bersenjata juga berperan untuk mengawasi setiap gerak-gerik masyarakat sipil dan anggota partai untuk mencegah perlawanan dari internal (2017:90).

**f) Penguasaan penuh dan sentralisasi ranah ekonomi**

Penguasaan penuh dan sentralisasi ekonomi dilakukan sebagai upaya untuk menjaga stabilitas negara. Penguasaan ekonomi dilakukan dibawah tugas partai. Segala produksi kebutuhan ekonomi, distribusi barang, dan pemasukan keuangan dikontrol secara terpusat oleh partai (2017:90).

Enam karakteristik tersebut menjadi upaya dalam negara totalitarian untuk mengontrol segala aspek kehidupan di masyarakat. Total kontrol dilakukan dengan menggunakan sistem terror yang di mana sistem terror tersebut dilaksanakan

dengan cara membangun institusi hukum di bawah pengawasan negara, lalu terdapat ideologi yang kuat dari pemimpin tunggal atau partai untuk disebarkan kepada masyarakat sebagai ideologi yang harus dipatuhi, mengontrol penuh atas pasukan bersenjata, alat komunikasi massa, dan ekonomi. Maka dengan kata lain, enam karakteristik tersebut dapat bekerja saling berhubungan satu sama lain.

Enam karakteristik yang telah disinggung di atas merupakan bagian dari ciri politik kekuasaan yang dibangun dalam negara totalitarian. Namun sejatinya total kontrol yang dilakukan dalam negara totalitarian harus menyentuh kehidupan setiap individu masyarakat. Kontrol terhadap rakyat sipil sangat diperlukan untuk mendukung sistem ini dapat berjalan. Borrowski memberikan beberapa elemen tambahan sebagai cara untuk mengidentifikasi total kontrol yang dilakukan penguasa terhadap masyarakat sipil. Salah satunya ialah membatasi nalar berfikir, imajinasi, dan ingatan manusia dengan cara membuat pedoman kebahasaan resmi yang diciptakan oleh penguasa (2017:87). Hal ini bertujuan untuk membatasi ruang berekspresi seseorang untuk mengungkapkan pemikirannya. Sehingga dengan bahasa yang terbatas seseorang tidak akan mencoba mengeksplorasi bahasa yang digunakan dan akan berhenti pada satu titik tertentu karena mengetahui sudah terdapat batasannya.

Elemen selanjutnya ialah menciptakan musuh bersama (2017:88). Hal pertama yang sering digunakan ialah dengan menggunakan istilah 'kita' dan 'mereka'. Dalam masyarakat totalitarian entitas secara individual harus dihapuskan. Sebagai gantinya entitas sebagai 'aku' harus melebur ke dalam 'kita'. Maka dari itu di dalam masyarakat totalitarian seseorang harus bergabung kepada 'kita' atau



dianggap sebagai pihak 'mereka. 'kita' merepresentasikan sebagai pihak yang bersama negara, yang menjunjung tinggi negara, yang menerima setiap doktrin yang disebarakan oleh negara. Sedangkan 'mereka' merepresentasikan sebagai musuh negara, musuh atas semua orang yang tergolong dalam 'kita'. Secara spesifik 'musuh bersama' yang diciptakan oleh negara adalah seseorang atau kelompok yang memiliki ideologi berlawanan dengan yang dianut oleh negara.

Pernikahan juga menjadi salah satu unsur yang diatur ketat oleh negara. Borrowski (2017:88) menyatakan bahwa di dalam sistem totalitarian, pernikahan menjadi salah satu cara untuk menjaga perhatian masyarakat terhadap menghasilkan anak. Negara sebagai entitas tertinggi atau sesuatu yang mutlak menjadikan semua aktivitas sosial harus berlandaskan kepentingan negara. Salah satunya adalah pernikahan.

Sistem totalitarian sangat tidak mungkin dapat bertahan tanpa adanya dukungan dari masyarakat sipil ataupun anggota partai. Hal ini seperti yang diutarakan oleh Borrowski (2017:90), ia mengatakan bahwa rezim totalitarian sangat menikmati akan adanya dukungan dari massa, hal itu karena rezim totalitarian sangat bergantung terhadap banyaknya massa yang mendukung. Lebih lanjut, Ia (2017:84) mengutarakan secara spesifik bahwa terbentuknya negara totalitarian sangat dibutuhkan kepatuhan (dari masyarakat dan partai) secara buta terhadap kelas, negara, pemimpin, atau elit penguasa. Maka ideologi nasionalisme masuk dalam bagian yang tak terpisahkan dari adanya sistem totalitarian. Nasionalisme adalah sebuah paham di mana kecintaan terbesar harus pada sesuatu yang besar, layaknya pemerintah.

### 2.1.2 Nasionalisme

Nasionalisme lahir karena adanya rasa bangga yang berlebih terhadap suatu entitas. Seseorang dengan segala upaya akan menunjukkan rasa bangga tersebut ke dalam kehidupan sehari-harinya. Jika suatu entitas tersebut adalah negara, rasa bangga tersebut akan ditunjukkan dengan menggunakan bahasa resmi negara yang ia banggakan atau menggunakan segala atribut yang berkaitan dengan negara. Dalam negara totaliter, nasionalisme yang disebarkan ke masyarakat dibentuk sedemikian rupa oleh penguasa negara agar kecintaan terhadap entitas besar seperti negara, partai, atau pemimpin dapat terwujud. Membuat bahasa baru dan menciptakan ‘musuh’ negara merupakan segelintir upaya yang dilakukan dalam negara totalitarian. Kecintaan buta orang-orang terhadap entitas negara menjadi tujuan akhir dari membentuk sikap nasionalisme setiap orang.

Loyalitas dan kecintaan terhadap entitas tertentu menjadi dasar pemahaman dari nasionalisme. Hal tersebut berkaitan dengan definisi nasionalisme yang diutarakan oleh Hans Kohn. Menurut Kohn (1965:9), nasionalisme adalah sebuah paham di mana loyalitas tertinggi individu harus ditempelkan kepada negara. Rasa kesetiaan paling dalam harus disematkan kepada tanah kelahirannya. Sehingga dapat menjunjung nilai-nilai tinggi yang berlaku di tanah kelahirannya.

Sejarah perkembangan nasionalisme pada awalnya tidak menitikberatkan loyalitas pada negara (1965:9). Sebelum abad ke-18, nasionalisme dimaksudkan pada loyalitas terhadap entitas lainnya seperti otoritas sosial, organisasi politik, dan

pergabungan ideologi setempat seperti kepercayaan lokal, bangsawan, atau kelompok religius tertentu. Kemudian, seiring berjalannya waktu, nasionalisme berkembang pada satu bentuk entitas, yaitu negara. Hal ini dimaksudkan dengan membentuk satu bentuk entitas yaitu negara, akan mudah menyatukan dari berbagai macam kalangan dan menghilangkan aspek-aspek identitas tertentu seperti agama, ras, suku, ataupun politik tertentu.

. Sentimen nasionalisme kemudian dieksploitasi sebagai upaya negara untuk meraup kekuatan. Kohn (1965:11) berpendapat bahwa nasionalisme telah mendominasi hasrat dan perilaku massa, dan pada saat yang bersamaan hal tersebut menjadikan pembenaran bagi otoritas negara untuk mendapat kekuatan sebagai cara melawan oposisi negara ataupun melawan masyarakatnya sendiri. Negara akan menempatkan posisinya pada entitas yang paling dijunjung tinggi oleh para nasionalis. Sehingga negara akan dengan mudah untuk mengatur sekaligus mempengaruhi masyarakatnya untuk tidak melawan pemerintahan negara.

Definis nasionalisme tentang loyalitas terhadap suatu entitas negara diperkuat oleh pendapat George Orwell. Menurut Orwell (2010:280), nasionalisme adalah upaya seseorang untuk meleburkan diri mereka terhadap satu entitas yang lebih besar dari diri orang tersebut, seperti negara, ras, agama, ataupun kelompok tertentu tanpa memiliki alasan yang positif dan objektif. Dalam konteks ini, sikap nasionalisme seseorang tidak berlandaskan akan kepentingan untuk mencapai kebersamaan tetapi lebih mengacu untuk mempertahankan kekuasaan dan gengsi dari entitas yang ia lekatkan. Para nasionalis memiliki keyakinan untuk tetap

menjaga martabat entitas yang dilekatkannya sebagai entitas yang lebih tinggi dari entitas lainnya.

Nasionalisme cenderung akan memudahkan seseorang menggolongkan orang lain kepada 'baik' dan 'jahat' (2010:280). Ketika seseorang telah meleburkan diri mereka terhadap entitas yang dia pilih, seperti negara, kebanggaan yang terlalu besar terhadap negara akan membuat sudut pandang mereka menjadi sempit. Mereka akan mudah mendikotomikan orang dengan istilah 'baik' dan 'jahat'. Hanya karena seseorang atau kelompok lainnya bukan bagian dari entitas yang dianut oleh nasionalis, seseorang atau kelompok tersebut dapat dikatakan sebagai yang 'jahat'. Rasa benci dan permusuhan akan muncul terhadap mereka yang bukan bagian dari entitas nasionalis. Mereka akan selalu dianggap sebagai musuh sebelum mereka menjadi bagian dari para nasionalis.

Nasionalisme dan patriotisme seringkali menjadi dua hal yang dianggap memiliki pengertian yang sama. Namun, Orwell secara jelas membedakan antara nasionalisme dan patriotisme. Ia (2010:280) menjelaskan bahwa patriotisme adalah sebuah kesetiaan terhadap tempat atau cara hidup tertentu yang mana mereka percaya tempat atau cara hidup tersebut sebagai yang terbaik menurut mereka. Namun, hal tersebut juga tidak memaksakan pandangan mereka kepada orang lain. Patriotisme pada dasarnya sebagai upaya mempertahankan tempat atau cara hidup mereka, baik dengan secara militer ataupun secara budaya. Hal tersebut berbanding terbalik dengan nasionalisme. Nasionalisme akan memaksakan pandangan mereka kepada orang lain demi mempertahankan kekuasaan dan gengsi.

Orwell membagikan tiga karakteristik yang menjadi ciri khas nasionalis.

Adapun ketiga ciri tersebut ialah:

**a. Obsesi (Obsession)**

Obsesi merupakan salah satu cara para nasionalis untuk meyakinkan entitas yang mereka pilih adalah yang terbaik dari yang lainnya. Nasionalis akan berulang kali mendeklarasikan entitas mereka adalah yang terbaik dari yang lain. Topik yang digunakan dalam perbincangan, penulisan, ataupun pikiran pun pasti tidak jauh dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh entitas mereka. Pada akhirnya, obsesi bisa membuat nasionalis buta terhadap realitas yang terjadi, terutama terhadap fakta yang mengatakan bahwa entitas yang mereka lekatkan terdapat kecacatan.

**b. Ketidakmantapan (Instability)**

Kekuatan yang dimiliki oleh entitas yang dilekatkan oleh para nasionalis tidak mencegah kesetiaan mereka terhadap entitas berubah. Sering kali, kesetiaan para nasionalis akan mudah berganti tergantung pada situasi dan kondisi yang dialami para nasionalis.

**c. Ketidakpedulian Terhadap Realitas (Indference to Reality)**

Salah satu kekuatan yang dimiliki oleh para nasionalis adalah dengan membelokan fakta atau sejarah. Para nasionalis secara sadar bahwa mereka harus melayani entitas yang mereka lekatkan. Pembelokan fakta atau sejarah adalah sebagai upaya untuk mendukung segala bukti yang dapat menguatkan entitas yang mereka lekatkan. Sehingga dengan melakukan pembelokan fakta dan sejarah akan mengurangi kecurigaan ataupun ketidakpercayaan mereka terhadap entitas mereka.

## 2.2 Propaganda

Propaganda merupakan sebuah istilah yang telah berkembang dan mengalami perubahan makna dari awal mulanya istilah propaganda dibentuk. Pada mulanya propaganda merupakan upaya Gereja Katholik Roma untuk menyebarkan dan mengembangkan ajaran mereka kepada masyarakat Italia ataupun pada negeri lainnya. Propaganda berasal dari bahasa latin yakni *propagare* yang artinya cara tukang kebun menyemaikan tunas suatu tanaman ke sebuah lahan untuk memproduksi tanaman yang baru yang kelak akan tumbuh sendiri. (Nurudin, 2002). Namun kemudian seiring berjalannya waktu, definisi propaganda memiliki banyak sudut pandang.

Menurut Harold D. Laswell propaganda adalah *it refers solely to the control of opinion by significant symbols, or, to speak more concretely and less accurately, by stories, rumors, report, pictures and other forms of social communication* (1938:9). Dari rujukan definisi tersebut, propaganda adalah suatu upaya yang memiliki tujuan untuk mengendalikan opini seseorang dengan berbagai macam bentuk simbol. Simbol dalam hal ini tidak serta merta muncul dengan tidak membawa makna lebih. Simbol seperti ini biasanya merepresentasikan dari suatu gagasan yang kuat dari propagandis. Pada dasarnya simbol adalah sebuah cara komunikasi sosial yang dibuat untuk memudahkan orang lain untuk memahami dari sesuatu yang rumit. Sehingga wujud dari simbol propaganda bisa berupa suatu gambar, warna, atau slogan. Kemudian simbol-simbol propaganda disebar

kepada masyarakat umum melalui sebuah cerita, berita, laporan, gambar, ataupun bentuk komunikasi sosial lainnya.

Dari sudut pandang yang lain, menurut Edward L. Bernays, propaganda adalah *consistent, enduring effort to create shape events to influence the relation of the public to an enterprise, idea or group* (1928:25). Merujuk pada definisi tersebut, propaganda dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan secara berkelanjutan untuk menciptakan peristiwa-peristiwa agar mempengaruhi hubungan publik dengan suatu kelompok. Maka dari itu, suatu informasi atau ide perlu adanya suatu tindakan yang secara terus-menerus agar mempengaruhi opini masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membuat masyarakat yang menerima pesan propaganda tidak akan merasa asing dengan ide-ide yang ditawarkan. Alhasil ketika suatu ide baru yang ditawarkan oleh propagandis akan diterima oleh masyarakat.

Sedangkan menurut Garth S. Jowett propaganda merupakan bagian dari komunikasi sosial. Dia mendefinisikan propaganda adalah *the deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognition, and direct behavior to achieve a response furthers the desired intent of the propagandist* (2012:7). Dari definisi tersebut menggambarkan bahwa propaganda adalah suatu usaha dengan sengaja dan direncanakan untuk memanipulasi kesadaran orang lain. Kemudian propaganda bertujuan untuk mendapatkan reaksi berupa perubahan persepsi atau tindakan dari masyarakat yang sesuai dengan keinginan sang propagandis.

Dari beberapa definisi propaganda yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa propaganda adalah sebuah upaya seseorang atau kelompok

yang terus-menerus untuk mempengaruhi orang lain demi mendapatkan reaksi dari orang lain berupa perubahan persepsi atau tindakan yang sesuai dengan tujuan si propagandis. Tujuan tersebut dapat berupa ideologi dari propagandis. Maka, pencapaian dari para propagandis adalah dengan mendapat dukungan agar ideologi sang propagandis akan terus bertahan dan diterima oleh orang lain. Oleh sebab itu, peran media massa sangat dibutuhkan dalam melakukan propaganda. Hal ini karena menurut Chomsky, pada dasarnya media massa adalah sebuah alat komunikasi yang berfungsi untuk menginformasikan, menanamkan nilai, kepercayaan dan menanamkan kode perilaku yang akan mengintegrasikan media massa ke dalam struktur institusional yang lebih luas (1988:1).

Chomsky menyebutnya sebagai Model Propaganda (MP). MP adalah sebuah gambaran bagaimana suatu media massa dapat mengakomodasi kepentingan dari pihak-pihak yang berkuasa seperti pemerintah. Dengan adanya MP, Chomsky beranggapan bahwa di dalam penyebaran berita terdapat dikotomi politik secara sistematis yang berlandaskan atas melayani kepentingan kekuasaan domestik (1988:35).

### **2.2.1 Model Propaganda**

MP memiliki lima saringan atau Chomsky menyebutnya sebagai 'filter'. Lima saringan ini berfungsi untuk mengidentifikasi bagaimana sebuah propaganda beroperasi. Lima saringan ini adalah upaya Chomsky dalam membedah secara struktural propaganda yang dilakukan media. Lima saringan tersebut adalah kepemilikan, iklan, sumber informasi, *Flak*, dan ideologi. Namun dalam penelitian



kali ini hanya menggunakan empat dari lima saringan tersebut. Maka ke-empat saringan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

**a. Kepemilikan**

Kepemilikan menjadi saringan yang paling utama dalam mengidentifikasi propaganda yang dilakukan oleh media massa. Ketika media telah dimiliki oleh seorang tunggal atau kelompok tertentu, maka media akan menjadi alat mereka untuk menjalankan kepentingan dari sang pemilik media. Seperti yang dinukil oleh Klaehn, Chomsky berpendapat bahwa *mass media behavior is patterned and shaped by interlocks in ownership, common institutional, imperatives and shared goals, market forces and internalized assumption (2002:155)*. Kutipan tersebut menggambarkan bahwa suatu media massa akan sangat bergantung kepada sang pemilik, institusi umum, tujuan bersama, tekanan pasar dan asumsi internal.

Kemudian, Chomsky beranggapan bahwa media masa arus utama-media yang dominan- banyak dimiliki oleh segelintir orang-orang yang sangat kaya atau seorang manajer perusahaan yang ditekan oleh pemilik media atau dari tekanan pasar (1988:14). Hal ini karena media massa arus utama harus memiliki struktur finansial yang kuat dan stabil untuk penyebaran suatu informasi dapat terjangkau di setiap wilayah. Ketika media massa telah menjangkau hampir ke setiap wilayah, penyebaran informasi dan pesan akan dengan mudah sampai kepada masyarakat umum. Selain itu tekanan pasar juga turut andil dalam korelasinya dengan kepentingan yang akan dijalankan. Namun, hal tersebut harus berbanding lurus dengan kepentingan antara pemilik media dan pasar. Mereka akan berupaya

mempertahankan kekayaan atau kekuasaan mereka melalui media dengan cara penyebaran informasi yang memiliki tendensi keberpihakan terhadap pemilik media.

Setiap media memiliki agenda kepentingan masing-masing. Media akan memunculkan suatu berita atau informasi yang dianggapnya sesuatu yang penting. Namun berita atau informasi yang disuguhkan media pun harus memenuhi kriteria dari yang mengatur atau pemilik dari media tersebut. Sehingga informasi yang dianggap penting oleh media adalah informasi yang sebenarnya telah diseleksi terlebih dahulu sebelum informasi itu dipublikasikan. Menurut Chomsky seperti yang dikutip oleh Klaehn, para pemilik media adalah *they determine, they select, they shape, they control, they restrict, in order to serve the interests of dominant, elite groups in the society (2002:157)*. Mereka adalah orang-orang yang memiliki kewajiban untuk memilih informasi yang ingin disebar. Sehingga, Semua berita, informasi, ataupun tayangan harus sesuai dengan keinginan dan kepentingan dari si pemilik media.

#### **b. Iklan**

Peran iklan dalam proses produksi suatu informasi di media massa sangat berpengaruh terhadap sudut pandang suatu informasi yang akan disebar. Media akan melindungi suatu perusahaan yang memasang iklan produknya di media mereka. Perlindungan tersebut dilakukan dengan cara tidak ikut menyebarkan suatu informasi yang dapat menjatuhkan mitra mereka tersebut. Terlebih lagi, para media akan berusaha untuk mengangkat produk iklan tersebut di setiap kesempatan ketika

menyebarkan suatu berita atau informasi. Dari hal ini dapat dikatakan suatu perusahaan yang memasarkan produk mereka di suatu media tertentu akan berdampak pada proses mendapatkan informasi yang akan disebar oleh media yang bersangkutan.

Chomsky (2002;14) memaparkan bahwa adanya iklan sangat membantu media massa dalam segi dana operasional yang akan dikeluarkan. Hal tersebut dilandaskan karena media massa sangat membutuhkan dana yang besar sebelum mereka menyebarkan berita kepada khalayak. Dana pengeluaran seperti pembelian alat cetak pada media koran, atau dana untuk operasional satelit menjadi beban bagi pemilik media massa. Hal-hal tersebut sangat berpengaruh terhadap beroperasinya suatu media massa. Maka, untuk menanggulangi biaya operasional tersebut, iklan telah menjadi solusi bagi para pemilik media massa untuk memenuhi biaya operasional media massa.

### **c. Sumber Informasi**

Dalam tahap ini sumber informasi berpengaruh terhadap pembentukan opini yang dilakukan pemilik media atau pemerintah. Salah satu pembentukan opini masyarakat yang dilakukan oleh media massa adalah dengan cara membatasi sumber informasi. Chomsky berpendapat bahwa *Government and corporate sources also have the great merit of being recognizable and credible by their status and prestige* (1988:19). Kutipan tersebut bermakna bahwa sumber informasi yang berasal dari pemerintah atau institusi pemerintah bisa menjadikan acuan informasi yang kredibel. Hal ini karena status pemerintah merupakan otoritas tertinggi dalam negara sehingga hal tersebut membuat informasi lebih dipercaya oleh masyarakat. Namun, hal tersebut bisa menjadi celah menyisipkan

kepentingan tertentu kedalam suatu informasi. Karena dengan hal tersebut membuat suatu media hanya menyediakan informasi dari satu sudut pandang. Hal tersebut senada dengan pernyataan Klaehn, Ia mengatakan bahwa dalam tahap ini suatu sumber informasi akan bertimbal balik dengan kepentingan antara pemilik media dan pemerintah (2002:159).

**d. “Flak”**

“Flak” didefinisikan oleh Chomsky sebagai respon negatif terhadap suatu pernyataan atau program di media (1988:26). Respon negatif tersebut biasanya berbentuk suatu teguran secara tertulis melalui surat atau elektronik pos, panggilan telepon, petisi, tuntutan hukum, atau segala bentuk upaya yang bersifat menghukum. Teguran tersebut didapat dari sebuah institusi yang memiliki kuasa dalam mengamati jalanya suatu media.

Sementara itu, Klaehn memberikan definisi tambahan dari ‘flak’. Ia beranggapan *Flak, the fourth filter, means that dominant social institutions (most notably the state) posses the power and requisite organizational resources to pressure media to play a propagandistic role in society* (2002:160). Kutipan tersebut menegaskan bahwa ‘flak’ adalah salah satu upaya pemerintah untuk mengawasi segala informasi dan berita yang tersebar melalui media massa. Hal ini membuat media akan sangat berhati-hati dalam menyebarkan suatu berita. Media masa diharuskan untuk memilih suatu berita yang tidak memiliki tendensi untuk menjatuhkan pemerintah. Alhasil efek dari didirikan institusi yang bertugas mengawasi jalanya suatu media adalah hilangnya nalar kritis pada suatu berita yang ditampilkan kepada masyarakat.

### **e. Ideologi**

Pada tahap ini, awal mulanya Chomsky menekankan pada ideologi anti-komunisme. Hal ini dikarenakan latar belakang Chomsky yang melihat media massa pada saat perang dingin di Amerika Serikat cenderung bias terhadap sentimen anti-komunisme. Namun pada perkembangan, ideologi anti-komunisme telah diperluas dan dimodifikasi oleh Klæhn menjadi ideologi apapun yang dominan (2002:161). Ideologi dominan yang dimaksud adalah ideologi para kelompok masyarakat yang memiliki kekuasaan untuk mengontrol masyarakat luas.

Di tahap ini, ideologi menjadi tombak utama dalam penyebaran suatu informasi atau berita. Dalam konteks ini, ideologi yang dimaksud adalah ideologi dari pemilik media. Ideologi berfungsi untuk membentuk opini masyarakat terkait sesuatu yang berlawanan dengan kepentingan pemilik media massa atau pemerintah. Dengan kata lain, ideologi yang direpresentasikan oleh media massa ditujukan untuk mendukung narasi propaganda yang sesuai dengan ideologi pemilik media. Hal ini tergambar sebagaimana Chomsky memberikan alasan mengapa pada tahap ini dia memilih ideologi anti-komunisme. Ia mengatakan bahwa ideologi komunisme pada saat itu menjadi momok bagi para elit barat (1988:29). Hal itu karena ada kekhawatiran dari para elit barat jika komunisme tersebar akan berdampak pada goyahnya sistem kapitalisme yang selama ini telah membesarkan para elite ini. Hal tersebut kemudian berdampak dengan bagaimana media massa dalam memberikan suatu berita. Ideologi anti-komunisme kemudian

dikonstruksi oleh media massa untuk menggiring opini masyarakat untuk melawan ideologi komunisme.

### **2.2.2 Teknik Propaganda**

Jowet (2012:237) memaparkan bahwa teknik propaganda adalah suatu cara untuk memaksimalkan pembentukan opini yang dilakukan oleh propagandis. Ia pun menjelaskan bahwa terdapat tujuh teknik yang lazim digunakan. Ketujuh teknik propaganda tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. *Name-Calling*, merupakan sebuah teknik propaganda yang memberikan label buruk pada seseorang atau kelompok.
2. *Glittering Generality*, teknik ini menghubungkan sesuatu dengan ‘kata yang baik’. Hal ini dilakukan untuk membuat orang lain menerima dan menyetujui sesuatu tanpa memeriksa lebih lanjut keabsahannya.
3. *Transfer* ialah suatu teknik propaganda yang menggabungkan antara teks dengan gambar tertentu. Dalam konteks teknik ini, biasanya gambar yang ditunjukkan adalah gambar dari seseorang yang memiliki otoritas yang paling kuat atau orang-orang yang dihormati.
4. *Testimonial* adalah teknik yang dilakukan dengan cara menyisipkan pernyataan opini tentang sesuatu ide dari seseorang yang dihormati atau dibenci oleh publik.
5. *Plain Folks*, teknik propaganda yang dipakai pembicara propaganda dalam upaya meyakinkan orang lain bahwa dia dan gagasan-gagasannya adalah yang paling bagus karena mereka adalah bagian dari ‘rakyat’.

6. *Card Staking* ialah teknik yang meliputi pemilihan dan pemanfaatan fakta atau kebohongan, ilustrasi atau penyimpangan, dan pernyataan-pernyataan logis atau tidak logis untuk memberikan kesan baik atau buruk pada suatu ide, kejadian, program, atau produk
7. *Bandwagon*, teknik ini digunakan dengan cara meligitimasi sesuatu ide atau program dengan dalih bahwa ‘orang lain saja setuju masa kau tidak’

### 2.2.3 Propaganda Vs Informasi (Berita)

Propaganda dan informasi pada dasarnya merupakan suatu proses komunikasi sosial. Komunikasi sosial dapat berjalan jika ada subjek sebagai pengirim pesan (*sender*) dan objek yang menerima pesan (*receiver*) (Jowett, 2012:31). Dalam hal melakukan propaganda, subjek sebagai pengirim pesan disebut sebagai propagandis dan penerimanya bisa siapa saja (individual, kelompok sosial, masyarakat). Hal senada juga dengan penyebaran suatu informasi faktual. Pengirim informasi bisa melalui institusi, media, jurnalis, atau siapa saja yang bermaksud untuk membagi suatu informasi kepada orang lain.

Namun, hal yang perlu ditekankan adalah perbedaan antara informasi yang berisi propaganda dan informasi yang murni untuk menginformasikan. Karena kegiatan propaganda tidak bisa lepas dari bentuk informasi. Oleh karena itu, untuk dapat membedakan antara kedua hal tersebut yang perlu diperhatikan adalah tujuan dari informasi yang disebarkan. Jowett mengatakan bahwa suatu informasi yang bersifat ‘menginformasikan’ memiliki tujuan untuk berbagi, mencerahkan, menginstruksi, dan memberi pencerahan bagi penerima informasi (2012:31). Kemudian aspek lainnya yang memberi ciri suatu informasi bersih dari hal

propaganda adalah informasi tersebut sesuai dengan fakta yang terjadi atau informasi hasil dari suatu penelitian. Maka dengan demikian informasi tersebut akan memberi dampak untuk mereka agar dapat memahami dunia.

Propaganda memiliki ciri yang hampir serupa dengan proses informasi. Namun, yang membedakannya adalah tujuan akhirnya. Menurut Jowett, propaganda hanya memiliki tujuan untuk mempromosikan kepentingan dari propagandis, bukan kepentingan dari penerima informasi (2012:31). Kendati demikian, suatu informasi aktual pun bisa menjadi bahan propaganda. Hal ini disebut sebagai propaganda putih. Propaganda putih adalah suatu upaya pembentukan opini orang lain dengan menggunakan informasi yang akurat dan terpercaya. Perihal masalah tersebut, untuk membedakannya, Jowett pun mengatakan bahwa Propaganda Putih selain untuk menginformasikan sesuatu tetapi juga untuk mempromosikan kepentingan dari propagandis (2012:31).

#### **2.2.4 Propaganda Vs Persuasi**

Menurut Jowett (2012:32), persuasi adalah sebuah bentuk proses komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi yang lain. Persuasi juga bisa dikatakan sebagai sebuah ‘transaksi’ yang dilakukan antara subjek dan objek yang dituju. Hal ini berbanding lurus dengan anggapan yang dibuat oleh Jowett. Ia mengatakan bahwa persuasi adalah suatu proses komunikasi yang menuntut timbal balik antara *persuade* dan *recipient* (2012:32). Dengan kata lain, persuasi adalah suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk memenuhi kepentingan/kebutuhan dari *persuade*, tetapi juga tidak mengabaikan/kepentingan kebutuhan dari *recipient*. Maka dari itu mengapa persuasi dapat dikatakan sebuah



‘transaksi’ karena dalam proses ini harus terjadi ‘kesepakatan’ antara *persuade* dan *recipient*.

Antara propaganda dan persuasif seringkali menjadi dua hal yang saling berkaitan satu sama lain. Hal tersebut dilandaskan dari tujuan kedua bentuk komunikasi tersebut. Propaganda dan persuasif memiliki tujuan yang sama yaitu memengaruhi orang lain, baik dalam bentuk tindakan atau pemikiran. Kendati demikian propaganda dan persuasive tidak bisa dikatakan sebagai dua hal yang sama. Propaganda bisa dikatakan sebagai persuasif tetapi persuasif tidak bisa dikatakan sebagai propaganda. Dalam proses melakukan propaganda, propagandis bisa menggunakan teknik persuasif dalam hal memanipulasi orang lain. Sedangkan dalam proses persuasif, *persuade* tidak bisa menggunakan metode propaganda sebagai cara memengaruhi orang lain. Kemudian, perbedaan propaganda dan perusasif pun ditegaskan kembali oleh Jowett. Ia (2012:49) menyimpulkan bahwa propaganda tidak mencari ‘kesepakatan’ bersama antara propagandis dan penerima tetapi lebih ditekankan sebagai upaya untuk meraih kebutuhan/kepentingan pribadi dari propagandis tanpa memperdulikan kebutuhan/kepentingan penerima. Misalnya, seperti kasus pada suatu pemilihan umum. Cara persuasif sering kali digunakan para calon terpilih untuk meraup suara. Maka dari itu, sebagai cara untuk mendapatkan suara, calon terpilih harus bisa memenuhi keinginan-keinginan dari calon pemilih. Janji-janji pun diberikan kepada calon pemilih sebagai upaya untuk menyakinkan mereka.

## 2.3 Aspek Narasi

Dalam karya sastra, khususnya cerita pendek atau novel, aspek narasi sangat dibutuhkan dalam suatu cerita. Menurut Klarer (2004:14), terdapat empat unsur aspek narasi yang harus dipenuhi dalam setiap cerita pendek atau novel. Empat unsur tersebut yakni Alur, Karakterisasi, Sudut Pandang, Tempat. Tetapi, dari keempat unsur tersebut, dalam penelitian ini hanya menggunakan dua unsur aspek narasi, yakni plot dan point of view. Hal tersebut karena dengan menganalisis melalui dua unsur ini, fenomena propaganda ideologi dapat terlihat.

### 2.3.1 Alur

Klarer (2004:15) mendefinisikan alur sebagai *the logical interaction of the various thematic elements of a text which lead to a change of the original situation as presented at the outset of the narrative*. Dari kutipan tersebut menjelaskan bahwa alur merupakan suatu peristiwa yang saling berkaitan satu sama lain sehingga mengarah kepada perubahan situasi atau jalan cerita. Dalam sebuah narasi cerita, alur merupakan aspek terpenting dalam membangun cerita. Melalui alur sebuah cerita akan mengalir dari satu peristiwa ke peristiwa lainnya. Sehingga dapat membentuk kerangka utama cerita. Kemudian untuk menggambarkan proses alur, Klarer membagi menjadi 4 tahap dalam urutan alur yaitu, *exposition*, *compilation* atau *rising action*, *climax*, dan *falling action* atau *resolution*.

Dalam tahap pertama, *exposition* merupakan tahap di mana penulis memperkenalkan tokoh, kondisi sosial, tempat tinggal, dan waktu. Kemudian ketika semua informasi tersebut telah disampaikan oleh penulis, plot dilanjutkan dengan *rising action*. Di tahap ini menggambarkan bagaimana tokoh utama dalam cerita

berhadapan dengan masalah. Biasanya masalah yang didapat ada kaitanya dengan segala hal yang digambarkan pada awal cerita. Ketika masalah dalam cerita sudah digambarkan, plot dilanjutkan dengan *climax*. Di bagian ini, tokoh utama sedang berada pada titik puncak dalam menghadapi masalahnya. Lalu hasil dari puncak masalah tersebut akan bertemu pada titik *falling action* atau *resolution*. Di tahap akhir ini masalah yang dihadapi tokoh utama telah menyelesaikan masalah yang telah ia hadapi.

### **2.3.2 Sudut Pandang**

Sudut pandang adalah cara di mana sebuah teks memperkenalkan tokoh, peristiwa, dan tempat (2004:20). Terdapat tiga jenis dasar sudut pandang yang ditawarkan oleh Klarer, yakni *omniscient point of view*, *first person narration*, dan *figural narrative situation*.

Teks atau cerita yang disuguhkan melalui sudut pandang *omniscient* adalah sebuah teks yang menggambarkan tokoh, peristiwa, dan tempat dari sudut pandang orang ketiga. Pada sudut pandang *omniscient*, sang narrator bukanlah bagian dari tokoh dari cerita. Dalam fungsinya, narrator jenis ini bersifat serba tahu. Narrator dapat mengetahui perasaan, tindakan, watak, dan pikiran lebih dari satu tokoh.

*First person narration* adalah sebuah teks atau cerita yang disuguhkan melalui sudut pandang orang pertama. Narrator dalam kategori ini berperan sebagai yang menceritakan suatu kejadian sekaligus sebagai tokoh dalam cerita. Penggunaan dari sudut pandang ini bermaksud untuk membatasi segala kejadian, penggambaran tokoh lain, dan tempat melalui tokoh utama sehingga segala

penggambaran kejadian, tokoh lain, atau tempat adalah hasil pandang subjektivitas dari tokoh utama.

*Figural narrative situation* dan *omniscient point of view* pada dasarnya merupakan bentuk narasi sudut pandang orang ke-tiga. Namun, yang membedakan antara *figural narrative situation* dan *omniscient point of view* adalah batasan pengetahuan dari narrator. Dalam kategori *figural narrative situation*, narrator tidak bertindak sebagai yang serba tahu. Dalam hal ini, pengetahuan narrator terikat oleh hanya satu tokoh. Sehingga dalam upaya menggambarkan suatu kejadian, perasaan, atau tempat, narrator jenis ini sangat bergantung pada pengalaman yang dialami oleh tokoh.