BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 polemik Babakan Siliwangi kembali mencuat, banyak pihak berlomba untuk mempertahankan Babakan Siliwangi sebagai ruang terbuka hijau di kota Bandung. Di sisi lain, menjelang pesta demokrasi ini *Save* Babakan Siliwangi dijadikan propaganda oleh beberapa Calon Walikota Bandung untuk meraih simpati masyarakat Kota Bandung. Pada dasarnya Babakan Siliwangi merupakan salah satu ruang terbuka hijau yang ada di kota Bandung. Wacana pengalihfungsian kawasan Babakan Siliwangi sebagai kawasan komersil sebenarnya bukan hal baru. Hutan kota Babakan Siliwangi memiliki banyak potensi dan manfaat yang bisa dipergunakan sepenuhnya oleh masyarakat, disitulah banyak pihak-pihak yang memanfaatkan kesempatan ini sebagai potensi bisnis di Babakan Siliwangi.

Pada mulanya kawasan Babakan Siliwangi akan dibangun restoran oleh PT.EGI yang mendapat ijin dari Pemerintahan Kota Bandung. Namun, mendapat penolakan keras dari beberapa warga Bandung terutama dari komunitas pencinta lingkungan, seni dan budaya. Alasannya, karena kawasan hutan kota ini merupakan daerah resapan air yang memiliki fungsi ekologis, sosial dan budaya tergolong cukup besar di Bandung serta sebagai suatu wilayah yang di sakralkan yang ada di Kota Bandung. Namun PT.EGI tetap bersikukuh untuk tetap membangun restoran di lahan Babakan Siliwangi karena merasa sudah

mengantongi ijin mendirikan bangunan yang diberikan oleh pemerintah Kota Bandung. PT.EGI berpendapat bahwasanya pembangunan ini tidak menyalahi aturan karena mereka akan membangun restoran di atas lahan yang sebelumnya terbakar dan akan tetap menjaga Babakan Siliwangi sebagai hutan kota. Saat ini isu lingkungan hidup menjadi salah satu yang diperhatikan oleh masyarakat kota Bandung menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013. Dengan adanya gambar *Save* Babakan Siliwangi yang berkembang di antara masyarakat Kota Bandung yang seolah-olah ingin mengkomunikasikan kepeduliannya sehingga beberapa lapisan-lapisan masyarakat berusaha menunjukan kepeduliannya terhadap Babakan Siliwangi. Salah satunya ditunjukan dengan adanya kegiatan melukis pada seng penutup kawasan Babakan Siliwangi yang dilakukan oleh seniman, budayawan, dan pencinta lingkungan Kota Bandung, selain itu Aksi Warga merebut kembali Babakan Siliwangi pada 1 Juni 2013 yang di hadiri oleh semua kalangan tak terkecuali mantan Gubernur Jawa Barat, Solihin GP.

Propaganda merupakan sebuah usaha sadar, sebuah usaha yang memiliki tujuan yang konkrit. Propaganda bisa dikatakan ilmu, ilmu itu akan menjadi baik apabila digunakan dengan baik. Namun, propaganda akan menghasilkan kejelekan apabila dilakukan dengan tidak baik. Sama dengan komunikasi, memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain. Jika dilakukan oleh orang yang berbeda maka dampaknya pun akan berbeda pula. Dalam hal ini, seperti yang kita ketahui bahwasanya propaganda memiliki tujuan yang sudah direncanakan, memiliki artian bahwasanya sejauh mana kita dapat mengkomunikasikan gagasan-gagasan yang akan disampaikan pada target sasaran

sehingga apa yang direncanakan akan sesuai dengan apa yang diharapkan. Propaganda dan komunikasi sama-sama membutuhkan teknik untuk mencapai keberhasilan penyampaian gagasan. Kini, masyarakat kekinian memiliki intelektual yang tinggi. Fakta inilah yang mendasari bahwasanya propaganda membutuhkan teknik yang tepat untuk menghadapi masyarakat kekinian yang sisi inteleknya sudah mulai bertambah. Dengan berkomunikasi diharapkan pertukaran pesan yang ada pada gagasan-gagasan yang akan dipropagandakan dapat berjalan dengan baik.

Propaganda berasal dari bahasa latin, yaitu *propagare* berarti mengembangkan atau memekarkan. Sehubungan dengan cara yang dilakukannya atas isi pesan, ada propaganda tersembunyi dan terbuka (Dobb, 1966). Dalam propaganda tersembunyi, propagandis menyembunyikan tujuan utamanya dalam kemasan suatu pesan lain. Sedangkan propaganda terbuka adalah setiap kemasan pesan, cara dan perilakunya dikemukakan secara transparan (tanpa di kemas dengan pesan lain) (Nurudin, 2008 : 38). Pada dasarnya komunikasi tidak hanya berbentuk sesuatu yang diraba dan dirasa, juga dapat dilihat sebagai sebuah model yang bersifat bayangan sebagai ilustrasi manusia dalam kehidupan masyarakat, Fisher (1986 : 44) menjelaskan bahwa :

> ”Komunikasi mencakup semua prosedur melalui mana fikiran seseorang yang mempengaruhi orang lain yang kemudian dapat melaksanakan sebuah sistem kekuasaan. Konsep ini dapat menempatkan posisi komunikasi pada sebuah fungsi kontrol sosial. Dimana seseorang sebagai anggota masyarakat mempengaruhi perilaku, keyakinan, sikap dan sebagainya dari suatu suasana dan tindakan sosial lainnya.”

Sedangkan propaganda memiliki ciri khas dan atribut sama dengan metode komunikasi lain karena propaganda menjadi bagian dari kegiatan

komunikasi, maka metode, media, karakteristik unsur komunikasi (komunikator, pesan, media, komunikan) dan pola yang digunakan sama dengan model-model komunikasi yang lain. Oleh karena itu, unsur komunikasi secara umum juga berlaku bagi propaganda. (Nurudin, 2008 : 5). Selain itu, menurut Harold D Laswell *"It refers* [propaganda, *pen*] *solely to the control of public opinion significant symbols, or to speak more concretely and less accurately, by the stories, rumours, report, pictures and other form of social communication"*, yang artinya 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. (Nurudin, 2008 : 10). Propaganda memang tumbuh di tengah-tengah masyarakat, ia menjadi bagian dari alat atau teknik berkomunikasi dan dijadikan sebagai salah satu metode dalam komunikasi. Adapun menurut Ralp D. Casey bahwasanya "propaganda merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk memantapkan suatu sikap atau merupakan suatu pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program dan di pihak lain, merupakan suatu usaha yang sadar dari lembaga-lembaga komunikasi untuk menyebarkan fakta dalam semangat objektivitas dan kejujuran." (Nurudin, 2008 : 10)

Tema kepedulian terhadap lingkungan menjadi penting seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pelestarian lingkungan. Masyarakat kekinian yang semula jadi objek kekuasaan yang sewenang-wenang kemudian bangkit dan menuntut adanya hak dan kewajiban yang seimbang. Dalam

menghadapi peristiwa politik secara langsung komunikasi politik mempunyai peranan besar di dalamnya, baik itu yang dilakukan oleh individu maupun kelompok di dalam struktur masyarakat, ini dipertegas oleh pendapat Gazali bahwa komunikasi politik dalam pemilihan umum yaitu :

> "Komunikasi politik adalah suatu keahlian/kemampuan untuk menyampaikan berbagai informasi politik (langsung atau tidak langsung, memakai media atau tidak) (komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok) dengan tujuan memberi informasi yang cukup untuk suatu *"informed political action"* dan *"informed political choice"* (tindakan politik atau pilihan politik yang berpengetahuan cukup)"[1].

Save Babakan Siliwangi merupakan sebuah bukti kepedulian masyarakat Bandung untuk peduli pada Bababakan Siliwangi. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 point D tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup mengatakan bahwa :

> "lingkungan hidup yang semakin menurun telah mengancam kelangsungan perikehidupan manusia dan makhluk lainnya sehingga perlu dilakukan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup yang sungguh-sungguh dan konsisten oleh semua pemangku kepentingan."

Lingkungan hidup merupakan kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri. *Save* Babakan Siliwangi bisa dijadikan sebagai salah satu media propaganda menjelang Pemilihan Walikota Bandung tahun 2013 yang akan berlangsung.

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah menurut Undang-undang Dasar 1945 yang sudah diamandemen, Pasal 18 ayat (4) menyebutkan bahwa

---

[1] Dikutip dari Thesis Adiyana Slamet. S.IP.,M.Si dengan judul Komunikasi Politik Paguyuban Pasundan dalam Pemilihan Kepala Daerah Langsung (*Studi Kasus Pada Pengurus Besar Paguyuban Pasundan dalam Pemilihan Gubernur Secara Langsung di Jawa Barat*)

kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih secara demokratis. Ketentuan pemilihan kepala daerah tersebut ditafsirkan sebagai pemilihan tidak langsung, artinya dipilih oleh DPRD. Namun setelah Undang-undang nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah diterbitkan dan ditandatangani oleh Presiden Megawati Soekarnoputri pada tanggal 15 oktober tahun 2004, secara jelas disebutkan pada pasal 56 ayat (1) bahwa: ”Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil”.

Babakan Siliwangi bisa dijadikan salah satu media propaganda menjelang Pemilihan Walikota Bandung tahun 2013 karena persepsi sebagian masyarakat Bandung pada Babakan Siliwangi memiliki kesan khusus yang membawa harmoni sehingga dapat menarik simpati masyarakat kota Bandung bagi siapa yang mempedulikannya. Gambaran persoalan lingkungan hidup dan berbagai usaha penyelesaian lingkungan belum menunjukkan hasil yang diharapkan karena sebenarnya usaha pelestarian lingkungan hidup mempunyai berbagai dimensi. Salah satu dimensi yang menentukan keberhasilan adalah dimensi politik dan perlunya komitmen dan kesadaran yang sangat tinggi. Sudah waktunya sebenarya kita berfikir bahwa persoalan lingkungan hidup perlu didekati dengan dimensi politik. Di sebuah negara demokratis, kader politik menjadi pilarnya. Politik menghasilkan kader yaitu mereka yang akan maju pada pemilihan Walikota Bandung tahun 2013 yang memberikan alternatif kebijakan, tentunya termasuk ikut menentukan siapa yang akan menjabat atau duduk dalam sebuah jabatan publik. Isu lingkungan sebenarya merupakan isu yang cukup strategis, maka tidak

heran apabila ada kader politik yang visi dan misinya pro terhadap pelestarian lingkungan.

Ketika lingkungan hidup menjadi permasalahan khususnya Babakan Siliwangi, maka peneliti mengangkat masalah ini menjelang pemilihan Walikota Bandung 2013. Masalah Babakan Siliwangi selalu muncul kembali di akhir masa jabatan Walikota yang masa jabatannya akan berakhir. Peneliti ingin mengetahui keberadaan propaganda *Save* Babakan Siliwangi menjelang pemilihan Walikota Bandung tahun 2013 dalam mengkomunikasikan gagasan-gagasan politik terhadap kepedulian pada ruang terbuka hijau yang ada di Kota Bandung yaitu Babakan Siliwangi. Dalam melakukan proses propaganda *Save* Babakan Siliwangi disitulah terdapat sebuah pencapaian, adalah harapan yang ditujukan, ditujukan kepada masyarakat kota Bandung khusunya. Harapan inilah yang diharapkan dapat merubah pola pikir masyarakat Kota Bandung untuk menyadari bahwasanya hutan kota merupakan salah satu warisan terbesar yang harus di jaga keberadaannya, sehingga kita semua dapat mengkomunikasikan betapa pentingnya hutan kota itu, pada dasarnya komunikasi merupakan media untuk menyampaikan informasi.

Dari latar belakang masalah tersebut yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul sebagai berikut:

“Propaganda Save Babakan Siliwangi Bandung (Studi Kasus Propaganda Tentang Save Babakan Siliwangi Bandung Menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013)”

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dapat menarik suatu rumusan masalah makro mengenai :

Bagaimana propaganda *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang pemilihan Walikota Bandung 2013?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Untuk memperjelas fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun rumusan masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana proses *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013?
2. Bagaimana realitas *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai propaganda *Save* Babakan Siliwangi dalam pemilihan Walikota Bandung tahun tahun 2013.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang pemilihan Walikota Bandung.
2. Untuk mengetahui realitas *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang pemilihan Walikota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Melalui Penelitian ini dapat membantu dan mampu menunjang pengembangan pemikiran, serta menambah wawasan dalam bidang keilmuan komunikasi khususnya tentang propaganda.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. **Kegunaan untuk lembaga**

   Sebagai literatur bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus, terutama bagi yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama dengan penerapan yang sebenarnya di lingkungan dunia nyata.

2. **Kegunaan untuk peneliti**

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai propaganda dalam mengkomunikasikan tujuan yang di dapat penulis pada masa perkuliahan.

3. **Kegunaan untuk masyarakat**

   Dapat digunakan sebagai informasi, masukan, evaluasi dan sumbangsih pemikiran bagi masyarakat Kota Bandung tentang propaganda *Save* Babakan Siliwangi menjelang pemilihan walikota Bandung 2013.