

MENGUAK TABIR PROPAGANDA

Bila kita cermati peristiwa yang terjadi di berbagai belahan dunia akhir-akhir ini, kita akan merasa ngeri. Betapa dunia sudah berubah 360 derajat. Kerusuhan atau tindak kriminal yang dulu biasa hanya terlihat di film, ternyata kini tampak dan terjadi di sekeliling kita.

Masalah demi masalah terus bermunculan, aksi-aksi brutal dan menakutkan kian merebak. Masih segar dalam ingatan, beberapa aksi pengeboman terjadi akhir-akhir ini. Aksi bom di Israel, Irlandia, Spanyol, maupun di Bombay-India, adalah bagian dari contoh nyata fenomena mengerikan itu.

Sementara itu, di dalam negeri kurang lebih mengalami hal serupa. Belum kering luka akibat "Bom Bali", menyusul peristiwa pemboman hotel JW Mariot. Belum tuntas masalah Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) menyusul aksi kerusuhan di Timika, Irian Jaya Tengah.

Di samping masalah konflik dan *violence*, masalah-masalah lain yang tak kalah mengerikan juga mendera bangsa ini. Mulai dari kontroversi pembelian Sukhoi, presiden yang gemar jalan-jalan ke luar negeri, anggaran baju anggota MPR yang cukup besar, hingga kasus pengrumahan ribuan karyawan PT Dirgantara Indonesia.

Mengapa bangsa kita terus menerus dirundung masalah? Padahal tahun depan Indonesia akan melaksanakan pemilihan presiden secara langsung. Sudah saatnya kita berbenah dan bersiap-siap untuk memilih seorang figur pemimpin jujur, berani dan

cerdas dalam memimpin Indonesia.

Benarkah Negara kita sedang menjadi objek utama pihak asing untuk digoyang dari segala sendi kehidupan? Atau benarkah banyak pihak yang berkepentingan dengan bangsa kita? Atau benarkah bumi pertiwi sedang diobok-obok agar hancur dari dalam serta roboh oleh perilaku bangsanya sendiri?

Jawaban pertanyaan di atas memang mungkin saja *iya*. Namun tentang siapa pelakunya, tak ada yang tahu pasti. Yang jelas, situasi tidak kondusif di Indonesia memang salah satunya disebabkan oleh maraknya propaganda. Propaganda merupakan senjata ampuh yang sering digunakan para propagandis jahat. Karenanya, kita dapat merasa senang, benci bahkan takut tanpa *tabayyun* (*check and recheck*).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, propaganda adalah penerangan (paham atau pendapat) yang benar atau salah, yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang agar menganut suatu keyakinan, sikap atau arah tindakan tertentu (KBBI, 1990:703).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh *Institute for Propaganda Analysis* Amerika (1937) menyatakan ada tujuh jenis propaganda yang biasa digunakan oleh propagandis. Pertama, *Name Calling*. Propaganda ini bertujuan untuk memberi kesan buruk terhadap suatu nama individu, grup, ras atau agama tertentu, sehingga masyarakat luas membencinya serta menolak kehadiran nama tersebut ditengah-tengah mereka. Contoh konkretnya

adalah nama *Jema'ah Islamiyah* (JI). Semenjak peledakan gedung WTC 2001 lalu, nama ini tiba-tiba muncul sebagai kambing hitam. Seiring peledakan yang terus bemunculan di seluruh belahan dunia, nama JI kian terpuruk. Padahal hingga keputusan kasus KH. Abu Bakar Ba'asyir (Rabu, 3/9) sebagai orang yang dituduh tokoh JI di Indonesia, keberadaannya belum terbukti. Inilah yang harus kita waspadi bersama. Benarkah JI berada di balik semua tindakan makar di dunia? Atau hanya propaganda untuk membuat citra Islam kian memburuk di mata masyarakat dunia?

Kedua, *Glittering Generalities*. Ini merupakan kebalikan jenis yang pertama. Tujuannya adalah untuk memberi kesan baik terhadap sesuatu yang terjadi di masyarakat, sehingga seiring dengan berjalannya waktu masyarakat akan menyukainya. Biasanya, propaganda ini digunakan pada hal-hal yang dianggap tabu. Contohnya adalah istilah S.A.L (Sex After Lunch). Menurut Mo'amar dalam bukunya *Jakarta Undercover*, istilah ini digunakan para eksekutif di Jakarta sebagai istilah *jajan sex* atau selingkuh di siang hari. Suksesnya propaganda ini terlihat dari ramainya orang yang tidak lagi menganggap tabu terhadap perilaku tersebut. Seolah-olah mereka yakin bahwa S.A.L adalah sesuatu yang biasa. Nau'zubillah.

Ketiga, *Transferring*. Jenis ini

biasa digunakan para tokoh partai politik (*parpol*) dalam menggunakan simbol partainya. Tujuannya adalah untuk mentransfer kesan baik dari suatu simbol suci dan dihormati masyarakat sehingga masyarakat pun merasa simpati dan tertarik untuk memilih partai tersebut.

Keempat, *Testimonial*. Jenis ini biasanya menggunakan pernyataan seorang *public figure* terkenal atau terhormat di masyarakat. Jenis ini umumnya digunakan dalam iklan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut.

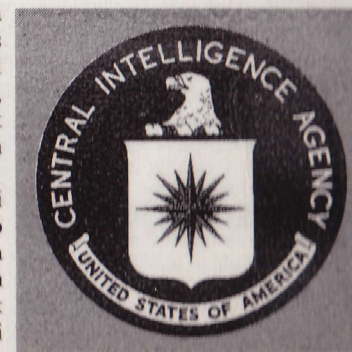
Kelima, *Plain Folks*. Propaganda ini biasa dilakukan para calon wakil rakyat atau calon pejabat, dengan cara mengumbar cerita palsu tentang diri mereka. Pada saat kampanye, para politisi biasa berkata: *Kita adalah wong cilik. Kita memiliki permasalahan yang sama dan harus kita perjuangkan bersama-sama. Mari kita bersatu untuk mencapai tujuan yang kita impikan. Kita tahu apa yang terbaik buat kita semua.* Nyatanya?

Keenam, *Card Stacking*. Propaganda jenis ini juga sering dilakukan para politis demi menjatuhkan lawan politiknya. Jenis ini memang sangat kotor dan kejam, sebab apapun akan dilakukan demi tercapainya tujuan mereka. Pemutarbalikan fakta, fitnah, bohong, pencemaran nama baik adalah senjata kongkretnya.

Terakhir, *The Bandwagon*. Ini biasa digunakan para produsen makanan dan minuman di dunia. Mereka mengatakan dalam

berbagai iklan di media bahwa produk merekalah yang paling laris dan paling banyak dikonsumsi penduduk dunia. Hal ini boleh saja, dengan catatan tidak membahayakan kesehatan masyarakat.

Propaganda memang memiliki efek yang sangat kuat di hati setiap manusia. Karenanya, perasaan kita dapat terbolak-balik dengan mudah. Propaganda tidak selamanya jelek. Akan tetapi sebagai insan akademis, kita mesti selalu mengenali dan mewaspadai keberadaannya di tengah-tengah kita. Semoga kita tidak pernah menjadi sasaran empuk para propagandis jahat. Wallahu 'alam. (Isry)



Sumber: www.cia.gov

Central Intelligence Agency (CIA) merupakan agen intelijen milik Amerika Serikat yang terkenal dengan aksi propagandanya di berbagai negara.

K O R A N K a m p u s

www.korankampus.itb.ac.id

dari kampus untuk semua

HOTLINE IKLAN

Telp/Fax : 022-2504814

Hp/SMS : 0815-6240765

PROMOSI
TIDAK UNTUK DIJUAL

KORAN DWI MINGGUAN ■
EDISI XI / OKTOBER 2003 ■
SYA'BAN 1424 H ■
8 HALAMAN ■
korankampusitb@yahoo.com ■
Rp 750,00 ■