

## **HANDOUT MATAKULIAH: PROPAGANDA**

PRODI: ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS MALIKUSSALEH

Semester: Genap 2010/2011

### **Pertemuan 7**

## **JENISJENIS PROPAGANDA <sup>1</sup>**

*Oleh: Kamaruddin Hasan <sup>2</sup>*

### **Jenis-Jenis Propaganda**

Sehubungan dengan cara yang dilakukannya atas isi pesan, ada propaganda tersembunyi dan terbuka (Dobb, 1966). Dalam propaganda tersembunyi, propagandis menyembunyikan tujuan utamanya dalam kesamaan suatu pesan lain. Sedangkan propaganda terbuka adalah setiap kemasan pesan, cara dan perilakunya dikemukakan secara transparan tanpa dikemas dengan pesan lain. Dan Ellul (1965) membagi jenis propaganda menjadi propaganda vertical dan horizontal. Propaganda vertical adalah yang dilakukan oleh satu pihak kepada orang yang banyak dan biasanya mengandalkan media massa untuk menyebarkan pesan-pesannya. Sedangkan propaganda horizontal adalah propaganda yang dilakukan seorang pemimpin suatu organisasi atau kelompok pada anggota organisasi atau kelompok itu melalui tatap muka/komunikasi antarpersona dan biasanya digunakan partai politik dengan mengadakan silaturahmi, anjingsana, pengajian, temu kader dan lain-lain.

### **Status Propagandis**

Max Weber adalah intelektual yang mengatakan bahwa factor pemimpin sangat menentukan berbagai gerak dan perilaku masyarakat. Berikut ini merupakan beberapa status yang selayaknya dimiliki oleh seorang propagandis :

#### **1. Kapasitas Intelektual (*Intellectual Capacity*)**

Kapasitas disini artinya perpaduan antara kecerdasan berfikir sebagai hasil pendidikan secara formal dengan wawasan sebagai hasil interaksi dengan orang lain baik melalui diskusi, membaca atau kajian media. Orang yang tidak mempunyai kapasitas intelektual yang memadai tentu dalam pembicaraannya cenderung tidak berbobot.

---

<sup>1</sup> Diambil dari berbagai sumber

<sup>2</sup> Dosen prodi ilmu komunikasi Fisip Unimal

## 2. Rasa Diri Penting (*Self Significance*)

Rasa diri penting bisa diartikan usaha menumbuhkan ego dirinya. Propagandis harus mempunyai keyakinan bawa dirinya itu penting (atau bahkan lebih penting) dalam masyarakat. Rasa diri penting yang berlebihan biasanya banyak ditunjukkan oleh mereka yang banyak omong.

## 3. Vitalitas (*vitality*)

Vitalitas disini adalah atribut atau kemampuan yang dimiliki secara keseluruhan. Orang yang mempunyai vitalitas tinggi sama artinya ia mempunyai kesempurnaan fisik, kematangan intelektual dan kemampuan spiritual tinggi pula.

## 4. Latihan (*Training*)

Latihan yang dilakukan oleh propagandis untuk memantapkan diri, tidak hanya berhubungan dengan proses penyampaian pesan semata. Misalnya semakin sering orang berpidato, maka akan semakin mudah memilih topic, waktu dan cara dalam mempengaruhi orang lain secara lebih baik.

## 5. Reputasi

Reputasi yang dimaksud adalah termasuk intelegensi, kegiatan penentu ketenangan dan pertimbangan seksama. Orang yang sering dinaikkan pangkatnya secara cepat, berarti dia dianggap mempunyai reputasi yang baik oleh atasannya.

## **Kiat-Kiat Propaganda**

Agar idea tau gagasan dari propagandis mengenai pada komunikan, maka diperlukan sebuah kiat tertentu untuk mempengaruhi massa. Berikut ini merupakan beberapa aspek yang menjadi salah satu sarana dalam mempengaruhi massa.

### **1. *Agitasi untuk sugesti***

Agitasi berasal dari bahasa Latin *agio* dan *agitum* yang berarti menggerakkan atau mendorong dengan kuat secara luar biasa, menggoncangkan atau menggerakkan secara cepat, mengganggu, mengacaukan, berdiskusi, berdebat, menimbulkan/ menumbuhkan perhatian pihak lain melalui pidato, pamphlet, dan sebagainya. Agitasi menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (1995) adalah hasutan

kepada orang banyak untuk mengadakan huru-hara, pemberontakan. Salah satu tujuan dari agitasi adalah usaha mengacaukan pikiran seseorang atau sekelompok orang agar seide dan bergerak sesuai dengan yang diinginkan oleh propagandis. Agitasi identik dengan pidato yang berapi-api untuk menghasut massa. Agitasi menemukan bebentuknya yang efektif pada komunikasi yang pikirannya sedang kacau atau membenci sesuatu yang sudah dirasakan lama. Agitasi yang berlebihan kemudian akan memunculkan sugesti terhadap sebuah idea tau gagasan. Bahkan dalam beberapa literatur propaganda, propaganda disebut sebagai sugesti yang direncanakan (*planned suggestion*). Sebab sugesti adalah suatu proses komunikasi sebagai akibat dari diterimanya suatu keyakinan tanpa adanya pertimbangan logis untuk penerimaan tersebut.

Ada beberapa factor yang menyebabkan mengapa sugesti mudah diterima. Antara lain sebagai berikut :

- Adanya hambatan berfikir
- Pikiran terpecah-pecah
- Otoritas atau prestisi
- Mayoritas
- *Will to believe.*

## 2. *Rumor*

Goldon Allport dan Leo Postman pernah memberikan definisi tentang rumor atau desas-desus yaitu “ cerita yang tidak tentu sumbernya yang menjalar dari mulut ke mulut. Orang-orang yang terlibat atau melibatkan diri dalam rumor biasanya adalah karena dirangsang atau digairahkan untuk mencari kepuasan tertentu. Rumor tidak bisa berkembang baik manakala ada penyaluran berita/informasi secara mantap, kontinyu dan teratur serta kepercayaan terhadap lembaga dan aparat pemerintahan terjaga dengan baik. Rumor berkembang karena dua sifat/ciri yaitu, karena mengandung sifat penting (*importance*) dan sifat keraguan (*ambiguity*). Dengan rumus  $R = i \times a$ . yang artinya, bahwa berkembangnya rumor merupakan produk ( $R = \text{hasil}$ ) dari meningkatnya sifat penting ( $i = \text{importance}$ ) terhadap keraguan ( $a = \text{ambiguity}$ )

=====