



OPINI PUBLIK DAN PROPAGANDA POLITIK

DJONI GUNANTO, S.IP, M.SI

DESKRIPSI SINGKAT

- Mata kuliah ini pada bagian pertama akan menjelaskan tentang komunikasi politik sebagai sebuah studi yang berkembang dan membahas tentang opini public dan propaganda politik. Kemudian berlanjut tentang pengertian Opini Publik, pembentukan Opini Publik, karakteristik, bentuk, sifat potensi dan kompetensi Opini Publik, lingkungan Opini Publik serta pengukuran Opini Publik.
- Pada bagian kedua akan dibahas pengertian propaganda dan propaganda politik, makna pejoratif propaganda opini public dan propaganda praktek, moralitas propaganda serta konter propaganda.

TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM

- Pada akhir perkuliahan,. mahasiswa diharapkan mengenal, mengerti dan memahami pengertian dan proses terbentuknya opini public, kekuatan opini public, pengertian propaganda dan propaganda politik, hubungan opini publik dan propaganda politik, praktek propaganda politik, serta propaganda politik di Indonesia.
- Dengan demikian diharapkan mahasiswa mampu menganalisa opini publik dan propaganda politik yang sedang berkembang sekaligus mampu menangkal opini publik dan propaganda politik yang berdampak negatif.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

I. PENDAHULUAN

1. Hakekat dan pengertian opini public
2. Pengertian opini dan macam-macam opini
3. Pengertian sikap dan karakteristik sikap
4. Sikap dan opini
5. Sikap dan persepsi

SAP (lanjutan)

II. PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK

1. Pengertian Publik, Massa Crowd dan Mob
2. Syarat Pembentukan Opini Publik
3. Proses Pembentukan Opini Publik
4. Karakteristik Opini Publik
5. Bentuk dan Sifat Opini Publik
6. Potensi dan Kompetensi Opini Publik

SAP (lanjutan)

III. LINGKUNGAN DAN PENGUKURAN OPINI PUBLIK

1. Pengaruh lingkungan terhadap Opini Publik
2. Perbedaan pandangan terhadap lingkungan
3. Ruang lingkup lingkungan Opini Publik
4. Teknik pengukuran Opini Publik
5. Pelaksanaan poling pendapat

SAP (lanjutan)

IV. OPINI PUBLIK DAN PROPAGANDA POLITIK

1. Pengertian propaganda dan propaganda politik
2. Propaganda dan kampanye
3. Propaganda, agitasi dan rumor
4. Propaganda dan opini publik
5. Makna peyoratif propaganda

SAP (lanjutan)

V. PRAKTEK PROPAGANDA POLITIK

1. Tujuan Propaganda Politik
2. Teknik Propaganda Politik
3. Media Propaganda Politik
4. Jenis Propaganda Politik
5. Status Propagandis
6. Kiat Propaganda Politik

SAP (lanjutan)

VI. PROPAGANDA POLITIK DAN MORAL

1. Desain Propaganda Politik
2. Moralitas Propaganda Politik
3. Konter Propaganda
4. Propaganda Politik di Indonesia

METODE PERKULIAHAN

1. Ceramah
2. Tanya Jawab
3. Diskusi

DAFTAR BACAAN WAJIB

- James E, Combs, dan Nimmo; *Propaganda Baru, Kediktatorcin Perundingan Dalam PolitikMasa Kini*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1994.
- Djunaesih S Sunarjo & Sunarjo; *Mengenal Propaganda*. Liberty, Yogyakarta, 1982.
- Djunaesih S. Sunarjo; *Opini Publik.*, Liberty, Yogyakarta, 1994.
- Nurudin; *Komunikasi Propaganda.*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001.
- Betty RFS, Soemirat dan Eddy Yehuda; *Opini Publik.*, Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, Jakarta, Nopember 2000.

Pengertian opini dan macam-macam opini

- Opinari : berpikir/ menduga
- Pendapat
- Ekspresi Sikap
- Kecenderungan untuk memberikan respon terhadap suatu masalah atau situasi tertentu (Cutlip dan Center)

Sikap dan opini

- Sikap masih di dalam benak seseorang
- Opini merupakan sikap yang sudah diekspresikan/ dikeluarkan

Sikap dan persepsi

- Sikap ditentukan oleh persepsi
- Persepsi: Pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan
- Persepsi : Suatu proses aktif: Setiap orang memperhatikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan semua pengalamannya secara selektif

Faktor2 yang pengaruhi persepsi

- Latar Belakang Budaya
- Pengalaman Masa Lalu
- Nilai yang Dianut
- Berita Yang Berkembang

PENGERTIAN PUBLIK

- Kesatuan banyak yang bukan berdasarkan interaksi perseorangan, tetapi atas dasar reaksi terhadap stimuli yang sama (Mannhein, 1995) → terintegrasi oleh tujuan yang dipengaruhi oleh stimuli tertentu
- Sekelompok orang yang tertarik pada suatu isu dan terbagi-bagi pikirannya dalam menghadapi isu tsb dan berusaha mengatasinya (Herbert Blumer)

Publik adalah

- Sekelompok individu yang tdk terorganisir
- Tidak mengumpul di satu tempat
- Memiliki interest yang sama thd suatu persoalan
- Melakukan kontak, biasanya tdk langsung
- Ada stimuli yang memungkinkan terciptanya publik
- Biasanya tidak kenal satu sama lain

■ Grunig dalam Cutlip (2007 ;243) menemukan empat tipe public dalam membahas public opinion yaitu :

1.All-issue publics

2.Apathic publics

3.Single-issue publics (kelompok lingkungan, kelompok hak hewan dll)

4.Hot-Issue Publics

Kerumunan (Crowd)

- Anggota crowd berkumpul dalam satu tempat secara fisik
- Terbentuk secara spontan
- Keberadaan bersifat sementara tergantung stimuli yang ada
- Perhatian, tujuan dan sifatnya sama

Massa

- Anonim, tidak saling kenal
- Heterogen
- Emosional
- Irasional
- Mudah digerakkan
- Biasanya tidak punya pemimpin

Hakekat dan pengertian opini publik

- Hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan dalam masyarakat demokratis (Emory S. Borgadus)
- Kelompok yang terorganisir serta menyebar di berbagai tempat dengan disatukan oleh suatu issue tertentu dengan saling mengadakan kontak satu sama lain dan biasanya melalui media massa(Nurudin)

Hakekat dan pengertian opini publik

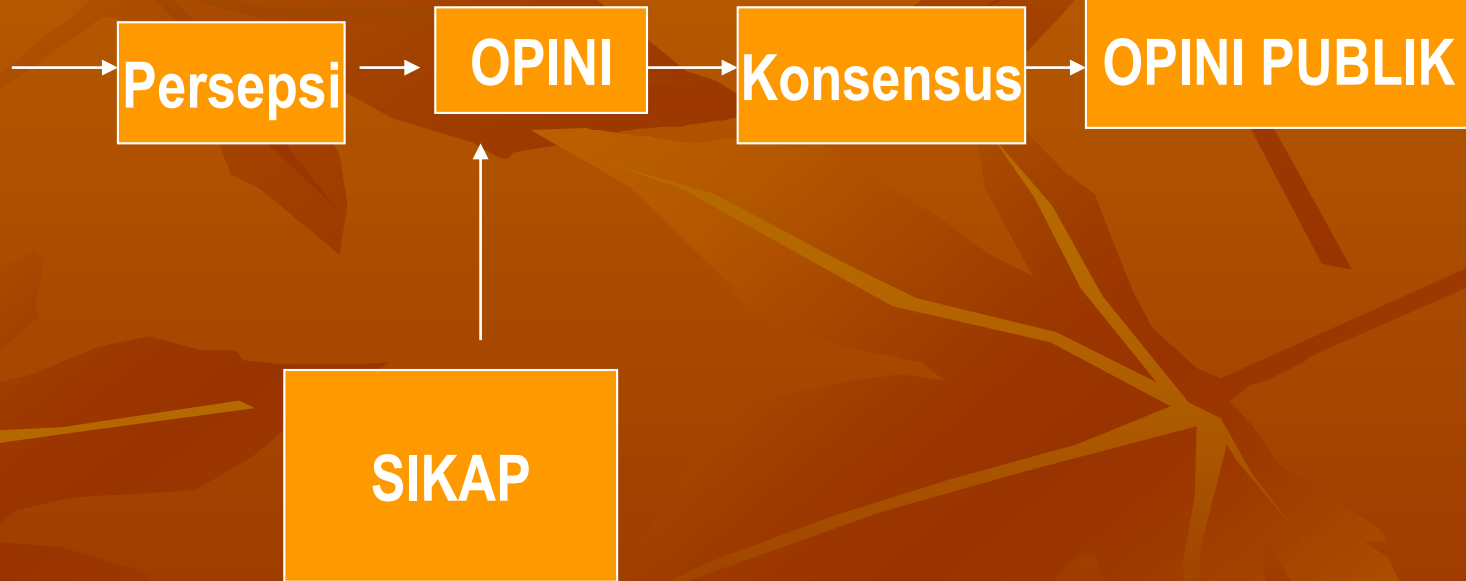
- Samakah dengan pendapat umum ?
- Pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang (Santoso Sastropoetro, 1990)
- Suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan (William Albiq)
- Hasil interaksi antar individu dalam suatu publik (William Albiq)

PROSES PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK

- Tidak Direncanakan, terjadi secara alamiah
- Direncanakan, maka keorganisasian, media, target sasaran jelas. Dg langkah2 :
 - mengangkat suatu isu melalui agenda setting
 - melemparkan isu atau topik tsb
 - mengarahkan atau menggiring isu atau topik tsb kearah pemecahan yang dapat diterima publik

PROSES PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK

- Latar blk bdy
- Pengalaman
- Nilai yg dianut
- Berita



TAHAP-TAHAP OPINI PUBLIK

- Die Luftartigen Position/ stage of brain storming
- Die Fleissigen Position/ the stage of consolidation
- Die Festigen Position/ the solid stage

Emory Bogardus (1951): Opini public adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan di dalam masyarakat demokratis. Opini public bukan merupakan sejumlah pendapat individu-individu yang dikumpulkan. Maka menurutnya opini public dapat berarti 3 hal :

- 1.Opini public bukan merupakan kata sepakat (senstemmig, unanimous);
- 2.Tidak merupakan sejumlah pendapat yang dihitung secara numerical " (numeriek,menurut jumlah)
- 3.Opini public hanya dapat berkembang di Negara-negara demokratis, yang mengakui *Freedom of the press*

POTENSI DAN KOMPETENSI OPINI PUBLIK

- Membangun Citra, Reputasi
- Menjadi hukuman Sosial
- Melanggengkan atau menghapuskan nilai dan norma kemasyarakatan
- Mengancam karir politik seseorang
- Mempertahankan atau menghancurkan sebuah organisasi atau institusi

Pengaruh lingkungan terhadap Opini Publik

- Berkembangnya opini publik sangat tergantung pada lingkungan dimana opini itu berkembang.
- Dalam masyarakat yang apatis, bisa jadi opini akan lewat begitu saja, tidak sampai pada tahap konsolidasi.
- Opini juga akan lebih mudah terkonsolidasi apabila issue yang dihembuskan menyangkut kepentingan masyarakat secara langsung.

Saluran Komunikasi dalam pembentukan opini publik

- Organisasi sebagai saluran, termasuk di dalamnya :
 - Partai politik
 - Kelompok Kepentingan
 - Organisasi Pemerintah
 - Serikat-serikat buruh
 - Organisasi masyarakat

Kelompok2 inilah yang mampu menggerakkan dan mempunyai ikatan dengan para penguasa atau elit/sub elit bahkan mampu menjangkau jauh dalam masyarakat.

Saluran Komunikasi dalam pembentukan opini publik

- KELOMPOK sebagai saluran kom, memiliki sifat :
 - Kurang langgeng
 - Kurang melembaga
 - Kurang permanen
 - Mudah dipengaruhi oleh sifat yg formal/informal

Kelemahan ini mempengaruhi perannya. Sehingga kelompok sering memanfaatkan saluran media massa dan interpersonal

Saluran Komunikasi dalam pembentukan opini publik

- MEDIA MASSA sbg saluran kom banyak digunakan karena sifatnya menjangkau khalayak yang heterogen, tak terbatas, serentak dan pengaruh tak langsung.

Meski banyak kelemahan, tapi banyak digunakan.

Fungsinya :

- mampu menggambarkan realita politik
- sebagai index mana yang penting/tidak
- tolok ukur dari opini pub lik
- sbg sumber/alat bagi mereka yang punya masalah/rencana/ambisi

Saluran Komunikasi dalam pembentukan opini publik

- SALURAN KHUSUS sbg saluran kom, mampu menciptakan tingkah laku pol tertentu dan biasanya terbentuk karena adanya kesamaan kepentingan dan sifatnya temporer. Meliputi al:
 - demonstrasi
 - huru hara
 - Boikot
 - polling pendapat

Teknik pengukuran Opini Publik

- Outputnya negatif atau positif
- Seberapa jauh menimbulkan kontroversi
- Seberapa banyak media mengangkat
- Digunakan polling opinion

Public opinion polling

- Untuk mengetahui :
 - apa yang menjadi perhatian/pikiran masyarakat
 - popularitas seseorang
 - kegemaran/kebutuhan masyarakat
 - fact finding suatu tempat
- * Dilakukan melalui proses penelitian yang terukur dan obyektif

PENGERTIAN PROPAGANDA

- Berasal dari bahasa latin Propagare (menyemai, mengembangkan atau memekarkan)
- Awal mula dipakai untuk mengembangkan agama Katolik Roma di Itali dan negara-negara lain
- Dalam perkembangan digunakan dalam bidang pembangunan, politik, bisnis, pendidikan dan lain-lain

BEBERAPA DEFINISI PROPAGANDA (1)

- Suatu jenis komunikasi yang berusaha mempengaruhi pandangan dan reaksi, tanpa mengindahkan tentang nilai benar atau tidak benarnya pesan yang disampaikan (Encyclopedia Internasional)
- Seni untuk penyebaran dan meyakinkan suatu kepercayaan, khususnya kepercayaan agama ataupun politik (Everyman's Encyclopedia)
- Teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasikan representasinya (Harold D. Laswel)

BEBERAPA DEFINISI PROPAGANDA (2)

- Suatu usaha yang dilakukan secara sengaja oleh bbrp indiv atau kel untuk membentuk, mengawasi atau mengubah sikap dari kelompok-2 lain dg menggunakan media komunikasi dg tujuan bahwa pd setiap situasi yg tersedia, reaksi dr mereka yg dipengaruhi akan sp yg diinginkan sang propagandis (Qualter)

BEBERAPA DEFINISI PROPAGANDA ⁽³⁾

- Suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk memantapkan suatu sikap, (Ralp D. Casey)
- Usaha yang bersifat konsisten dan terus menerus untuk menciptakan atau membentuk peristiwa guna mempengaruhi hubungan publik terhadap suatu usaha/kelompok (Barnays)
- Usaha sistematis yang dilakukan oleh individu/kelompok untuk mengontrol sikap individu/kelompok lainnya

KOMPONEN PROPAGANDA

- Ada Propagandis (individu, kelompok, lembaga)
- Komunikasikan atau target penerima pesan yang diharapkan menerima pesan dan kemudian melakukan sesuatu sesuai pola yang ditentukan oleh komunikator.
- Pesan tertentu yang telah dirumuskan sedemikian rupa agar mencapai tujuannya dengan efektif.
- Kebijakan atau politik propaganda yang menentukan isi dan tujuan yang hendak dicapai.
- Ada proses penyampaian ide, gagasan, kepercayaan atau doktrin
- Dilakukan secara sadar (sistematis, prosedural dan perencanaan matang)
- Dilakukan secara Kontinyu/terus menerus
- Mempunyai tujuan untuk mengubah opini, sikap, dan perilaku individu/kelompok, dengan teknik-teknik memengaruhi.
- Sarana atau medium yang tepat dan sesuai atau serasi dengan situasi dari komunikasi.

PROPAGANDA DAN KAMPANYE

- Propaganda merupakan usaha yang terus menerus (kontinyu)
- Kampanye dilakukan secara temporer
- Kampanye sering pula menggunakan cara propaganda

Propaganda, agitasi dan rumor

- Dalam propaganda, bisa dimulai dengan membuat agitasi atau rumor
- Agitasi : Hasutan
- Rumor : Desas desus, kabar burung, kebohongan berita

PROPAGANDA DAN OPINI PUBLIK

- Propaganda semata-mata adalah kontrol opini
- Tuj propaganda untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, maka perlu keterpengaruhan opini lebih dulu
- Opini merup perantara perubahan sikap dan perilaku sasaran propagandis
- Opini merup alat yang baik untuk mencapai sasaran propaganda
- Sebaliknya, Kadang propaganda juga bisa menjadi sasaran antara opini publik

MAKNA PEYORATIF PROPAGANDA

- Makna peyoratif : pemburukan makna
- Ideologi Fasisme : ketidakpercayaan pd kemampuan nalar, pengingkaran persamaan derajat mns, kode perilaku yg didasarkan pd kebohongan dan kekerasan, pemerintahan oleh kelomp elit, totaliterisme, rasialisme dan imperialisme, menentang hukum dan ketertiban internasinal.

Nazi Hitler

- Nazisme adalah sebuah partai buruh yang ada di Jerman, dimana ideologi yang digembar-gemborkan adalah bahwa bangsa Aria adalah bangsa yang paling mulia, agung, hebat dan di atas segala-galanya.
- Kekalahan Jerman pada PD I dan sesuai penjanjian Versailles (1919) Jerman harus membayar rampasan perang. Ini membuat rakyat tdk terima dan merasa terhina. Akibatnya menghendaki pemimpin yang kuat dan bisa mengangkat harkat martabat bgs Jerman, maka tampillah Hitler
- Dengan propaganda anti Verssailes dan menganggap bgs Jerman di tas segala-galanya serta didukung militer yg kuat Hitler melakukan pembantaian musuh2 Jerman. (6juta yahudi terbunuh, ekspansi dg menduduki Austria th 1938, cecoslowakia dan Polandia th 1939)

NAZI HITLER

- Untuk mencapai ambisinya Hitler membentuk sebuah Badan propaganda yang dipimpin oleh Goebbels
- Untuk memenangkan peperangan disebarkan bahwa AS itu penuh dg korupsi, tidak ada keadilan, kaya karena peperangan dan presidennya adalah penghasut, penipu serta antek Yahudi.
- Tujuan propaganda: membangkitkan emosi masa, mencari pengikut yang banyak.

Mein Kampf

- Propaganda adalah sekedar alat
- Untuk mencapai tujuan scr cepat, pertimbangan humanisme dan estetika harus diabaikan
- Hendaknya ditunjukkan pada rakyat jelata
- Jangan dikemukakan dr segala sudut pandang
- Mesti subyektif

TEKNIK PROPAGANDA

- **Name Calling**

- Prop. dg memberikan ide/label buruk

- **Glittering Generalities**

- Mengasosiasikan dg kata bijak, penggunaan slogan/semboyan.

- **Transfer**

- Menggunakan pengaruh tokoh/cara simbolik/ lagu/mars.

TEKNIK PROPAGANDA

- **Testimonialis**

Berisi perkataan tokoh

- **Plain Folk**

Memberi identifikasi terhadap suatu ide, menyesuaikan dengan pikiran rakyat banyak, MERAKYAT.

TEKNIK PROPAGANDA

- **Reputable Mounthpiece**
Mengemukakan sesuatu tanpa kenyataan
- **Using All Forms of Persuasion**
Membujuk dg himbauan/ rayuan
- **Penggunaan Insinuasi (penanaman rasa curiga)**

MEDIA PROPAGANDA

- Media Massa
 - media cetak
 - media elektronik
- Buku

Buku bisa mempengaruhi pemikiran dan pemikiran mempengaruhi sikap serta perilaku
- Selebaran
- Film

JENIS- JENIS PROPAGANDA

- Tertutup
- Terbuka
- Vertikal
- Horizontal

STATUS PROPAGANDIS

- Kapasitas Intelektual
- Rasa Diri Penting
- Vitalitas
- Latihan (Training)
- Reputasi

KIAT-KIAT PROPAGANDA

- Agitasi Untuk Sugesti

Agito/agitum : mendorong,
menggerakkan secara luar biasa

Agitation : menghasut

Tujuan mengacaukan pikiran
seseorang

Agitasi bisa menjadi sugesti

- Rumor

DESAIN PROPAGANDA



MORALITAS PROPAGANDA POLITIK

The background of the slide features a repeating pattern of stylized, overlapping leaves. The leaves are rendered in various shades of orange, from light to dark, and brown, creating a textured, organic feel. The overall color palette is warm and monochromatic.

KONTER PROPAGANDA

The background of the slide features a repeating pattern of stylized, overlapping leaves. The leaves are rendered in various shades of orange, from light to dark, and brown, creating a textured, autumnal effect. The overall color palette is warm and monochromatic.

PROPAGANDA POLITIK DI INDONESIA





