

MUATAN PROPAGANDA PADA MEDIA MASSA

(Analisis Isi Propaganda dalam Berita Perang Pada Majalah Djawa Baroe Masa
Pendudukan Jepang Di Indonesia Tahun 1942-1945)

Oleh

Eti Kurniasih

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret

Abstract

Djawa Baroe is a Japanese magazine in Indonesia during World War II in order to support Japan during the war against allies. The magazine became the center of research object/interest, because it provides a large portion in preaching the Greater East Asia war. The purpose of this study is to find out how the propaganda content in the Djawa Baroe Magazine in preaching a war event during the Japanese occupation in Indonesia from 1942 up to 1945 and to know the level of differences in the content of messages based on news topics, type of propaganda and propaganda techniques.

This research is an explanative research. It is describing facts and phenomena of a particular message or text, and also testing (how many) hypothesis. The technique of the data analysis is content analysis using chi square statistical test. It is applied to find out whether there is significant difference in the message content. Based on the frequency of the contents of the magazine, the most emerging news topic is the spirit of nationalism and patriotism. It is clearly seen that the Japanese Government efforts to provoke the Indonesian people to be willing to sacrifice, both materially and immaterial, to the struggle of the nation of Japan in liberating Asia nations from the imperialists of Europe and America. The chi square test shows that in the news topic category of type or type of propaganda, the value of X^2 is 20,809 with degrees of freedom (df)=4, then compared on the distribution table X^2 table=9.49. The value of X^2 exceeds the critical value standards of 9,488. This means that there is a significant difference between each type of propaganda on the news topic. In news topic category against propaganda technique value X^2 is 50,251 with degree of freedom (df)=12, then compared on X^2 distribution table. X^2 table value exceeds the critical value standard of 21.03. It can be concluded there is a significant difference of seven propaganda techniques on news topics in Djawa Baroe magazine.

Keywords : *Djawa Baroe, Content Analysis, Japanese Occupation, Propaganda Content*

Pendahuluan

Majalah Djawa Baroe merupakan majalah yang diterbitkan pada masa pendudukan Jepang di Indonesia (1942-1945) merupakan periode yang penting dalam sejarah bangsa Indonesia. Majalah Djawa Baroe menjadi menarik untuk dilakukan penelitian, karena memberikan porsi yang cukup besar dalam memberitakan tentang perang Asia Timur Raya. Berita yang disampaikan cenderung memunculkan motif dan kepentingan ideologi tertentu.

Media massa dianggap sebagai hal yang esensial bagi propaganda perang yang sukses karena mereka satu-satunya saluran yang dijamin dapat menjangkau publik keseluruhan dan memiliki kelebihan (dalam

masyarakat terbuka), yaitu dianggap dapat dipercaya. Tuntutan publik akan berita sangatlah tinggi. Berita perang memenuhi semua nilai berita yang signifikan (McQuail, 2010:298-299). Media massa memiliki peran dimana salah satunya ialah mempengaruhi pandangan masyarakat dalam pembentukan opini publik dan menjadi alat yang efektif dalam melancarkan propaganda.

Propaganda adalah suatu penyebaran pesan yang terlebih dahulu telah direncanakan secara seksama untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku dari penerima atau komunikan sesuai dengan pola yang telah ditetapkan oleh komunikator (Sastropetro, 1991:34).

Propaganda secara bebas menggunakan tipuan-tipuan dan deskripsi untuk membujuk. Menurut Lasswell propaganda dalam arti luas adalah teknik mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar atau musik. Roger Brown berusaha membedakan antara propaganda dan persuasi. Brown mendefinisikan persuasi sebagai manipulasi simbol yang didesain untuk menghasilkan aksi pada orang lain. Usaha-usaha persuasif disebut propaganda apabila seseorang menilai bahwa tindakan tersebut yang menjadi tujuan persuasif hanya bermanfaat bagi yang melakukan persuasi tetapi tidak demikian halnya bagi yang menjadi objek persuasi (Severin dan Tankard, 2011: 128). Hal tersebut berarti bahwa apabila ada anggapan bahwa suatu tindakan menguntungkan sumbernya, tetapi tidak menguntungkan penerimanya, maka tindakan atau pesan semacam itu bisa disebut sebagai propaganda.

Lasswell juga membahas empat tujuan utama propaganda yaitu (Severin dan Tankard, 2011: 128): (1) Untuk menumbuhkan kebencian terhadap musuh; (2) Untuk melestarikan persahabatan sekutu; (3) Untuk Mempertahankan persahabatan dan jika mungkin, untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang netral; dan (4) Untuk menghancurkan semangat musuh.

Keempatnya merupakan tujuan propaganda di masa perang yang tidak akan dipakai untuk iklan atau jenis-jenis persuasi pada masa damai. Untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut, propaganda sangat membutuhkan tipe atau jenis propaganda serta teknik propaganda.

Media massa hadir sebagai alat menyalurkan berbagai pesan dalam masyarakat. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang begitu besar membuat media massa dengan leluasa menyampaikan informasi. Ironisnya, masyarakat seringkali menerima begitu saja apa yang disampaikan media massa tanpa adanya menyaring terlebih dahulu. Peluang inilah yang kemudian dijadikan sarana oleh pemilik media untuk melakukan propaganda terselubung.

Nimmo mengemukakan bahwa ada tiga pendekatan kepada persuasi politik, yaitu

propaganda, periklanan dan retorika. Semuanya serupa dalam beberapa hal yakni bertujuan (purposif), disengaja (intensional) dan melibatkan pengaruh. Semuanya terdiri atas hubungan timbal balik antara orang-orang dan menghasilkan berbagai tingkat perubahan dalam persepsi, kepercayaan, nilai dan pengharapan pribadi (Nimmo, 2005: 122-123). Dari ketiga pendekatan persuasi diatas, propaganda memiliki catatan yang menarik untuk diamati.

Jacques Ellul mendefinisikan propaganda sebagai komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok terorganisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu massa yang terdiri atas individu-individu, dipersatukan secara psikologis melalui manipulas psikologis dan digabungkan di dalam suatu organisasi (Nimmo, 2005: 123-124).

Propagandis mencoba untuk mengarahkan opini publik untuk mengubah tindakan dan harapan dari target individu. Orang atau kelompok yang menyampaikan propaganda biasanya memberikan fakta yang menguntungkan dirinya saja sedangkan fakta yang menyangkut pemberitaan buruk tentang dirinya atau kelompoknya sengaja disembunyikan. Tujuannya untuk membuat citra dirinya semakin terlihat baik di mata sebagian besar masyarakat. Media massa dapat dijadikan sebagai alat propaganda mempunyai andil yang besar dan berpengaruh bagi persepsi masyarakat. Propaganda melalui media massa akan menjadi efektif, kalau ada upaya mengemas pesan propaganda dalam prioritas isi pesan media. Isi pesan inilah yang mempengaruhi cara berpikir khalayak.

Metode

Penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana muatan propaganda pada majalah Djawa Baroe masa pendudukan Jepang di Indonesia tahun 1942-1945. Dilakukan dengan penelitian kuantitatif dengan tehnik analisis isi dengan pendekatan eksplanatif. Analisis data dilakukan dengan pengujian hipotesis bevariat dengan menggunakan *chi square* atau *chi kuadrat*. Dengan menggunakan metode analisis isi, maka akan diperoleh suatu pemahaman terhadap berbagai isi pesan komunikasi yang disampaikan oleh media massa, atau dari

sumber lain secara obyektif, sistematis dan deskriptis.

Sumber data primer yang digunakan yaitu Majalah Djawa Baroe yang terbit pada tahun 1942-1945 yang isinya mengandung muatan propaganda Jepang. Sedangkan sumber data sekunder seperti studi pustaka melalui buku-buku ilmiah, penelitian sebelumnya yang relevan, internet dan berbagai pengetahuan umum yang dapat dijadikan sebagai data pelengkap.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh berita pada majalah Djawa Baroe mengenai peristiwa perang pada masa pendudukan Jepang di Indonesia periode 1942-1945. Pada penelitian ini keseluruhan populasi berjumlah 207 populasi. Peneliti mengambil sample sebesar 51% dari jumlah populasi. Berdasarkan hasil perhitungan dari jumlah populasi sebanyak 207 artikel berita, diperoleh sampel sebesar 105 atau dibulatkan menjadi 106 sampel penelitian.

Pembahasan

Untuk mengetahui lebih jelas dalam penyajian berita yang mengandung muatan propaganda, tolak ukur yang digunakan adalah prosentase frekuensi dan kategori topik/judul berita, tipe propaganda dan teknik propaganda. Kategori topik berita dalam penelitian ini adalah topik terkait penderitaan rakyat, serangan militer dan membangkitkan rasa nasionalisme dan patriotisme.

Data yang diperoleh bisa dilihat bahwa antara tipe propaganda putih, propaganda hitam dan propaganda abu-abu memiliki prosentase yang berbeda terkait topik berita. Setelah diketahui perbedaannya, maka untuk mendapatkan nilai X^2 didapatkan dengan cara melihat perbedaan antara frekuensi yang diamati (Oij) dengan frekuensi yang diharapkan (Eij). Selanjutnya mencari frekuensi yang diharapkan pada masing-masing sub kategori. Untuk menentukan frekuensi yang diharapkan untuk masing-masing sel dilakukan dengan cara mengalikan kedua jumlah dari masing-masing kategori yang bersilangan kemudian membaginya dengan banyaknya seluruh kasus yang diteliti (Jumlah N). Setelah didapatkan nilai Oij, maka dapat dimasukkan ke dalam rumus chi-square.

Setelah diperoleh nilai X^2 hitung = 20,809 dengan derajat kebebasan (df) =4, kemudian dibandingkan pada tabel distribusi X^2 tabel = 9,49. Nilai X^2 hitung ternyata melebihi nilai kritis yang ditetapkan yaitu 9,488. Hal ini berarti terdapat perbedaan yang signifikan mengenai masing-masing tipe propaganda terhadap topik berita.

Propaganda yang paling menonjol digunakan dalam majalah Djawa Baroe adalah propaganda putih dengan topik berita sebanyak 63 berita. Dalam tipe ini topik yang paling sering diberitakan adalah mengenai semangat nasionalisme dan patriotisme karena topik tersebut diharapkan dapat membangkitkan semangat rakyat dan membujuk rakyat agar bersedia membantu Jepang dalam berperang. Semangat nasionalisme dan patriotisme yang dituangkan dalam majalah Djawa Baru itu, dilakukan pemerintah Jepang dalam upaya memberi semangat kepada bangsa Indonesia agar mau berkorban, baik secara material maupun inmaterial, dan membantu pasukan Jepang dalam perang Asia Timur Raya melawan pasukan sekutu.

Propaganda putih merupakan persuasi secara halus yang dibuat untuk mempengaruhi pembacanya tidak hanya mengemukakan pendapat dari penulisnya tetapi juga disertai sumber yang jelas. Propaganda putih merupakan alat yang sangat ampuh karena khalayak sasaran seringkali tidak menyadari bahwa pesan yang disampaikan adalah sebuah pesan yang dirancang secara khusus untuk memanipulasi dirinya secara emosional demi kepentingan propagandis. Hal ini juga terlihat dimana Jepang secara sengaja membentuk departemen propaganda atau *Sendenbu*. Departemen ini berkeyakinan bahwa bangsa Indonesia harus dibawa kepada pola tingkah laku dan berfikir Jepang, propaganda ditujukan untuk mengindoktrinasi bangsa ini agar dapat menjadi mitra yang dapat dipercaya dalam Lingkungan Kemakmuran Bersama Asia Timur Raya (Kurasawa, 1987:58). Beberapa badan yang bertanggung jawab atas propaganda serta informasi yang menyangkut pemerintahan sipil dengan menyadari hakekat, faedah dan makna yang sebenarnya, tidak ragu-ragu pula mencantumkan nama propaganda di salah satu bagian atau seksinya yang ditugaskan bergerak dibidang persuasi (Sastropetro,

1991: 13). Terkadang propaganda ini digunakan untuk mengalihkan perhatian dari peristiwa yang bermasalah atau memunculkan peristiwa yang bermanfaat bagi propagandis.

Mengenai perbandingan antara opik berita terhadap teknik propaganda, diperoleh nilai $X^2_{hitung} = 50,251$ dengan derajat kebebasan(df)=12, kemudian dibandingkan pada tabel distribusi X^2 . Nilai X^2_{tabel} ternyata melampaui nilai kritis yang ditetapkan yaitu 21,03. Dengan demikian terdapat perbedaan yang signifikan dari tujuh teknik propaganda terhadap topik berita pada majalah Djawa Baroe. Plain Folk menduduki urutan tertinggi karena Jepang berusaha mempropagandakan dirinya sebagai bangsa pemimpin dan penyelamat bagi bangsa Indonesia dan memberikan janji kemerdekaan kepada bangsa Indonesia, akan tetapi Jepang tidak menyatakan tindakan agresifnya untuk menguasai wilayah-wilayah yang ada di Indonesia. Jepang juga menanamkan pada diri rakyat bahwa mereka adalah bagian yang melekat dalam hati rakyat sehingga sudah sepantasnya didukung oleh rakyat. Penganut pendekatan ini lebih mengutamakan asumsi bahwa mereka adalah saudara dari rakyat yang dipersuasi dalam berita majalah Djawa Baroe. Jepang tampak berupaya menempatkan dirinya sebagai sosok sederhana dan merupakan bagian dari rakyat yang memiliki kepedulian. Kepedulian ini, meski tidak secara langsung dipadukan dengan pesan propaganda, tetapi sangat berpengaruh terhadap keberhasilan propagandanya. Emosi publik dapat diserap dan dibangkitkan secara mudah saat pembacaan berita sampai pada tahap pesan yang mengandung aksi propaganda melawan sekutu.

Isi dari majalah tersebut jelas menunjukkan adanya upaya pemerintah Jepang untuk memprovokasi bangsa Indonesia agar mau berkorban, baik secara material maupun immaterial, kepada perjuangan bangsa Jepang dalam membebaskan bangsa-bangsa di Asia dari imperialis bangsa Eropa dan Amerika. Muatan propaganda yang tercermin dalam majalah Djawa Baroe tersebut adalah agar rakyat Indonesia tidak hanya memikirkan atau mementingkan kepentingan pribadi tetapi juga harus memikirkan atau

mementingkan kemenangan Asia Timur Raya.

Propaganda merupakan salah satu bentuk komunikasi massa dimana pesan yang disampaikan dilakukan oleh satu ke banyak orang (one-to-many), antara komunikator terpisah dari komunikan. Komunikator dalam propaganda sebenarnya merupakan wakil dari organisasi yang berusaha melakukan pengontrolan terhadap masyarakat komunikannya. Sehingga seorang komunikator dalam propaganda adalah seorang yang ahli dalam teknik penguasaan atau control sosial. Secara lebih luas propaganda yaitu suatu rangkaian pesan kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat. Selain itu, propaganda merupakan suatu penyebaran pesan yang terlebih dahulu telah direncanakan secara seksama untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku dari penerima atau komunikan sesuai dengan pola yang telah ditetapkan oleh komunikator (Sastropetro,1991:34).

Jepang sebagai penguasa menggunakan propaganda melalui para propagandis yang handal sebagai mekanisme untuk mengontrol bangsa Indonesia. Propaganda disini, tidak menyampaikan informasi secara obyektif, tetapi memberikan informasi yang dirancang untuk mempengaruhi pihak yang mendengar maupun yang melihatnya.

Propaganda termasuk persuasi yaitu suatu sikap untuk membujuk orang lain yang dipaparkan secara berlebihan oleh propagandis guna mencari dukungan dalam tujuan dari propagandis tersebut. Jepang melancarkan propagandanya dengan menggunakan cara persuasi yang ditempuh melalui himbuan, ajakan, iming-iming, dengan tujuan agar komunikan dengan senang hati, sukarela melakukan sesuatu sesuai dengan pola yang telah ditentukan oleh komunikator.

Peranan media menjadi sangat penting dalam proses komunikasi politik. Tidak hanya dalam konteks pendistribusian pesan umum, tetapi yang lebih penting adalah nilai berita yang akan diterima oleh khalayak. Dukungan dari media atas suatu aktivitas politik tidak hanya didasarkan pada asumsi besarnya suatu peristiwa politik, tetapi juga

nilai politik dari peristiwa tersebut (Arifin, 2003 :97-98).

McQuail mengungkapkan beberapa fungsi penting media massa antara lain sebagai sumber kekuatan atau alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. (McQuail, 2010 :3). Berdasarkan argumen tersebut diatas, pantaslah apabila media massa sangat berperan besar dalam mempercepat jarak penyebaran komunikasi serta sangat berpotensi dan efektif menjadi alat propaganda. Pemerintah yang berkuasa saat itu sangat berkepentingan dengan keberadaan media massa karena untuk menyampaikan pesan-pesan politik, media massa merupakan sarana yang sangat efektif sesuai dengan peran dan fungsi di atas.

Selama perang Dunia ke II, propaganda perang telah menjadi lebih penting dan menonjol. Sifat penting yang lebih modern dalam “perang total” adalah berusaha untuk mendorong bangsa-bangsa anggotanya agar berpartisipasi dalam kegiatan perang dan tidak hanya menyerahkannya kepada pasukan militernya saja. Rakyat dari negara-negara yang berbeda kebudayaannya harus dapat ditarik dan diikuti sertakan dalam kepentingan bersama. Berbagai usaha perlu dilakukan untuk merusak semangat (Sastroseto, 1991:20).

Penelitian ini popaganda putih menjadi dominan karena Jepang secara jelas ingin melakukan propaganda untuk menyebarkan kepentingannya. Ralp D. Casey berpendapat bahwa, propaganda adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk memantapkan suatu sikap atau merubah suatu pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program, dan dipihak lain, merupakan suatu usaha yang sadar dari lembaga-lembaga komunikasi untuk menyebarkan fakta dalam semangat obyektivitas dan kejujuran (Sastroseto, 1991: 33-34). Dengan demikian pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh pembacanya.

T^eknik propaganda, media massa membutuhkan sebuah teknik yang tepat. Dari hasil penelitian, teknik *Name Calling* dalam topik berita mengenai serangan militer menjadi urutan pertama. Seperti yang

diutarakan oleh Lasswell, salah satu teknik yang paling efektif dalam mencapai salah satu tujuan utama propaganda yaitu (Severin dan Tankard, 2011: 128):

1. Untuk menumbuhkan kebencian terhadap musuh.
2. Untuk melestarikan persahabatan sekutu.
3. Untuk Mempertahankan persahabatan dan jika mungkin, untuk menjalin kerjasama dcengan pihak-pihak yang netral.
4. Untuk menghancurkan semangat musuh.

Lasswell mengemukakan bahwa terdapat saran bagaimana caranya memusnahkan semangat juang musuh dan sebaliknya membangkitkan semangat juang jajarannya sendiri (Effendy, 2006 :160). Disini sangat jelas bahwa tujuan teknik *name calling* adalah untuk memperburuk citra lawan atau musuh dan membuat citra dirinya semakin terlihat baik dimata rakyat. Menurut William Albig, Sir Arthur Ponsoby, dalam tulisannya yang berjudul “Falsehood in war time” dengan penuh sesal telah menyatakan bahwa, di masa peperangan hal kebenaran dan kejujuran merupakan korban pertama. Kepalsuan adalah senjata yang paling ampuh dalam peperangan, dan tiap negara menggunakannya secara terang-terangan untuk menipu rakyatnya sendiri, menarik kaum netral dan untuk menyesatkan musuh (Sastroseto, 1991: 10).

William E. Daugherty bersama Morris Janowitz menyatakan bahwa penggunaan secara berencana propaganda dan kegiatan-kegiatan lainnya yang dirancangkan untuk mempengaruhi pendapat, emosi, sikap, dan perilaku pihak musuh, pihak netral, dan pihak kelompok asing dalam rangka mendukung pencapaian sasaran dan tujuan (Effendy, 2006:160). Uraian tersebut memberi gambaran secara jelas bahwa propaganda dilakukan sebagai strategi demi tujuan yang hendak dicapai oleh propagandis.

Penutup

Temuan hasil penelitian ini telah menjawab pertanyaan bahwa majalah Djawa Baroe mengandung muatan propaganda yang dilakukan oleh Jepang sehingga dapat memanipulasi rakyat Indonesia. Penyebaran

informasi terhadap isu-isu tertentu sangatlah mempengaruhi cara berpikir dan berperilaku rakyat Indonesia. Kedatangan pasukan Jepang dengan segala propagandanya menjadi mimpi buruk bagi bangsa Indonesia yang mengharapkan terbebas dari belenggu penjajahan. Banyak yang dilakukan Jepang, namun akhirnya tertuju demi kepentingan perangnya sendiri. Dalam rangka memperlancar pelaksanaan kebijakan wilayah pendudukan Jawa, pemerintah militer Jepang memberikan perhatian besar tentang bagaimana “menyita hati rakyat” (misbin ba’aku) dan bagaimana mengindoktrinasi dan menjinakkan mereka (senbu kosaku). Mereka beranggapan bahwa perlu mobilisasi seluruh masyarakat dan membawa sepenuhnya mentalitas rakyat Indonesia menuju kesesuaian dengan ideologi Jepang tentang Lingkungan Kemakmuran Bersama Timur Raya (Kurasawa, 2015: 247).

Melalui usaha propaganda semacam itu, apa yang ingin dikesankan Jepang kepada rakyat Indonesia?. Sasaran pokok propaganda Jepang adalah memobilisasikan masyarakat Indonesia demi upaya perang Jepang dan demi tujuan tersebut mungkin mereka merasa perlu mengalihkan mentalitas rakyat Indonesia ke dalam mentalitas Jepang. Pengajaran ideologi mengenai Lingkungan Kemakmuran Bersama Asia Timur Raya harus disusupkan dan diterima masyarakat Indonesia (Kurasawa, 2015:291). Jepang berharap kepentingan dan tujuan mereka dapat tercapai melalui propaganda.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Kurasawa, Aiko, 2015. *Kuasa Jepang di Jawa, Perubahan Sosial di Pedesaan*. Depok : Komunitas Bambu.
- Mc Quail, Dennis. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga

- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Penerjemah Tjun Surjaman. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sastropetro, Santoso, RA. 1991. *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung: Alumni.
- Severin, J.Werner & Jr, James W.Tankard. 2011. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, Edisi Kelima. Jakarta: Prenada Media.