**Bab 1**

**Sejarah Politik Media**

**Masriadi Sambo**

**SALAH** satu lingkup kajian sosiologi politik adalah bagaimana nilai, informasi, atau doktrin politik disiarkan oleh agen-agen instusi di dalam masyarakat. Pada tingkat paling mula, “agen primer sosialisasi politik”[[1]](#footnote-1) itu adalah keluarga atau orang-orang di lingkungan sekitar. Dari sana, minimal seorang anak atau remaja akan memperoleh pengetahuan mengenai sejarah bangsanya, siapa presiden pertama, ideologi apa yang dianut negara, dan seterusnya.

Oleh negara, setiap keluarga diidamkan sebagai pengarah orientasi politis yang efektif, meski disadari hal tersebut akan lebih banyak dibentuk oleh tekanan-tekanan di luar keluarga. Karena bagaimana pun juga, faktanya, dunia luar akan memberi pengetahuan yang lebih komprehensif mengenai politik ketimbang keluarga. Maka bisa dikatakan keluarga sarana tradisional sosialisasi politik. Sementara informasi atau pengetahuan lanjutan akan didapatkan dari agen-agen di luar keluarga, terutama media massa.

Rasanya, tak berlebihan bila dikatakan bahwa dewasa ini media adalah agen yang paling cakap mempresentasikan pilihan-pilihan politik yang lebih lengkap dan dalam kepada khalayak. Media dapat memantapkan simpati seseorang pada nilai atau entitas politik tertentu. Sampai ketika pengaruh politik media sudah sedemikian kuatnya seperti saat ini, segenap sarana tradisional sosialisasi politik menurun pengaruhnya.

Sebab itulah tak mengherankan bila saat ini ada keluarga-keluarga yang sandaran politik para anggotanya terpilah-pilah; ada kepala keluarga yang sangat mendukung setiap aktivitas militer tempur, bahkan manuver di dalam politik, sementara anaknya menjadi aktivis antimiliterisme dan antipretorianisme; seorang pemuda menjadi pendukung partai A, padahal keluarga besarnya adalah simpatisan partai B. Masih banyak contoh lain.

Akan tetapi, sebagaimana dikatakan Heywood, tetap ada “sebagian kecil pengamat meragukan kemampuan media untuk membentuk sikap-sikap dan nilai-nilai politik, atau paling tidak, membentuk pilihan poitik elektoral dengan memengaruhi persepsi-persepsi publik tentang sikap dan pengaruh dari isu-isu dan problem-problem”.[[2]](#footnote-2) Keraguan mereka tentu tidak dilandaskan dengan pengamatan atas betapa sangat diperhitungkannya kekuatan media saat ini. Bukan hanya dalam memengaruhi sikap politik individu per individu, bahkan mampu menjadi salah satu pendorong perubahan kebijakan (strategis) negara.

Akan tetapi, perlu ada penjelasan mengenai model-model media yang ada. Sebab, term “pengaruh politik media”, “kekuatan media”, atau “media adalah agen sosialisasi politik paling cakap” memberi kesan bahwa media sangat monopolistik, yang mana setiap gagasan atau informasinya didesakkan kepada publik sampai mereka tak dapat menghindar dari pengaruhnya dan merasa apa yang disiarkan adalah “kebenaran tunggal”.

Meski memang ada media yang bersifat demikian, yang akan banyak muncul di masa perang untuk keperluan penyebarluasan propaganda, tetapi ada media-media yang bercorak pluralis, yakni memberikan ruang untuk bermacam nilai, gagasan, dan informasi bertemu di dalamnya.

Untuk memahami dampak politik dari media, Heywood menyarankan agar kita memahami terlebih dahulu empat teori model media.[[3]](#footnote-3) Pertama, model ideologi dominan. “Model ideologi dominan menggambarkan media massa sebagai sebuah kekuatan yang konservatif secara politik yang diselaraskan dengan kepentingan-kepentingan dari elite-elite ekonomi dan sosial, dan berperan mendorong kerelaan atau kepasifan politik di kalangan masyarakat”. Target media model ini adalah kehendak pemilik media. Sebab itulah faktor “kepemilikan individu” punya pengaruh besar dalam hal ini.

Kedua, model nilai-nilai elite. Model ini “menggeser perhatian menjauh dari kepemilikan perusahaan-perusahaan media menuju mekanisme melalui mana *output* media dikontrol. Pandangan ini mengemukakan bahwa para editor, jurnalis, dan penyiar memiliki independensi profesional yang signifikan, dan bahwa bahkan para pemilik media yang paling intervensionis sekalipun hanya mampu untuk menyusun sebuah agenda politik secara luas, tetapi tidak untuk mengontrol pembuatan keputusan editorial dari hari ke hari. Bias politik dari media karenanya mencerminkan nilai-nilai dari kelompok-kelompok yang memiliki keterwakilan cukup besar atau dominan di kalangan profesional semuanya”.

Ketiga, model pasar. Model ini “berbeda dari model-model lain, di mana ia menyingkirkan ide tentang bias media: ia berpandangan bahwa surat kabar dan televisi merefleksikan daripada membentuk pandangan-pandangan masyarakat umum. Ini terjadi karena, tanpa melihat pandangan-pandangan personal dari pemilik media dan para profesional senior, pertama dan terutama, perusahaan-perusahaan yang memperhitungkan pemaksimalan keuntungan dan karenanya ada perluasan pasar. Media karenanya memberi kepada masyarakat ‘apa yang mereka inginkan’, dan tidak mampu menyingkirkan para pemirsa atau pembaca dengan menyajikan sudut-sudut pandang politis yang mungkin tidak mereka setujui.

Keempat, model pluralis. “Model pluralis tentang media massa menggambarkan media sebagai sebuah pasar ideologis di mana berbagai macam pandangan politik diperdebatkan dan didiskusikan. Sementara tidak menolak ide bahwa media dapat memengaruhi pandangan-pandangan dan sikap-sikap politik, ia akan mengemukakan bahwa dampak mereka secara esensial bersifat netral, di mana mereka cenderung merefleksikan keseimbangan dari kekuatan-kekuatan di dalam masyarakat luas. Pandangan pluralis ... menggambarkan media dalam sudut pandang yang sangat positif. Dalam menjamin sebuah ‘masyarakat yang berpengatahuan’, media massa memajukan kualitas demokrasi dan menjamin bahwa kekuasaan pemerintah dapat diawasi”.[[4]](#footnote-4)

Kepasifan[[5]](#footnote-5) masyarakat yang dibangun media adalah soal penerimaan mutlak atas informasi atau gagasan yang disampaikan media, yang muaranya adalah untuk memuluskan kehendak penguasa atau negara. Masyarakat dipengaruhi sampai pada tingkat agar mereka tidak lagi mempertanyakan apa yang dibaca atau didengarnya, apalagi mencari tahu keabsahannya. Selain merekayasa “kenyataan”, media juga memikirkan bagaimana rekayasa itu harus diterima mentah-mentah. Publik dibentuk menjadi pasif untuk keperluan memperkuat ideologi dominan.

Hal seperti inilah yang acap kali dilakukan media semasa perang. Bahkan betapa pun mereka harus menerbitkan berita-berita yang dapat menaikkan *rating* untuk memperoleh pendapatan lebih besar, hal itu dapat dikesampingkan dalam perang karena harus mengutamakan konten-konten yang berisi propaganda. Bahkan propaganda sendiri kadang dapat mendorong naiknya *rating* media manakala publik sudah semakin menggemarinya.

Kalaupun tidak memengaruhi peringkat media dalam tabel *rating*, mereka masih bisa mendapatkan pemasukan yang lebih besar (subsidi) dari negara selaku pihak yang paling getol menyebarluaskan propaganda selama perang (masalah ini dibahas lebih lanjut pada bab 4).

Bab ini akan difokuskan untuk membahas politik media semasa perang. Penulis mengambil dua kasus perang besar di mana media ikut bermain di dalamnya, yakni Perang Dunia I dan Perang Dunia II.

1. **Politik Media dalam Perang Dunia I**

APAKAH hanya bedil, peluru, granat, tank, atau pasukan tempur yang dibutuhkan dalam peperangan? Sejarah menunjukkan, para pelaku peperangan tidak hanya mengupayakan kemenangan di medan-medan pertempuran. Di suatu tempat, jauh dari arena perang, digerakkanlah divisi yang bertugas menyampaikan informasi situasi peperangan, mendekonstruksi citra lawan, mempropagandakan kebenaran ideologi diri, hingga mengaburkan objektifitas-objektifitas tertentu (rekayasa fakta dan sejarah) untuk meraih simpati khalayak, termasuk membangun sikap properang.

Pasalnya, sering kali negara harus berhadapan dengan kelompok-kelompok warga yang pada dasarnya sangat mencintai negaranya, tetapi sangat menentang keputusan negara yang memilih perang sebagai jalan keluar. Dalam hal ini, pertama-tama negara akan membangun emosi warga dengan mengatakan bahwa perang yang dilakukan adalah upaya membela diri karena pihak eksternal yang memulai perseteruan. Barulah kemudian, setelah warga dibuat mengerti, entah itu dengan penjelasan berdasarkan kebenaran atau dusta belaka, disampaikan propaganda-propaganda lainnya untuk semakin mengentalkan amarah warga. Dan divisi tersebut berperan pula dalam hal ini, selain menyampaikan informasi yang akurat dan jujur.

Informasi mengenai situasi di medan pertempuran dibutuhkan oleh para pengambill kebijakan—yang tentu saja tak ikut angkat senjata. Mereka perlu tahu soal pergerakan musuh atau kebutuhan-kebutuhan serdadu yang mendesak seperti amunisi, obat-obatan, dan makanan. Kepada publik perlu pula dikabarkan hal-hal semacam itu, disertai dengan agitasi-agitasi guna mengentalkan kecintaan mereka terhadap para pejuang dan kebencian pada musuh yang tengah dihadapi.

Umumnya, pembentukan persepsi publik terhadap musuh dalam perang melibatkankan citra kesadisan, tentara yang barbar, negara yang suka melanggar aturan perang (membunuh wanita, anak-anak, dan tentara yang sudah menyerah), dan hal-hal negatif lainnya.

Dengan begini kebencian terhadap musuh semakin mengental. Terlebih bila pada saat itu tengah diberlakukan wajib militer. Keberanian kadang harus dibangun dengan kemarahan. Jika pada individu per individu sudah terbangun amarah yang demikian, ideologi lebih mudah disuntikkan. Dan pula akan lebih mudah diterima. Propaganda penyebaran ideologi tidak dengan agenda tunggal, yakni dengan pengajakan menganut ideologi dan kesediaan bela negara yang disampaikan negara ke masyarakat saja.

Istilah propaganda menunjuk pada segala usaha untuk memenangkan penerimaan atas sebuah sebab, sistem atau keadaan baik dengan pujian akan hal tersebut, atau dengan fitnah terhadal pilihan-pilihan yang lain yang diketahui maupun belum diketahui. Penerimaan tersebut berusaha dibuat dengan pengabaian atas kebenaran, pertimbangan akal, dan kecerdasan manusia.[[6]](#footnote-6) Dalam hal ini, media menjadi mesin propaganda yang sangat ampuh. Bagaimana teknik-teknik yang dijalankan untuk mengendalikan pikiran menjangkau begitu luas ruang sosial. Yang menjadi sangat penting dalam propaganda adalah konsep tentang “musuh”. Terutama dalam propaganda di era modern. Maka kedamaian pikiran akan dikacaukan. Sebab, kedamaian pikiran dapat mendorong orang-orang untuk mempelajari pesan-pesan yang diterima dan oleh karenanya pengonsepan tentang musuh menjadi tak diterima dengan serta-merta.[[7]](#footnote-7)

Secara konsepsional, ada tujuh teknik propaganda. Pertama, *name calling*. Pemberian label atau persepsi yang buruk terhadap orang, gagasan, dan objek yang dimusuhi adalah ciri utama teknik ini. Selain itu, pelabelan tersebut juga diupayakan sambil membuat pihak yang ingin diraih dukungannya tidak mengecek lagi fakta yang sebenarnya, apakah orang, gagasan, dan objek yang dilabel buruk benar-benar begitu atau tidak. Kedua, *glittering generalities*. Berkebalikan dengan *name calling*, teknik ini bertujuan untuk menyematkan citra kebaikan atau hal-hal positif agar didukung. Kesamaannya, *glittering generalities* pun mengupayakan agar pelabelan “benar”, “baik”, “positif” tidak ditelaah lagi oleh sasaran propaganda. Ketiga, *transfer*. Teknik ini dilakukan dengan menyalurkan citra positif dan pengaruh seorang tokoh kepada orang, gagasan, atau objek sehingga memiliki citra yang baik pula seperti pemilik citra tersebut.

Keempat, *plain folk*. Sering digunakan oleh perseorangan, teknik ini menyebarkan gambaran bahwa seseorang memiliki karakter membumi, setara dengan orang kebanyakan yang menajdi objek propaganda, sehingga simpati diraih. Kelima, *testimonial*. Orang-orang yang memiliki karisma dan pengaruh luas dimanfaatkan oleh pelaku propaganda untuk membuat testimoni-testimoni kepada sesuatu yang untuk memberikan citra baik atau buruk. Jadi propagandis berdiri di belakang panggung, kerabat mereka yang terhormat yang berbicara.

Keenam, *card stacking*. Pada setiap orang, gagasan, atau objek terdapat sisi baik-buruk, kelebihan-kekurangan, atau positif-negatif. Namun teknik propaganda ini digunakan untuk menonjolkan satu sisi saja dari suatu objek, misalnya keburukannya saja. Salah satu aspek yang ditonjolkan pada suatu gagasan, misalnya, akan memunculkan persepsi bahwa tidak ada kualitas yang berseberangan pada gagasan tersebut.

Ketujuh, *bandwagon technique*. Teknik ini digunakan untuk membuat sasaran propaganda merasa sebagai bagian dari minoritas, dan apa yang diyakininya tidak diyakini mayoritas. Dan apa yang diyakini mayoritas adalah kebenaran. Propaganda ini memberi dampak psikologis di mana orang akan merasa tersudut, asing, dan tidak seharusnya meyakini apa yang mulanya diyakininya.[[8]](#footnote-8)

Ian Cooke menemukan bahwa penggunaan propaganda dalam perang bukanlah sesuatu yang baru dilakukan di era modern. Dalam telaahnya, propaganda sudah dilakukan sejak peradaban prateknologi. Di era Yunani Kuno, dikenal seorang filsuf bernama Aristoteles. Umumnya ia dikenal menulis tentang filsafat politik saja. Padahal Aristoteles juga menulis propaganda, yakni bagaimana caranya memotivasi pendengar ketika seseorang yang hendak menyebarkan pengaruhnya di hadapan khalayak. Kemudian, kita cukup mengenal Sun Tzu yang kira-kira 2.500 tahun lalu menulis *The Art of War*. Namun propaganda dilakukan dengan lebih signifikan dan luas menjelang Perang Dunia I. Pada tahun 1914, Perdana Menteri Inggris mendirikan Wellington House, sebuah departemen rahasia yang bertugas menyebar propaganda ke luar negeri dan menangkal propaganda dari luar negeri. Wellington House merekrut penulis, seniman, wartawan, dan editor surat kabar untuk memproduksi nasihat-nasihat Inggris mengenai perang.[[9]](#footnote-9)

Gagasan utama yang digunakan oleh dua pihak yang berperang adalah “mereka adalah ancaman terhadap tata dunia yang akan kita bangun”. Di sini jelas terlibat benturan ideologi. Gagasan tersebut bersifat umum, yang spesifik ialah ideologi yang pula memuat bagaimana tata dunia yang baik itu dibangun. Dan hal-hal spesifik itulah yang kemudian dilabel dengan stigma buruk, seperti “antiagama”, “tidak manusiawi”, atau “ide orang-orang jahat”. Bersamaan dengan itu, diekspos pula kelemahan-kelemahan atau kontradiksi-kontradiksi yang ada pada gagasan lawan. Dan umumnya, ketujuh teknik propaganda tersebut digunakan dalam perang, termasuk pada Perang Dunia I.

Perang Dunia I melibatkan pertempuran dua kubu, yakni kubu Allies (Rusia, Perancis, dan Britania Raya) dengan Central Powers (Jerman, Austri-Hongaria, dan Italia). Dan masing-masing kubu menggerakkan media-media di negaranya untuk keperluan perang. Di sinilah politik media memainkan peranannya di dalam perang.

Selain soal pengaburan, rekayasa, atau aktualitas informasi yang disampaikan, politik media di masa perang adalah juga soal memuat pandangan-pandangan perorangan yang properang. Opini-opini mendapatkan tempat khusus. Maka, perang juga merangsang lahirnya pemikiran-pemikiran. Dan ketika perang usai, hal ini akan semakin berkembang.

Hans J. Morgenthau mengatakan, setelah Perang Dunia I, persoalan luar negeri mulai menjadi masalah ilmiah. Semakin banyak negara yang mengalami kedatangan ilmu pengetahuan, yang mana di situ kemampuan berpikir sangat dipertimbangkan. Pembentukan opini pun mulai diawali dengan diamatinya gejala di sekitar lalu barulah ditarik kesimpulan. Ketika hal ini berpengaruh terhadap sikap massa, maka pemikiran diposisikan sebagai salah satu kekuatan politik.[[10]](#footnote-10) Morgenthau menulis,

“Selama dan sesudah Perang Dunia I, popularitas yang meluas diberikan kepada opini, yang dimainkan para intelektual yang berstatus *opinion leader*, bahwa intrik-intrik para diplomat banyak mengambil bagian, kalau bukan bagian terbesar, pentanggung jawaban terjadinya perang itu, bahwa sifat rahasia dari negosiasi-negosiasi diplomatik merupakan residu yang berkenaan pemulihan kembali versi kuno (atavisme) dan berbahaya yang berasal dari masa lampau yang, aristokratis, dan bahwa negosiasi-negosiasi internasional yang dilaksanakan dan diputuskan berdasarkan kewaspadaan opini umum yang suka damai tidak dapat semata-mata meningkatkan tujuan perdamaian”.[[11]](#footnote-11)

Peran intelektual selama dan sesudah Perang Dunia I mulai mendapatkan tempat. Terlebih bagi intelektual yang bergerak di bidang ilmu teknik, yang memiliki kecakapan dalam pembuatan sejanta, terutama alat peledak yang berkekuatan tinggi seperti bom atom.

Artinya, Perang Dunia I—dan situasi setelahnya—menyerap begitu banyak kaum cerdik pandai dari segala latar belakang keilmuan. Hal ini mematahkan asumsi kasar bahwa perang adalah soal memainkan “otot” saja, menihilkan “otak”. Dan kalaupun yang terakhir itu dipakai, tak lebih dari soal memikirkan stategi perang. Asumsi dangkal ini tentu dibentuk dari amatan yang kurang mendalam, bahkan mungkin pemikirnya tidak melakukan studi sama sekali. Padahal eksperimen saintifik bahkan bisa menjadi tindakan pertama sebelum suatu keputusan di medan perang diambil.[[12]](#footnote-12)

Sementara untuk kepentingan propaganda, ilmuwan komunikasi dan politik pun dilibatkan. Ditambah lagi para ahli dalam keterampilan-keterampilan teknis macam pembuatan film. Hal ini seperti diterangkan Suyuti S. Budiharsono bahwa

“Sejak Perang Dunia I, film berfungsi dalam menyampaikan informasi, opini, dan juga hiburan. Film berita merupakan media informasi. Film dokumenter merupakan media informasi dan edukasi. Film dan teater semakin berbeda fungsinya. Film dianggap sebagai media pers sehingga timbul pertanyaan mengapa film harus dikenakan lisensi dan sensor sementara media cetak sudah bebas dari kedua pembatasan tersebut. Memang film merupakan media komunikasi yang masih muda dan menjangkau pemirsa lebih luas yang relatif masih berusia muda sehingga film bisa memengaruhi moral masyarakat. Namun, para pemikir liberal menganggap bahwa film juga merupakan lembaga penting dalam masyarakat demokratis.[[13]](#footnote-13)

Film adalah media propaganda untuk menjangkau kelompok masyarakat yang belum membudayakan membaca dalam kehidupan sehari-hari. Di samping film, ada musik. Dalam *Music as War Propaganda: Did Music Help Win The First World War?*, K.A Welss mengatakan bahwa pada Perang Dunia I, musik sudah menjadi fitur propaganda yang menonjol. Musik, terutama yang dapat menumbuhkan nasionalisme, dihidupkan di rumah-rumah sampai medan peperangan. “Kebanyakan rumah memiliki piano, dan setidaknya satu orang dari tiap-tiap keluarga tahu cara memainkannya, memberikan satu bentuk hiburan bersama dan sosialisasi,” tulis Welss.[[14]](#footnote-14)

Musik yang menyentuh semua sudut sosial kemudian menjadi sebuah media besar untuk penyampaian pesan. Menyadari kemampuan musik ini, pemerintah di negara-negara yang terlibat Perang Dunia I menggunakannya sebagai alat untuk menginspirasi warga, menumbuhkan kebanggaan, patriotisme, dan kesediaan warga untuk berjuang dengan negara, mendukung tanah air, serta menyumbang dana—yang pada saat itu banyak terserap untuk pembiayaan perang.

Lantas pemerintah di masing-masing negara pun berkoordinasi dengan perusahaan-perusahaan industri musik untuk memperbanyak produksi lagu-lagu properang, dan dilakukan segala macam upaya pula agar populasi membeli album-album musik seperti itu. Dua keuntungan didapat dari strategi ini: moral warga negara dan uang dari hasil penjualan yang dapat digunakan pula untuk pembiayaan perang.[[15]](#footnote-15)

Komponis, pencipta lagu, penyanyi, dan penerbit musik pun menjadi agen propaganda ketika itu. Setiap lirik lagu akan ditelaah dulu oleh negara. Kadang negara meminta adanya penajaman pada lirik. Penajaman yang tentu saja untuk keperluan politis, bukan berdasarkan pertimbangan artistik atau sastrawi. Misalnya, ada lagu yang khusus dibuat untuk menimbulkan “rasa malu pada mereka yang tidak mendukung perang”. Didukung pula oleh lagu-lagu yang liriknya merendahkan/mengejek lawan.

Jerman, misalnya, membuat lagu yang liriknya bercerita tentang ketakutan orang-orang di negara musuhnya; yang mana cara mereka melawan serangan Jerman adalah dengan melarikan diri atau bersembunyi di ruang bawah tanah. Ini bentuk ejekan dalam perang. Tidak semua orang suka membaca. Dan tidak semua orang sempat membaca dalam situasi perang. Tapi mendengarkan musik masih sangat memungkinkan dilakukan orang banyak. Oleh karena itu, mereka yang jarang dan sukar terlibat dalam kegiatan membaca teks-teks politik propaganda akan dijangkau dengan musik.[[16]](#footnote-16)

Oleh para historikus, Perang Dunia I disebut sebagai perang media pertama dalam sejarah manusia. Saat itu, sebagaimana dalam situasi-situasi perang lainnya, negara akan mengoordinasi seluruh komponen vital dalam kehidupan sosial-politik. Dan negara menyadari media massa adalah salah satunya. Sehingga kemudian, media massa dikoordinasikan pula untuk keperluan perang. Tatkala kevitalan media disadari bukan oleh hanya satu pihak dalam perang, melainkan seluruh aktor perang yang terlibat, maka perang media pun tak terelakkan.

Perang Dunia I disebut pula dengan “perang total”. Ia melibatkan seluruh komponen bangsa, termasuk anak-anak dan perempuan, untuk memproduksi berbagai hal. Saat itu, material diproduksi secara besar-besaran dengan teknologi yang belum maju seperti sekarang.

Di Inggris, ada 40 juta item diproduksi untuk kegunaan di luar negeri selama 10 bulan pada tahun 1917 saja. Salah satu item adalah alat publikasi massal. Media-media berisi konten propaganda banyak diarahkan ke tempat-tempat musuh, terutama warga negara lain, dengan cara dijatuhkan dari pesawat terbang. Untuk setiap edisi bisa dicetak sampai 500.000 eksemplar dengan pembagian ke dalam 11 bahasa.[[17]](#footnote-17)

Media di masing-masing negara tidak hanya menjalankan fungsi jurnalistik dalam kaidah kredibilitas saja. Kadang atas nama nasionalisme, media menjalankan politik pemberitaan. Dalam hal ini, media menjalankan dua fungsi. Pertama, bagi media yang diperkenankan meliput langsung di medan perang atau sekadar mendapatkan informasi sekunder dari konferensi atau siaran pers para petinggi militer, suatu keharusan menerbitkan berita-berita mengenai situasi faktual. Ini adalah fungsi niscaya media.

Kedua, media berperan membentuk sikap atau opini warga lewat bacaan-bacaan yang mereka produksi, atau yang mereka seleksi dari kiriman-kiriman warga. Nasionalisme pemilik media, serta para profesional senior di dalamnya, mendorong media mengabaikan netralitas dengan memihak penuh pada setiap keputusan negaranya. Ketidaknetralan semacam ini justru dipuja di masa perang. Media di negara A justru akan dikecam jika dengan prinsip netralitasnya memberitakan kebenaran mengenai kecaman negara B soal hal-hal yang dilanggar oleh negara A. Politik media semacam ini dilihat tak dapat terelakkan.

Perang Dunia I terjadi datang pada saat berinteraksinya faktor-faktor politik, sosial, perdagangan, militer, dan teknologi dengan media yang memiliki jangkauan yang luas untuk kepentingan menyebarkan propaganda dan segala macam informasi di medan perang. Usaha itu melibatkan koran, pidato, film, foto, poster, buku, pamflet, majalah, dan kartun.[[18]](#footnote-18) Menarik dicermati di sini, ada penggunaan kartun. Di samping itu ada karya sastra.

Saat itu, media sebenarnya telah sangat memperhitungkan segmen usia pembaca. Pembagian segmen ini memengaruhi pola penyampaian informasi atau propaganda. Pada segmen usia anak-anak dan remaja, sastra berperan penting sebagai mesin propaganda perang. Informasi faktual, rekayasa fakta/sejarah, hingga doktrin politik disampaikan lewat cerita-cerita yang disertai karikatur untuk menarik perhatian. Artinya, politik media dijalankan dengan begitu terperinci, diupayakan mendatangkan hasil yang maksimal. Ini menunjukkan bahwa media pada Perang Dunia I tidaklah kolot sebagaimana yang kita bayangkan.

Meski demikian, penyebarluasan informasi dan propaganda tentu tak secepat sekarang. Ryan Guiboa menyebut masa itu masih mengandalkan “sistem kuno komunikasi selama perang”. Bahkan pangkal rantai penyebaran informasi dimulai bukan dengan penggunaan teknologi, tetapi menjadikan manusia/prajurit perang sebagai pembawa berita ke kantor pemerintah atau media. Sering kali berita membutuhkan beberapa hari bahkan minggu. Kadang prajurit pembawa berita masih mengenakan seragam tempur penuh noda ketika menyampaikan kabar yang terjadi di lokasi kejadian.[[19]](#footnote-19)

Keterbatasan kecepatan komunikasi ini juga terjadi dalam kasus hubungan kerja para diplomat di setiap negara dan bagaimana kemudian mereka melaporkan hasil perundingan. Terbatasnya media komunikasi modern pada suatu era memastikan bahwa di era tersebut media massa belum berkembang luas. Sebelum dan ketika Perang Dunia I, diplomasi menyita energi fisik yang lebih besar ketimbang dengan apa yang dialami para diplomat di waktu sekarang.

Menjelang Perang Dunia I, Amerika Serikat rutin berdiplomasi dengan Inggris Raya. Masing-masing pihak sepakat menetapkan perwakilan-perwakilan tetap untuk melakukan negosiasi-negosiasi. Perwakilan Amerika Serikat memiliki wewenang di London, perwakilan Britania Raya pun demikian di Washington. Morgenthau mengatakan, “Perwakilan-perwakilan tetap ini penting, karena fasilitas-fasilitas pengiriman dengan cepat dan teru-menerus pesan-pesan yang terinci adalah tidak praktis, dan, lebih-lebih, karena perjalanan yang memakan waktu banyak itu menyebabkan konsultasi-konsultasi yang bersifat pribadi mustahil dilakukan tanpa menimbulkan gangguan pada negosiasi-negosiasi tersebut”.

Kedua pihak biasanya menggunakan dua sarana untuk kegiatan diplomatik: pesawat telepon transatlantik dan pesawat terbang transatlantik. Pesan-pesan yang tidak bisa dipaparkan langsung akan disampaikan lewat telepon oleh kedua diplomat. Untuk yang meminta pertemuan tatap muka (sekarang diplomasi tatap muka bisa melalui *video call*—pen), biasanya para diplomat naik pesawat malam hari agar dapat memulai diplomasi pada keesokan paginya. Diplomasi pulang pergi (*shuttle diplomacy*) seperti ini bisa membuat seorang diplomat dua kali melintasi lautan atlantik dalam sehari saja. Begitu selesai, diplomat akan segera bertolak pulang untuk menyampaikan sesegera mungkin laporan atau hasil diplomasi. Selanjutnya, diplomat akan diberi instruksi-instruksi selanjutnya.[[20]](#footnote-20)

**Sensor publikasi dan politik (pemilik) media**

Perang adalah “pertentangan yang melibatkan kekerasan antara negara-negara dengan tujuan untuk saling mengalahkan dengan kekuatan angkatan bersenjata, dengan tujuan untuk meraih atau menjamin permintaan-permintaan dan klaim-klaim tertentu. Semua perang melibatkan kekerasan, betapa pun kecilnya”.[[21]](#footnote-21)

Perang selalu berisi kejahatan-kejahatan. Meski ia diakui dan diatur di dalam hukum internasional. Kita biasanya mendengar istilah “kejahatan perang” (*war crime*). Istilah ini merujuk pada terjadinya perilaku selama perang yang melukai para pelaku perang maupun warga sipil, dan perilaku yang keluar dari batas permusuhan yang sah menurut hukum-hukum perang.[[22]](#footnote-22)

Kejahatan perang di medan pertempuran adalah apa yang akan diberitakan media, entah dengan objektif atau tidak. Kadang dalam situasi perang, pembaca koran perang pun tak peduli dengan hal tersebut. Sejauh media memuat konten yang membangkitkan moral mereka terhadap perjuangan negaranya, pembaca pun puas.

Dan sebagaimana disebutkan di muka bahwa perang media pertama dalam sejarah umat manusia terjadi pada saat Perang Dunia I, ternyata di dalam perang media pertama tersebut pun terjadi berbagai kejahatan. Jika di dalam perang saja terjadi pelanggaran atas hukum perang, apalagi dalam perang media yang pada saat itu regulasi mengenai pemberitaan media belum sekomprehensif sekarang. Politik media kadang tak bisa mengelakkan kejahatan-kejahatan tertentu.

Oleh oleh Roy Greenslade, itu disebut dengan istilah “kejahatan jurnalistik”. Greenslade mengatakan, “Perang Dunia I, selain dipenuhi kejahatan kemanusiaan, juga adalah sejarah kejahatan jurnalistik”. Kejahatan itu adalah soal “kesediaan untuk memublikasikan propaganda sebagai fakta”. Sebagai contoh,

“Mereka menerbitkan cerita palsu mengenai barbarisme Jerman, yang diterima sebagai fakta. Meskipun warga Belgia dan Perancis dieksekusi sebagai pembalasan oleh tentara Jerman pada bulan-bulan awal perang, banyak cerita tak terverifikasi—kemudian disebut ‘kekejaman propaganda’—yang sepenuhnya tidak benar”[[23]](#footnote-23)

Dalam hal ini, tentu tak adil jika mengecam wartawan atas “pembersihan” isi liputan media. Pasalnya, seperti biasa, wartawan dicegah menginformasikan fakta-fakta tertentu kepada publik oleh tiga kekuatan besar: pemerintah, militer, dan pemilik media mereka sendiri. Sementara itu, sensor pun ternyata bisa dilakukan tanpa harus menggunakan tindakan-tindakan koersif, karena justru didukung oleh komitmen pemiliknya sendiri untuk memilih jalan sebagai media properang.[[24]](#footnote-24) Wartawan dalam hal ini tentu tak punya banyak pilihan. Hal seperti ini berlangsung sampai sekarang, meski sesekali terdengar kisah heroik dari satu-dua wartawan yang berani mendobrak tekanan dari ketiga pihak tersebut.

Menghadapi tekanan negara, terkadang media bisa membandel. Resistensi media terhadap sensor atau larangan meliput juga termasuk dalam aktivitas politik media. Selain faktor resistensi itu, pemilik media pun bisa menyisipkan suatu kepentingan dari strategi melawan kebijakan negara, yang mana umumnya adalah membangun pengaruh politik untuk naik pada pos-pos jabatan strategis tertentu di masa perang.

Di Inggris, media dikontrol ketat dengan dasar penggunaan hak paksa yang melekat pada negara.[[25]](#footnote-25) Sensor terhadap media saat itu menjadi salah satu agenda memperkuat pertahanan negara. Kebijakan tersebut memberi kekuatan pada otoritas untuk membungkam kritik terhadap kebijakan perang. Salah satu isi kebijakan tersebut adalah melarang orang menyebarkan kabar-kabar yang dapat menyebabkan kekecewaan atau kemarahan penduduk sipil baik dari mulut ke mulut atau secara tertulis. Tujuannya tentu untuk mencegah publikasi apa pun—yang tafsirannya—dapat membuat keyakinan orang-orang Inggris terhadap keharusan perang menjadi merosot.[[26]](#footnote-26)

Berbeda dengan di Jerman, ketika perang mewabah jaringan semi-resmi milik Jerman sudah ada di negara-negara lain untuk menyebarkan pandangan yang menguntungkan Jerman. Untuk media di dalam negeri maupun luar negeri, militer Jerman menekankan konten-konten yang disebarkan harus membangkitkan moral warganya dan warga dari negara-negara sekutu. Dan untuk itu, pemerintah Jerman secara terbuka menyubsidi kantor berita semi-resmi yang mereka sensor atau kontrol, yakni *Wolff Telegraph Biro*, dan setelah perang disubsidi pula kantor berita radio *Überseedienst Transozean GmbH* yang tugasnya menyiarkan sebagian besar propaganda resmi Jerman. Ini berbeda dengan perlakukan pemerintah Inggris terhadap kantor berita *Reuters*.[[27]](#footnote-27)

Salah satu kontrol ketat Pemerintah Inggris selama Perang Dunia I adalah kebijakan Menteri Perang Lord Kitchener yang melarang wartawan meliput di garis depan pertempuran. Tapi ada dua wartawan yang nekat melanggarnya: Philip Gibbs dari *Daily Chronicle* dan Basil Clarke dari *Daily Mail*. Keduanya kemudian dianggap sebagai “penjahat jurnalistik” oleh otoritas. Mereka ditangkap dan, sebelum dipulangkan, diperingatkan akan ditembak jika tertangkap untuk kedua kalinya.[[28]](#footnote-28) Otoritas politik dalam masa perang tak takut mengancam jurnalis secara terang-terangan.Akan tetapi, kontrol yang ketat tersebut ternyata tidak bisa menahan semua pemberitaan negatif mengenai pemerintah dan militer.

Pada Mei 1915, seorang wartawan perang dari *Times* melanggar kebijakan tersebut dengan memberitakan masalah “kekurangan amunisi artileri” yang terjadi di medan perang. Laporan tersebut menimbulkan kegoncangan politik. Perdana Menteri Herbert Asquith akhirnya mengganti menteri persenjataan. Namun tiga bulan kemudian pemerintah mengalah dengan membiarkan tiga “wartawan terakreditasi” meliput dari garis depan. Jumlah tersebut terus bertambah seiring waktu. Hanya saja, sensor tetap dilakukan, untuk memastikan segala macam fakta yang berbahaya jika sampai ke telinga pembaca surat kabar Inggris tetap tersimpan dalam “kotak rahasia otoritas”.[[29]](#footnote-29)

Kekalahan paling berdarah dalam sejarah perang Inggris pada 1916, yang mana korban tewas di pihak Allied mencapai 600.000 jiwa, tidak diberitakan. Bahkan bencana di hari pertama tersebut dipublikasikan dengan berita kemenangan. Wartawan yang menulisnya, William Beach Thomas, kemudian mengaku sangat malu dengan apa yang ditulisnya itu. Termasuk dengan tidak diberitakannya fakta kemenangan telak pasukan Jerman.[[30]](#footnote-30)

*Daily Mail* selama Perang Dunia I menjalankan politik media propaganda anti-Jerman. Media ini memulai perlawanannya terhadap Jerman pada tahun 1914. Di samping itu, sikap tegasnya adalah mendorong kebijakan penguatan Angkatan Laut Inggris. Adalah pemiliknya ketika itu, Lord Northcliffe, yang banyak memainkan peran politik dalam penerbitan edisi ke edisi media tersebut. Ia berdalih itu semua adalah tugasnya untuk menjaga negara. Sebuah kewajiban bagi mereka yang mencintai negaranya sendiri.

Politik media yang dijalankan adalah dengan mengombinasikan patriotisme dan iman Kristen yang sangat melekat ddalam keberanian rakyat baik yang di medan perang maupun para wanita dan anak-anak. Retorika perang pun menjadi sangat emosional. Bagaimana *Daily Mail* memuat agitasi-agitasi dengan bahasa penuh kehormatan, kemuliaan perang dengan iman, dan kepahlawanan. Dalam salah satu edisinya, koran ini menulis: “Tugas kita adalah melangkah ke dalam lembah bayang-bayang kematian dengan keberanian dan iman—dengan keberanian untuk menderita, dan iman kepada Tuhan dan negara kita ... Kita harus berdiri bersama-sama pada saat ini ... Kita berdiri untuk keadilan, untuk hukum yang menentang kekerasan sewenang-wenang”.[[31]](#footnote-31)

Agitasi semacam ini bertemu dengan teks-teks propaganda soal kebiadaban para tentara Jerman, serta elite negara dan militernya yang dituduh memerintahkan langsung tindakan-tindakan keji. Artinya, *Daily Mail* hendak mengatakan bahwa pelanggaran atau kesadisan tentara di medan perang bukanlah insiden, pelanggaran prajurit semata, tetapi adalah perintah dari struktur komando. Dengan beginilah amarah rakyat dibangun, dan tidak dibutuhkan pemimpin negara dan militer yang lembek, lemah, atau sering salah strategi untuk melawan Jerman.

Perang Dunia I adalah saat di mana pengaruh politik Lord Northcliffe sedang berada pada puncaknya. Ia menggunakan *Daily Mail* untuk membeberkan kelemahan sejumlah pejabat yang bertanggung jawab atas perang yang membuat jatuhnya Herbert Asquith dari posisi Perdana Menteri Inggris. Yang paling disorot dari editorial-editorial yang dipublikasikan Notrhcliffe adalah soal krisis amunisi (yang juga diberitakan oleh *Times*) dan kelaparan yang melanda para prajurit karena kekurangan pasokan makanan, sehingga selain ribuan yang tewas karena serangan musuh, ada pula yang mati kelaparan. Ini kasus besar yang didapati wartawan media tersebut. Skandal ketidakbecusan beberapa pejabat ini membuat publik marah.

Manuver Northcliffe ini pun membawanya ke dalam kekuasaan. Mulanya ia ditunjuk sebagai kepala misi perang, kemudian Kepala Propaganda di Negara Musuh. Tidak sampai di situ, anggota keluarganya pun kecipratan untung: ada yang menduduki Menteri Udara dan Menteri Informasi.[[32]](#footnote-32)

**B. Politik Media dalam Perang Dunia II**

Perang Dunia II ditandai dengan tiga lingkup masalah besar yang diawasi betul oleh setiap negara yang terlibat. Pertama, urusan di dalam negeri. Yang mencakup di sini adalah soal bagaimana membangun moral atau nasionalisme warga untuk membela negara. Kedua, menangkal propaganda yang datang dari luar. Ketiga, menekan pihak-pihak yang dianggap pengkhianat, termasuk gerakan antiperang sendiri. Keempat, menyuntikkan propaganda ke negara-negara lawan, termasuk merekrut warga-warga lokal untuk menjadi pembelot atau mata-mata. Kelima, urusan pengisapan sumber daya alam di negara-negara jajahan.

Politik media di negara jajahan dilakukan untuk membuat sikap tunduk berdasarkan keyakinan bahwa kaum pribumi memang layak menyandang status “manusia kelas dua” dan orang-orang Eropa yang datang adalah “manusia unggul”. Pada sisi ini, faktor kebudayaan dimainkan sedemikian rupa. Inilah yang disebut dengan “imperialisme kebudayaan”. Suatu strategi penundukan secara halus yang akan lebih efektif apabila media dipakai di dalamnya. Artinya, imperialisme kebudayaan ini baru bisa dilakukan jika telah tersedia media massa yang berpihak pada otoritas. Tapi, apakah imperialisme kebudayaan itu?

Seperti halnya semua gagasan, ideologi merupakan senjata yang dapat meningkatkan moral nasional. Dengan itu pula kekuasaan suatu negara dapat menurunkan moral lawan.[[33]](#footnote-33) Sementara seperti yang sudah disebutkan barusan, lawan negara-negara aktor Perang Dunia II dibagi ke dalam dua kelompok: negara musuh dan negara jajahan. Namun pada keduanya strategi tersebut diupayakan pula. Meski bisa dikatakan lebih dikonsentrasikan pada negara jajahan mereka. Namun untuk negara sahabat juga penting. Kemenangan blok Sekutu pada Perang Dunia I tidak terlepas dari penguatan moral negara-negara anggotanya dan memperlemah moral Central Powers.[[34]](#footnote-34)

Morgenthau menyebut imperialisme kebudayaan sebagai “politik imperialistis yang paling halus ... Tujuannya bukan untuk penaklukan wilayah atau mengendalikan ekonomi, akan tetapi penaklukan dan pengendalian pemikiran manusia sebagai alat untuk huungan kekuasaan antara dua negara. Kalau orang dapat membayangkan kebudayaan, dan lebih khusus lagi, ideologi politik, dengan segenap tujuan imperialistisnya yang konkret, tentang Negara A menaklukkan pemikiran semua penduduk yang menentukan politik Negara B, maka Negara A akan memperoleh kemenangan yang lebih sempurna dan akan mendiikan keunggulannya di atas dunia yang lebih mantap dari setiap penakluk militer atau penguasa ekonomi. Negara A tidak akan perlu mengancam atau menggunakan kekuatan militer atau memakai tekanan ekonomi untuk mencapai tujuannya; untuk tujuan itu, maka sikap tunduk Negara B pada kehendak Negara A akan dapat terwujud dengan bujukan dari kebudayaan yang unggul dan filsafat politik yang lebih menarik.[[35]](#footnote-35)

Andil imperialisme ekonomi dan kebudayaan dalam keseluruhan kegiatan internasional pemerintah meningkat sekali sejak Perang Dunia II. Hal itu dilakukan demikian karena adanya dua alasan. Di satu pihak, imperialisme militer yang dilakukan secara terbuka dan secara besar-besaran bukan lagi merupakan alat rasional dari politik luar negeri, karena di dalamnya terkandung bahaya peningkatan menjadi perang nuklir yang bersifar menghancurkan diri sendiri. Jadi, negara yang berkemauan keras untuk melakukan ekspansi imperialistis dari kekuasaannya sendiri, sering akan mengganti metode ekonomi dan kebudayaannya dengan metode militer.[[36]](#footnote-36)

Sebelum Perang Dunia II meletus, negara-negara yang terlibat di dalamnya menjalankan kolonialisme di negara-negara yang kini dikenal dengan istilah “Dunia Ketiga”. Oleh sebab itu, politik media yang dijalankan masing-masing negara berkisar pada persoalan-persoalan di atas.

Maka, politik media semasa Perang Dunia II lebih luas cakupan wilayah dan materinya ketimbang dalam Perang Dunia I. Lebih-lebih lagi selama berlangsung Perang Dunia II, gerakan perlawanan di negara-negara yang dijajah semakin menguat dari segi persenjataan maupun intelektualitas. Tumbuhnya intelektual-intelektual baru di negara jajahan membuat propaganda yang disiarkan mendapatkan tekanan kuat. Sebab selain semakin baiknya pengetahuan orang-orang untuk menangkal propaganda, pengetahuan digunakan pula untuk membuat propaganda.

Salah satu tulisan mengenai hal itu pada saat Perang Dunia II ditulis oleh Verlag Hermann Hilliger yang berjudul *Warning! Enemy Propaganda!* (1940). Ia menulisnya dengan kata-kata agitatif yang kuat:

“Dalam perang modern, senjata, ekonomi, sumber daya fisik, dan organisasi memainkan peran. Termasuk pula memengaruhi spiritualitas dan jiwa. Sebuah senjata baru dan menyeramkan digunakan melawan kekuatan spiritual bangsa: Propaganda! Tentara Jerman kalah dalam Perang Dunia 1914-1918 karena tidak mengakui bahaya propaganda musuh ... Propaganda musuh bertujuan untuk mematahkan kehendak rakyat Jerman untuk melawan fitnah, rumor, kecurigaan, politik, militer, atau kebohongan umum. Metode propaganda musuh meliputi: selebaran, tulisan berjilid, gambar palsu, cerita kekejaman, rumor, hasutan radio, dan ucapan tersistematis”[[37]](#footnote-37)

Hilliger pun menyampaikan apa yang harus dilakukan jika warga berhadapan dengan propaganda musuh dan orang-orang sebangsa yang menjadi kaki tangan penyebarannya:

“Bagaimana saya menanggapi propaganda musuh? Jika menemukan propaganda musuh dalam lisan, cetakan, gambar, radio, dalam percakapan tentang berita atau melalui rumor, itu tergantung pada kecerdasan dan akal sehat untuk membuat itu menjadi tidak berhasil. Jika ada musuh yang menjatuhkan selebaran, saya segera mengumpulkannya dan menjelaskan yang benar kepada warga yang telah datang terpapar propaganda tersebut. Saya tahu bahaya terbesar dari propaganda musuh, yakni dalam kalimat: ‘Pasti ada beberapa kebenaran di dalamnya’ .. Jika menemukan warga yang sedang dipengaruhi oleh propaganda musuh, saya mendatangi mereka secara langsung dan memberikan penjelasan kepada mereka sejelas-jelasnya mengenai bahaya yang mereka hadapi, lalu menarik kepercayaannya pada propaganda tersebut”[[38]](#footnote-38)

“Siapa pun yang menjadi alat propaganda musuh dan memberikan kontribusi untuk melemahkan kekuatan rohani kita, kita akan menempatkan dirinya di luar komunitas masyarakat. Dia tidak perlu heran jika ia diperlakukan sebagai musuh rakyat dan negara ... Jika saya memiliki materi propaganda Jerman di tangan, saya memasukkannya dalam surat saya .. Jika saya menemukan atau diberikan materi propaganda musuh, saya dengan cepat akan menulis surat dengan huruf besar-besar kata "Propaganda Musuh" di atasnya dan menyerahkannya langsung ke kantor polisi terdekat. Propaganda adalah racun!”[[39]](#footnote-39)

Topik propaganda dalam Perang Dunia II selama ini lebih banyak menyita perhatian pada bagaimana rezim fasis Hitler di Jerman. Para historikus atau pengamat komunikasi-perang merasa begitu kagum dengan kekuatan dan keberhasilan propaganda-propaganda Hitler (bukan dengan apa dampaknya terhadap kemanusiaan) untuk mengembangluaskan nasionalisme di sana. Tentu saja Hitler tidak sendiri. Ia dikelilingi orang-orang yang cukup ahli di berbagai bidang penguasaan perang, di seluruh aspeknya.

Di samping Hitler, mungkin sosok yang paling menarik di Jerman adalah kepala humas rezim dan juru bicara Joseph Goebbels. Ia secara lugas digambarkan sebagai master kebohongan (*master of lies*) dan propaganda licik. Tapi gambaran familiar ini, terutama yang sangat melekat dalam imaji orang-orang di Amerika Serikat, ternyata adalah propaganda dusta itu sendiri. Dalam karier politiknya “ia dengan cepat membuktikan dirinya sebagai pembicara publik yang cerdik dan berlidah tajam, organisatoris pemberani, terampil, dan kreatif”. Ketika menjadi menteri propaganda, Goebbels “melakukan pengendalian luas atas surat kabar Jerman, siaran radio, film, majalah, dan penerbitan buku”.[[40]](#footnote-40)

Selama 1939 sampai 1942, tahun-tahun pertama Perang Dunia II, tugas Goebbels relatif mudah. Bukan hal sulit baginya di masa-masa itu menyiarkan propaganda untuk menjaga moral warga. Namun setelahnya, dua tahun terakhir perang, tantangan besar pun datang. Kepiawaiannya diuji menyusul kemunduan militer tentara Jerman yang sangat mengkhawatirkan, ditambah babak belurnya kota-kota besar akibat pemboman yang dilakukan Inggris-Amerika. Dalam peristiwa tersebut sangat banyak orang terbunuh.[[41]](#footnote-41) Justru dalam situasi inilah ia semakin bisa membuktikan kemampuannya. Di tengah situasi yang memburuk secara drastis, baik di lini depan pertempuran maupun di dalam negeri, ia berhasil mempertahankan moral publik, kepercayaan terhadap kepemimpinan Hitler, bahkan harapan menang perang.

Media yang paling paling berperan dalam manuver politiknya ketika itu adalah koran mingguan *Das Reich*. Di media tersebut ia menulis sejumlah esai propaganda yang cukup efektif mempertahankan moral publik. Tidak cukup dengan pencetakan koran yang luas, ia juga meminta tulisan-tulisannya dibaca di radio-radio. Hal ini ditujukan kepada para warga dan prajurit yang tidak sempat membaca surat kabar. Di barak biasanya para tentara mendengar radio di waktu senggang. Bahkan ada waktu tertentu di mana mereka diwajibkan berkumpul untuk mendengar siaran radio tertentu.

Lazimnya, pejabat yang diberi wewenang oleh kepala negara untuk urusan propagandap perang akan memainkan bahasa-bahasa permusuhan atau publikasi-publikasi (dengan segala macam jenisnya) yang merendahkan, mengejek, mencela, atau melekatkan satu atau beberapa citra buruk terhadap negara lain. Oleh sebab negara lain adalah musuh maka segala yang ada di dalamnya akan dimusuhi.

Goebbels tidak demikian. Ia punya cara yang lebih licik dan hasilnya tak terbayang oleh orang lain sebelumnya. Bahkan oleh Hitler sendiri. Kelicikan lain Goebbels adalah dengan menginstruksikan pers Jerman, radio, dan film warta berita untuk menggambarkan negara-negara lain secara bijaksana. Tujuannya tak lain adalah untuk meraih simpati. Dia menekankan pentingnya memperlakukan negara-negara lain dan masyarakatnya dengan bijaksana dan hormat. Dalam pada itu dia mengatakan bahwa “kemenangan Adolf Hitler dan persenjataan Jerman adalah kepentingan diri yang paling dasar bagi mereka ... Oleh karena itu tidak pantas untuk menyakiti perasaan batin dari orang-orang ini, langsung atau tidak langsung, terutama orang-orang dari kebangsaan Timur, khususnya dalam pidato publik atau tulisan...”[[42]](#footnote-42)

Di samping itu, propaganda-propaganda yang dikontrol oleh Goebbels pun memuat kesadisan rasial. Dunia tahu bahwa rezim fasisme Jerman sangat membenci orang-orang Yahudi, terutama mereka yang menetap di Jerman. Propaganda anti-Yahudi biasanya dimuat dalam ilmu-ilmu sosial, khususnya pembahasan mengenai etnisitas dan rasial. Jika di lapangan semangat anti-Yahudi dijalankan dengan membasmi mereka, termasuk membakar naskah sejarah atau pengetahuan yang diproduksi (tidak semua buku yang dibakar saat itu adalah karangan penulis Yahudi), permusuhan terhadap Jerman di lingkup alam pikir diinjeksi lewat pengetahuan.

Program anti-Yahudi pun menjadi topik besar dalam setiap kurikulum sekolah. Adalah *Der Sturner* yang diberi wewenang untuk proyek penerbitan buku bergambar untuk propaganda tersebut. Ini adalah organ yang khusus dibuat untuk penyebaran publikasi anti-Yahudi selama rezim Hitler. Buku-buku bergambar yang dihasilkan bahkan menyasar anak-anak usia 6-8 tahun. Tidak hanya dalam pembahasan ilmu sosial atau humaniora, propaganda anti-Yahudi pun masuk ke dalam pelajaran matematika. Contoh propaganda rasial dalam matematika seperti berikut:

“Orang-orang Yahudi adalah alien di Jerman.

Pada tahun 1933 ada 66.060.000 penduduk di German Reich.

499.682 di antaranya adalah orang Yahudi.

Berapa persen jumlah alien di sana?”[[43]](#footnote-43)

Sama halnya dengan Perang Dunia I, Perang Dunia II juga diramaikan oleh kebijakan sensor oleh pemerintah yang mana kemudian memantik perang media antarnegara.

Di Amerika Serikat, mengontrol informasi publik pada saat perang—yang oleh musuh mungkin akan dieksploitasi untuk merusak operasi militer, kebijakan strategis, atau pertahanan negara—menjadi sama pentingnya dengan mengelola rahasia resmi negara. Informasi publik dijaga betul seperti proteksi atas *top secrets*.

Selama Perang Dunia II, Presiden Roosevelt memiliki kekuatan untuk mengendalikan informasi yang diberikan kepada media. Kebijakan yang telah disahkan sejak 1938 melarang publikasi foto-foto yang tidak sah menurut negara. Begitu pun dengan sketsa dan peta pangkalan militer.

Ini memberi Presiden wewenang untuk menentukan mana jenis informasi militer yang sangat harus diproteksi. Namun kontrol terhadap media tidaklah seketat dengan apa yang dilakukan di Jerman, misalnya. Presiden Roosevelt tidak ingin seperti Presiden Wilson saat Perang Dunia I yang memenjarakan ratusan sosialis dan pasifis karena mengkritiknya. Ia “percaya bahwa sangat penting bagi orang Amerika untuk menerima berita tentang perang” dan oleh karena itu “ia mengatur dua kondisi untuk media: pemberitaan perang harus akurat dan media tidak boleh membantu musuh”.[[44]](#footnote-44) Namun saat itu bukannya media-media di Amerika Serikat tak menjalankan politik licik dalam perseteruan negaranya—yang merepresentasikan demokrasi—dengan Jerman.

Salah satu peristiwa emosional dalam Perang Dunia II adalah pembunuhan massal di Katyn dan tempat-tempat lainnya pada bulan April 1940. Genosida ini dilakukan oleh polisi rahasia Soviet. Peristiwa ini cukup mengerikan. Sekitar 14.000 petugas polisi dan tentara Polandia dibunuh.[[45]](#footnote-45) Pembantaian oleh polisi rahasia Soviet tersebut bukannya kecelakaan perang di medan pertempuran. Adalah Lavrentiy Pavlovich Beria yang membuat usulan atau rencananya. Ketika diajukan, Stalin pun menyetujuinya.[[46]](#footnote-46)

Jika sebelumnya pada bagian Perang Dunia I sudah disebutkan pertumbuhan pesat intelektual di masing-masing negara yang terlibat, di Perang Dunia pemusnahan intelektual pun menjadi program perang. Hal inilah yang pula terjadi dalam pembantaian Katyn. Cukup banyak intelektual Polandia yang ditangkap lalu dibunuh ketika negara tersebut diserbu dan diduduki oleh Soviet. Para profesor diperlakukan bak orang tak berharga, sebelum akhirnya dibunuh.[[47]](#footnote-47) Bagi orang-orang Polandia yang waktu itu selamat, ini tentu menjadi cerita yang cukup menyakitkan. Pemusnahan tersebut memakan korban ribuan saudara mereka.

Pada April 1943 Jerman mengumumkan kepada dunia bahwa sebuah kuburan massal telah ditemukan di hutan Katyn. Goebbels melihat itu akan menjadi berita sensasional apabila disorot oleh media Jerman. Dan media Jerman pun menjalankan politik medianya dalam pemberitaan ini. Sesuai dengan instruksi, surat kabar dan majalah memberitakannya berulang-ulang di halaman depan.[[48]](#footnote-48) Namun Soviet tak mau mengakui kejahatannya saat itu.[[49]](#footnote-49)

Sementara itu, media di Amerika Serikat mempropagandakan bahwa Jerman-lah yang melakukan pembantaian tersebut. Saat itu posisinya Amerika Serikat dan Soviet sama-sama memusuhi Jerman. Atas instruksi rezim Roosevelt, media mengabarkan berita palsu mengenai siapa yang melakukan pembantaian. Dari sini, perang media kemudian berlanjut.[[50]](#footnote-50)

Selain dalam konteks perusakan citra negara lain, politik media juga diarahkan untuk mengabarkan hal-hal positif dari negara-negara sekutu. Untuk hanya menyebut satu dari sekian banyak keberadaan propaganda semacam ini, kita bisa membacanya dari publikasi *The Secret of Japan’s Strength* yang ditulis oleh Albrecht Fürst von Urach. Tulisan ini berisi puja-puji terhadap Jepang yang saat itu juga merayakan fasisme.

“Munculnya Jepang sebagai kekuatan dunia selama 80 tahun terakhir adalah keajaiban terbesar dalam sejarah dunia. Kerajaan perkasa kuno, lembaga-lembaga politik besar dari Abad Pertengahan dan era modern awal, Kekaisaran Spanyol, Kerajaan Inggris, berabad-abad lamanya yang dibutuhkan untuk mencapai kekuatan penuh mereka. Tapi kenaikan Jepang sangat cepat. Setelah hanya 80 tahun, Jepang pun menjadi salah satu kekuatan besar yang menentukan nasib dunia”[[51]](#footnote-51)

Ada tiga tujuan utama dalam propaganda pemujian terhadap negara sahabat seperti ini. Pertama, untuk semakin memumbuhkan moral warga di negara sahabat. Orang-orang di negara sahabat akan memiliki perasaan cinta terhadap nasib warga dan tentara tempat propaganda tersebut dibuat. Terlebih apabila penulisnya mampu mengurai sejarah dan kedigdayaan budaya negara tersebut. Inilah yang dilakukan Urach. Ia menyantumkan deskripsi mengenai kebudayaan Jepang, teologi mereka, hingga kebanggaan orang Jepang jika mati dalam membela tanah air. Bangsa Jepang pun tersentuh.

Kedua, membangun simpati atau rasa persaudaraan antarwarga negara. Sebagaimana tulisan Urach tentang Jepang, itu ditulis pula dalam bahasa Jerman. Sehingga orang-orang Jerman memiliki pengetahuan tentang Jepang, dan pula ada yang diterjemahkan ke dalam bahasa Jepang. Ketiga, menekan musuh. Tentu saja manakala rasa keterikatan antarbangsa dalam perang semakin erat, musuh pun menjadi tidak mudah mengobok-obok persatuan mereka.

**Politik media antipasifisme**

Di dalam negeri tiap-tiap negara peserta Perang Dunia II, yang juga menjadi agenda politik media adalah melawan opini para pasifis, orang-orang yang mendukung gagasan pasifisme.

Pasifisme, kira-kira sejak masa Perang Dunia Pertama, menjadi kata dengan pengertian khusus dan diterima secara luas: pasifisme merupakan suatu keyakinan bahwa peperangan oleh suatu negara, dan keterlibatan seseorang dalam perang, adalah hal yang keliru; bahwa negara harus meniadakan persiapan-persiapan militer; dan bahwa keterlibatan dalam perang sipil atau revolusi dengan kekerasan juga harus ditolak.[[52]](#footnote-52)

Hampir senada dengan itu, Roger Scruton mendefenisikan pasifisme adalah pandangan yang menetapkan

“...bahwa semua perang adalah tidak patut, dan bahwa semua politik internasional harus diproses dengan arbitrase dan perjanjian-perjanjian di bawah hukum intenrasional. Pasifisme bisa muncul dari keyakinan agama atau moral yang sangat kuat untuk memberi landasan bagi keberatan terhadap wajib militer, meskipun hak untuk penolakan semacam itu jarang diakui. Upaya untuk membangun pasifisme ke dalam doktrin politik biasanya melibatkan suatu elemen universalisme, misalnya, keyakinan pada hukum alami universal, yang lebih unggu, dan pada akhirnya harus mengganti hukum-hukum negara. Pasifisme akan menghapus negara dan memasukkan semua umat manusia di bawah yurisdiksi universal tunggal. Pemikirannya adalah bahwa penyebab utama suka berperang adalah snetimen teritorial yang terkait dengan pembagian politik, dan perang tidak akan lagi diperlukan atau tidak mungkin akan terjadi ketika pembagian semacam itu dihapus”[[53]](#footnote-53)

Di masa Perang Dunia I, kaum pasifis menyerukan “penghentian spiral keji perlombaan senjata dan perang.[[54]](#footnote-54) Lewat orang-orang yang berbeda, generasi baru, gagasan-gagasan pasifisme disuarakan lagi pada Perang Dunia II. Hanya saja kaum pasifis mendapatkan tekanan yang lebih kuat dari media saat itu.

Di awal Perang Dunia II, tahun 1939, ada beberapa kecenderungan menuding kaum pasifis ikut memiliki andil pada ketiadaan kesiagaan militer di beberapa negara. Media pun ikut menyorot dan menyerang pandangan pasifisme. Program politik pembangunan dukungan warga secara luas terhadap kebijakan perang dimainkan media sampai ke Perang Dunia II. Sebab, kaum pasifis pasti selalu lantang berbicara ketika perang mulai bergejolak. Sementara di masa damai, tidak ada perang, suara mereka lebih banyak diarahkan kepada penguatan perdamaian dan antisipasi mekarnya kembali perang.

Dan terkadang, di tengah telah begitu efektifnya propaganda perang yang menyulut amarah publik, petuah-petuah pasifisme dicela pula. Orang-orang tak mau tahu, sebab saat itu adalah waktunya untuk melawan, mengangkat senjata, dan membunuh musuh. Melihat tren umum semacam ini, tentu media tak dapat menaikkan *rating* atau jumlah pembaca apabila mengikuti pandangan kaum pasifis.

Media akan memublikasi apa yang ingin orang banyak dengar, bukan apa yang seharusnya orang banyak dengar. Ditambah lagi dengan kekuatan kontrol pemerintah dan intimidasi militer, media semakin menjauhi pasifisme. Douglas Kellner mengatakan, “Jika perang itu populer, maka dalam mencari *rating*, jaringan (media) akan memberikan gambaran positif atas perang tersebut dan menghapus suara-suara sumbang”.[[55]](#footnote-55)

Di samping itu kaum pasifis dianggap tidak realistis. Orang-orang yang meyakini mereka menjadi lemah. Kadang untuk menutupi kesalahan dan kekalahan para petinggi militer, isu ini dimainkan untuk menutupi cacat tersebut. Jadi ketika Jerman kalah perang, misalnya, akar dari itu semua akan dituduhkan pada merebaknya pasifisme.

**“Blunder” politik media dalam perang**

Sesudah Perang Dunia I berakhir, Perancis merupakan negara terkuat di dunia dipandang dari segi militer. Perancis dianggap dalam keadaan demikian sampai pada suatu saat di tahun 1940, ketika kelemahan militernya yang sebenarnya menjadi jelas dengan kekalahan yang membawa kehancuran. Kepala-kepala berita di surat kabar sejak awal Perang Dunia II di bulan September tahun 1939 hingga kekalahan Perancis di musim panas tahun 1940, menyampaikan dengan amat mengesankan cerita tentang penilaian yang salah itu mengenai kekuatan militer Perancis.[[56]](#footnote-56)

Penilaian tersebut muncul dari kalkulasi[[57]](#footnote-57) penuh kekeliruan yang mungkin tidak terpikirkan oleh perumusnya waktu itu bahwa di masa depan akan membawa petaka serius. Nafsu pejabat-pejabat militer untuk menghasilkan agitasi-agitasi semacam itu, bahwa “kitalah yang terkuat”, mendapat sambutan penuh gairah oleh media, khususnya koran perang. Denan cepat konflusi subjektif tersebut menyebar. Dan ketika fakta tak seperti yang dibaca di atas kertas, mereka pun terkejut. Hal ini menunjukkan bahwa politik media yang bersama-sama dioperasikan media-pemerintah-militer bisa berbalik arah merugikan diri sendiri. Betapa ternyata kebohongan media dalam perang adalah tidak hanya dapat menjatuhkan musuh.

Andai pun katakanlah petinggi negara dan militer tahu bahwa negaranya bukan yang terkuat, lalu membuat kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan fakta yang mereka sembunyikan dari publik, maka saat publik melihat kenyataan di lapangan bertolak belakang dengan apa yang mereka dengar dari otoritas politik dan militer, ini dapat membuat kekecewaan memuncak. Dan kekecewaan adalah pangkal dari ketidakpercayaan. Dalam situasi puncaknya, moral warga akan jatuh. Mereka tidak akan percaya negaranya akan membangun kedaulatan bangsa dari perang. Jelas ini akan menggagalkan satu tujuan penting dari propaganda perang: meningkatkan moral warga untuk bela negara.

1. Andrew Heywood. 2014. *Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 311. [↑](#footnote-ref-1)
2. *Ibid.,* Hlm. 313. [↑](#footnote-ref-2)
3. *Ibid*., Hlm. 313-318. [↑](#footnote-ref-3)
4. Hanya saja model pluralis memiliki beberapa kekurangan yang signifikan. “...kelompok-kelompok yang lemah dan tak terorganisasi disingkirkan dari akses pada penerbitan dan penyiaran utama, yang berarti bahwa pasar ideologis media cenderung relatif sempit dan secara umum memiliki karakter prokemapanan. Di samping itu, kepemilikan swasta dan independensi formal dari pemerintahan mungkin tidak mencukupi untuk menjamin karakter oposisional dari media jika melihat semakin meningkatnya hubungan simsiosis antara pemerintahan dan jurnalis dan media penyiaran”. *Ibid*.,Hlm. 314. [↑](#footnote-ref-4)
5. Dalam ilmu politik dikenal doktrin kepatuhan pasif (*passive obedience*). Kepatuhan pasif terjadi ketika seorang warga negara bersedia patuh secara total kepada penguasanya, bahkan jika penguasa tersebut adalah seorang yang suka berbuat aniaya terhadap dirinya sendiri, bahkan juga keluarganya. Kepatuhan pasif ini dibangun dengan cara yang sangat ampuh, yakni menyeret syarah ajaran agama—yang kadang dimanipulasi—bahwa untuk menghukum pemimpin negara yang jahat, tidak adil, yang acap kali membuat kebijakan-kebijakan tidak manusiawi, itu urusan Tuhan, bukan manusia (rakyat). Pemberontakan terhadap penguasa dibenci Tuhan. Dan oleh karenanya, semua usaha tersebut hanya akan menimpakan nasib buruk atas diri masyarakat. Oleh gereja, doktrin dari Gregory ini kemudian dipertegas untuk mencegah lahirnya kelompok penekan. Lihat: Roger Scruton. 2013. *Kamus Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 702. [↑](#footnote-ref-5)
6. *Ibid*., Hlm. 769. [↑](#footnote-ref-6)
7. *Ibid*.,Hlm. 770. [↑](#footnote-ref-7)
8. Santosa Sastropoetro. 1991. *Propaganda: Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung: Alumni. Hlm. 34. [↑](#footnote-ref-8)
9. Ian Cooke. 2014. “Propaganda in World War I: Means, Impacts, dan Legacies”. http://www.fairobserver.com/region/north\_america/propaganda-in-world-war-one-means-impacts-and-legacies-73296/ [↑](#footnote-ref-9)
10. Hans J. Morgenthau. 2010. *Politik Antarbangsa*. Jakarta: YOI. Hlm 50. [↑](#footnote-ref-10)
11. *Ibid*.,Hlm. 626. [↑](#footnote-ref-11)
12. Perang Dunia I disebut sebagai “perang pertama di mana sains memainkan peran penting dalam perang dan persenjataan”. Siobhan Pipa, dalam *Science and the First World War*, menceritakan kehidupan beberapa saintis di negara-negara Allies dan Central Powers. Saat itu, ada negara yang betul-betul memanfaatkan kemampuan otak para saintis, ada pula yang mengabaikannya. Sebagai contoh, ada Henry Gwyn Jeffreys Moseley. Ia adalah “seorang fisikawanmuda yang luar biasa”. Moseley menekankan masalah bagaimana ilmuwan harus terlibat dalam masa perang. Ia lulus hanya empat tahun sebelum meletusnya Perang Dunia I. Saat itu fisika adalah studi yang sangat menarik minat banyak orang. Sayangnya, Moseley justru dibiarkan menjadi salah satu sukarelawan perang dalam Angkatan Darat Inggris. Pada 1915, dalam sebuah operasi, ia dibunuh oleh seorang penembak jitu Turki. Fisikawan Robert Millikan menyayangkan hal tersebut dan menyebut kematiannya terjadi karena diabaikannya orang secerdas dia dalam konteks penggunaan otak. Sebaliknya, di Jerman justru mobilisasi ilmu perang dilakukan dengan cukup baik. Salah satu yang kontribusinya dimanfaatkan adalah ahli kimia Fritz Haber. Haber berperan dalam proses produksi gas beracun tak berwarna (amonia) dan pengembangannya untuk perang. Ia pun dijuluki “bapak senjata kimia”. Baca penjelasan selengkapnya di *https://blogs.ucl.ac.uk/events/2014/07/09/science-and-the-first-world-war/*. [↑](#footnote-ref-12)
13. Suyuti S. Budiharsono. 2003. *Politik Komunikasi*. Jakarta: Grasindo. Hlm. 36. [↑](#footnote-ref-13)
14. Lihat: http://parlorsongs.com/issues/2004-4/thismonth/feature.php. [↑](#footnote-ref-14)
15. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-15)
16. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-16)
17. Ian Cooke, “Propaganda in World...” Op.cit., [↑](#footnote-ref-17)
18. Stephen Badsey, “Propaganda: Media In War Politics”, *International Encyclopedia of The First World War*, 2014. [↑](#footnote-ref-18)
19. Ryan Guiboa, *Media Influence of Public during War: A Good or Bad Capability?,* 2003. [↑](#footnote-ref-19)
20. *Op. Cit.,* Hans J. Morgenthau, *Politik...* Hlm. 625. [↑](#footnote-ref-20)
21. Roger Scruton, *Kamus Politik...* Op.cit., Hlm. 992. [↑](#footnote-ref-21)
22. *Ibid.,* Hlm. 996. [↑](#footnote-ref-22)
23. Roy Greenslade. 2014.“First World War: How State and Press Keep Truth Off The Font Page”. https://www.theguardian.com/media/2014/jul/27/first-world-war-state-press-reporting. [↑](#footnote-ref-23)
24. *Ibid.,*  [↑](#footnote-ref-24)
25. Stephen Badsey, “Propaganda: Media...” Op.cit., [↑](#footnote-ref-25)
26. Roy Greenslade, “First World War...” Op.cit., [↑](#footnote-ref-26)
27. Stephen Badsey, “*Propaganda: Media...*” Op.cit., [↑](#footnote-ref-27)
28. Roy Greenslade, “First World...” Op.cit., [↑](#footnote-ref-28)
29. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-29)
30. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-30)
31. Adrian Bingham, “The Paper that Foretold the War: The Daily Mail and the First World War”, *Cengage Learning*, 2013. [↑](#footnote-ref-31)
32. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-32)
33. Morgenthau, *Politik Antar*... Op.cit., Hlm. 122 [↑](#footnote-ref-33)
34. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-34)
35. *Ibid*., Hlm. 79-80 [↑](#footnote-ref-35)
36. *Ibid*., Hlm. 82. [↑](#footnote-ref-36)
37. Hermann Hilliger, “Warning! Enemy Propaganda!”, *German Propaganda Archive*, 1940. [↑](#footnote-ref-37)
38. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-38)
39. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-39)
40. Mark Weber, “Goebbels and World War II Propaganda”, *Institute for Historical Review*, 2011. [↑](#footnote-ref-40)
41. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-41)
42. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-42)
43. Mary Mills, *Propaganda and Children during the Hitler Years* (tidak diketahui tahun berapa tulisan ini dipublikasikan). Lihat di: <http://www.nizkor.org/hweb/people/m/mills-mary/mills-00.html> [↑](#footnote-ref-43)
44. Robert J. Hanyok, “Secrets of Victory: The Office of Cencorship and The American Press and Radio in World War II”, *Intelligence in Recent Public Literature*, 2007. [↑](#footnote-ref-44)
45. Mark Weber, “Goebbels and...” Op.cit., [↑](#footnote-ref-45)
46. George Sanford, *Katyn and the Soviet Massacre of 1940: Truth, Justice, and Memory*, 2005. [↑](#footnote-ref-46)
47. Untuk uraian lebih lengkap bisa dibaca di http://www.ipn.gov.pl/en/news/77,dok.html [↑](#footnote-ref-47)
48. Mark Weber, “Goebbels and...” Op.cit., [↑](#footnote-ref-48)
49. Barulah kemudian pada 13 April 1990 Soviet mengakui pembantaian tersebut, yang memakan korban 20 ribu lebih polisi Polandia, profesor, perwira, dan warga biasa. Dan sampai hari ini rakyat Polandia terus mengenai peristiwa itu setiap 13 April. Polandia menyelenggarakan upacara berkabung nasional di tanggal tersebut. [↑](#footnote-ref-49)
50. Mark Weber, “Goebbels and...” Op.cit., [↑](#footnote-ref-50)
51. Dalam bahasa Jerman, tulisan ini berjudul *Das Geheimnis japanischer Kraft*, 1943. Lihat <http://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/japan.htm>. [↑](#footnote-ref-51)
52. Namun “kaum pasifis memiliki pendapat yang berbeda-beda tentang penggunaan kekerasan. Sebagian menolak penggunaan kekerasan dalam semua keadaan. Sebagian lainnya dapat menerimanya dalam situasi tertentu yang terbatas, misalnya untuk melawan individu yang gila dan bengis, membela rumah atau keluarga sendiri; atau ketika digunakan dengan cara yang terkendali dan ditetapkan secara sah oleh kekuatan polisi di sutatu negara atau bahkan, menurut dugaan, suatu pemerintah dunia. Meskipun ada perbedaan-perbedaan semacam itu, gagasan inti pasifisme adalah penolakan terhadap kekerasan massa yang terorganisir, khususnya antarnegara”. Lihat: Michael A. Riff (ed). 1995. *Kamus Ideologi Politik Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 222. [↑](#footnote-ref-52)
53. Roger Scuton, *Kamus Politik*... Op.cit., Hlm. 689-690. [↑](#footnote-ref-53)
54. Michael A. Riff. *Kamus Ideologi*...Op.cit., Hlm. 223. [↑](#footnote-ref-54)
55. Douglas Kellner. 2010. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra. Hlm. 291. [↑](#footnote-ref-55)
56. Morgenthau, *Politik Antar...* Op.cit., Hlm. 186. [↑](#footnote-ref-56)
57. Pertama, kalkulasi kekuatan dalam berperang sangat penting. Kedua, sangat penting pula disampaikan secara jujur kepada publik. Memang ini dapat memengaruhi kemerosotan moral publik manakala informasi yang mereka terima bahwa kekuatan negaranya dalam perang tak sebanding dengan musuh, baik secara signifikan maupun tidak. Dan tentu saja penyampaian secara objektif ini akan dikontrol oleh pemerintah agar media menyampaikan hal yang selaras. Kalkulasi ini bisa kita lihat misalnya dalam catatan sejarah perang Morgentahau yang mana ia mengatakan, “Dengan alasan yang sama, walaupun tingkat kekurangan bahan pangannya jauh lebih kecil dari Inggris, maka supaya dapat mengatasi perang, Jerman harus mengejar tiga tujuan penting, apakah itu secara terpisah atau dalam gabungan: pertama, dihindarkannya perang yang lama melalui kemenangan yang cepat sebelum persediaan pangannya habis; kedua, penaklukan daerah-daerah yang banyak menghasilkan pangan di Eropa bagian timur; ketiga, penghancuran kekuatan Inggris di laut yang menghalangi akses Jerman ke sumber-sumber pangan di seberang lautan. Dalam kedua perang dunia, Jerman tidak mampu mencapai tujuan yang pertama dan ketiga. Jerman terlambat mencapai tujuan kedua dalam Perang Dunia II untuk memberikan pengaruh yang menentukan. Demikianlah, dengan memberlakukan blokade oleh Sekutu atas rakyat Jerman, kekurangan-kekurangan yang melemahkan tekad mereka untuk melawan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam kemenangan Sekutu. Dalam Perang Dunia II, Jerman sebenarnya berswasenbada pangan, yang terutama tidak dicapai melalui penaklukan, tetapi melalui penderitaan kelaparan yang disengaja ditimbulkan dan pembunuhan langsung terhadap berjuta-juta orang pada wilayah yang ditaklulkkan” (Hlm. 138). Sementara kalkulasi juga melibatkan perbandingan kekuatan, seperti dalam dua pernyataan berikut: (i)“Pada Abad ke-16, ke-17, dan ke-18, bersarnya tentara-tentara, walaupun terus bertambah, dihitung dengan puluhan ribu. Dalam peperangan Napoleon, beberapa tentara mencapai jumlah beberapa ratus ribu orang. Dalam Perang Dunia I, tentara-tentara untuk pertama kali melewati hitungan satu juta orang dan dalam Perang Dunia II menandai adanya susunan-susunan militer yang melebihi sepuluh juta orang” (Hlm. 431-432); (ii) “Pada Perang Dunia I, negara-negara Eropa besar memerintahkan 14 peren penduduknya untuk mengangkat senjata. Pada Perang Dunia II, angka-angka bersangkutan untuk negara-negara utama yang berperang adalah lebih kecil sedikit. Angka itu melebihi 10 persen mungkin hanya dalam Amerika Serikat, Uni Soviet, dan Jerman. Penurunan ini disebabkan oleh amat pesatnya peningkatan mekanisasi peperangan” (Hlm. 432). Sementara media saat Perang Dunia I dan II tidak didorong untuk menyampaikan data konkret semacam ini. Lagian, media pun memutuskan untuk lebih memublikasikan konten-konten agitatif. [↑](#footnote-ref-57)