**Perkembangan Teori Propaganda**

Oleh: Sultan Amilza Ramzy & Akhmad Nabil Allam

**Definisi Propaganda**

Istilah “propaganda” yg berasal dari Gereja Katolik Roma semula berarti penyebaran informasi. Dalam era reformasi protestan Martin Luther menggunakan propaganda untuk membentuk sikap anti gereja.. Lain halnya dengan Terrence Qualter yang mendefenisikan propaganda sebagai “..usaha yg disengaja oleh beberapa individu atau kelompok melalui pemakaian instrumen komunikasi dengan maksud bahwa pada situasi tertentu reaksi dari mereka yg dipengaruhi adalah seperti apa yg diinginkan oleh sang propagandis..”

Beberapa definisi lain Propaganda diantaranya adalah:

1. **Leonard W. Dobb** 🡪sebagai pakar opini public, menyatakan bahwa propaganda merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh individu-individu yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok termasuk dengan cara menggunakan sugesti, sebagai bentuk kontrol terhadap kelompok tersebut.
2. **Jozef Goebbels**🡪 kebohohan yang diulang-ulang akan membuat public menjadi percaya.
3. **Lasswell 🡪** Propaganda dalam arti yang luas, adalah tekhnik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasi representasinya (representasi dalam hal ini berarti kegiatan atau berbicara untuk suatu kegiatan kelompok).
4. **Barnays** 🡪 Propaganda modern adalah suatu usaha yang bersifat konsisten dan terus menerus untuk menciptakan atau membentuk peristiwa-peristiwa guna mempengaruhi hubungan publik terhadap suatu penguasa atau kelompok.
5. **Ralph D. Casey 🡪** Propaganda adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk menetapkan suatu sikap atau mengubah suatu pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program, dan di pihak lain, merupakan suatu usaha yang sadar dari lembaga-lembaga komunikasi, untuk menyebarkan fakta dalam semangat obyektivitas dan kejujuran.

**Unsur-Unsur Propaganda**

Ada beberapa unsur dalam program pelaksanaan propaganda, diantara satu sama lain saling berkaitan (bdgk. Sastropoetro: 1991, Nurudin: 2001 sebagai berikut :

**1. Propagandis**

Ialah pihak atau pelaku yang secara sengaja melakukan penyebaran pesan dengan tujuan mengubah pola sikap dan pola pikir sasaran propaganda,

**2. Reaktor**

Ialah pihak yang menjadi sasaran propagandis. Reaktor inilah yang pola pikir dan pola sikapnya hendak diubah mengikuti kehendak propagandis. Agar aktivitas propagandanya efektif, propagandis harus mengenal betul karakter reaktor. Kumpulkan segala macam informasi mengenai reaktor; usianya, pekerjaannya, agamanya, tingkat pendidikannya, kebiasaannya, dan sebagainya.

**3. Media**

Media merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang dikehendaki oleh propagandis. Propagandis menggunakan pelbagai sarana yang dipilih secara cermat agar sesuai dengan sasaran propaganda dan menimbulkan efek yang optimal. Propaganda kontemporer menggunakan semua saluran komunikasi –interpersonal, organisasional, dan massal– seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, poster, anjangsono, dan sebagainya. Masalahnya bukan terletak pada penentuan media mana yang akan digunakan, melainkan pada penentuan media mana yang sesuai untuk tujuan dan sasaran yang di inginkan.

**4. Efek**

Efek adalah umpan balik yang dikehendaki oleh propagandis, berupa perubahan pola sikap dan pola pikir reaktor sesuai yang dikehendaki propagandis. Tentu saja apabila efek yang dilontarkan oleh reaktor sesuai dengan apa yang oleh propagandis, berarti pelaksanaan propaganda tersebut dikatakan berhasil.

**Referensi :**

1. <http://zikafrihadi.blogspot.co.id/2012/03/teori-komunikasi-theory-propaganda.html>
2. <http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2016/03/pengertian-propaganda-menurut-para-ahli.html>
3. Febriana, Poppy (2017) [*Kemunculan Teori Media di Era Propaganda.*](http://eprints.umsida.ac.id/689/) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
4. <http://seagate-fullhouse.blogspot.co.id/2008/07/sejarah-singkat-propaganda-propaganda.html>