

# Propaganda

Sepanjang September lalu, banyak petugas pemerintahan sibuk melancarkan kampanye antikomunisme. Belum jelas seberapa besar tenaga dan dana yang dibutuhkan untuk kampanye besar-besaran itu. Mungkin tidak sebesar biaya total P4 yang sudah berusia lebih dari 15 tahun, tetapi skala dan biaya acara bulan lalu juga tidak kecil. Tentu saja, biaya itu dianggap tidak sia-sia bila pelaksananya percaya akan mencapai hasil yang setimpal.

Dalam bulan-bulan sebelumnya, kita juga menyaksikan banyaknya propaganda prodemokrasi oleh anak-anak muda yang menggugat *status quo*. Ada yang lewat mimbar bebas, selebaran, pernyataan terbuka, demonstrasi, *long march*, atau melalui internet. Tampaknya, pemerintah menganggap semua propaganda tandingan itu sebagai ancaman serius. Maka, berbagai tindakan persuasif dan keras pun dilancarkan terhadap propaganda antikeamanan itu.

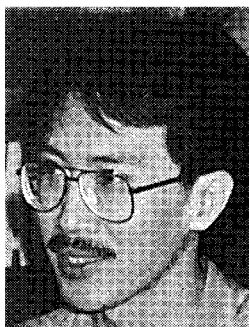
Tetapi, sejauh manakah sebetulnya efektivitas suatu propaganda, entah yang datang dari pemerintah, dari pihak oposisi dalam negeri, ataupun dari para aktivis hak asasi di mancanegara? Sulit dipastikan. Ada dua salah kaprah besar dalam masyarakat di banyak negara tentang propaganda. Pertama, orang terlalu membesar-besarkan efektivitas propaganda. Kedua, banyak yang menduga bahwa rakyat jelata merupakan target paling empuk yang gampang termakan propaganda. Kedua pandangan umum itu perlu ditinjau ulang.

Karena terlalu percaya pada kemujaraban propaganda, banyak pihak ikhlas mempertaruhkan biaya besar untuk mempropagandakan kepentingannya. Mereka juga cenderung bertindak over-reaktif terhadap propaganda dari pihak lawan. Bila sebuah pemerintahan memberondong rakyatnya dengan aneka bentuk propaganda, tak sedikit yang menduga masyarakat akan serba patuh dan mudah diatur-atur.

Biarpun diberondong dengan propaganda dan slogan, belum tentu masyarakat akan mengeluh, membantah, atau protes. Tetapi, itu bukan bukti bahwa mereka berterima kasih karena dijejali propaganda. Bukan pula bukti mereka mempercayai isi propaganda yang dijejalkan kepada mereka.

Kalau mereka diam saja atau bahkan tampak seakan-akan antusias mengikuti propaganda, ada banyak kemungkinan sebabnya. Boleh jadi, karena di masyarakatnya tak ada cukup ruang untuk protes dan perdebatan. Boleh jadi, karena mereka sedang mengincar pamrih-pamrih pribadi berjangka dekat di balik kepatuhan ikut acara propaganda. Boleh jadi, karena mereka menganggap propaganda itu tidak terlalu penting untuk dipersoalkan. Hal yang sama berlaku untuk kampanye pemilu ataupun iklan.

Propaganda ada di mana-mana. Di pojok dunia demokratik-liberal Amerika Serikat, komunisme ala Cina, sampai fasisme Asia dan Eropa. Tetapi, di mana pun di dunia, seperti iklan, tak ada propaganda yang mampu terus-terusan mengelabui publik dan mengatur-atur imajinasi mereka. Biarpun sudah disemprot dengan propaganda, keresahan dan pembangkangan terjadi di mana-



Ariel Heryanto  
Antropolog sosial

mana, dan meledak secara berkala. Propaganda yang berlebihan malahan memperkuat militansi keresahan itu.

Sehebat-hebat rayuan sebuah propaganda, ia tak mampu menjinakkan gerak-gerik pikiran masyarakat. Mulut mereka bisa dibungkam, tapi batin mereka tetap leluasa bertanya dan bicara. Apa pun yang dijejalkan akan diku nyah dan diolah dengan cara dan selera masing-masing. Juru propaganda dapat memonopoli hak bicara dan mengobral kata-kata. Tetapi, pada akhirnya, publiklah yang melitsus, menafsirkan, dan memaknai kata-kata itu. Sebagian yang dianggap tak enak akan diludahkan di tempat sepi.

Selama ini, banyak orang mengejek pendidikan di Indonesia karena anak didik lebih banyak dikuliah, didikte, diminta menghafal, dan diuji mengingat hafalan. Bukannya diajak meneliti, bertanya, berdiskusi, dan berdebat terbuka. Tetapi, metode pengajaran yang banyak diejek seperti itu justru berjasa melindungi para siswa dari ekspos propaganda. Mereka hanya perlu menghafalkan dan memuntahkan kembali isi hafalan di kertas ujian beberapa bulan kemudian. Sesudah lulus sekolah, mereka tak punya beban apa yang dijejalkan di kelas dulu.

Salah-kaprah lain tentang efektivitas propaganda adalah mengenai sasarannya. Calon korban paling empuk untuk propaganda bukannya kelas bawah, tetapi justru kelas menengah dan atas. Kerukunan kelas atas dan ketenteraman kelas menengah merupakan kunci stabilitas. Tak ada perubahan sosial tanpa keretakan elite. Yang dapat diharapkan dari propaganda adalah agar mereka yang makan gaji dari ketimpangan tata-sosial tidak melihat ketimpangan itu. Atau melihatnya sebagai sesuatu yang wajar atau rezeki dari Tuhan. Sehingga, mereka bisa makan enak, tidur nyenak, dan beribadah tanpa rasa bersalah.

Rakyat jelata tak akan banyak termakan propaganda, baik propaganda penguasa maupun propaganda antipenguasa yang datang dari kelompok elite yang sama. Bukan karena rakyat jelata lebih cerdas dan dewasa daripada kaum elite. Alasannya sederhana saja. Mereka tak punya banyak waktu dan minat untuk soal-soal besar.

Laporan-laporan media massa tentang propaganda antikomunis di sekolah-sekolah selama bulan September lalu, misalnya, memberikan petunjuk ke arah kesimpulan seperti itu. Di Jawa Timur, setiap hari Senin selama bulan September, para pembina sekolah memberikan pidato pembinaan tentang bahaya komunis. Tetapi, anak-anak itu rupanya tak banyak berminat.

Megawati sesungguhnya bukanlah tokoh yang diperhitungkan para aktivis radikal, sebelum ia dilecehkan dan digusur-gusur. Begitu pula golput. Seperti nasib buku-buku terlarang, kecaman 26 tokoh terhadap pemberian anugerah Magsaysay kepada Pramodya A. Toer tahun lalu, justru mengundang simpati di kalangan anak-anak yang lahir sesudah 1965. Kalau benar PRD bersuara kekiri-kirian, dapat pula dianalisa, sejauh mana hal itu merupakan akibat sampingan propaganda antikiri dari pemerintah. □

