

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I merupakan bagian pendahuluan yang secara garis besar memvisualisasikan isi dari skripsi. Bagian ini juga memberikan perspektif dari penulis mengenai penelitian yang akan dilakukan guna mendapatkan jawaban atas isu permasalahan yang sebelumnya belum terjawab.

A. Latar Belakang

Hollywood merupakan suatu rumah produksi film terkemuka yang merajai ranah perfilman dunia dewasa ini. Sebagai suatu lembaga independen, Hollywood telah banyak membantu Amerika Serikat jauh sebelum era perfilman modern. Di periode Perang Dunia ke-I, pasca dideklarasikannya perang terhadap Jerman oleh presiden AS pada saat itu Woodrow Wilson, mulai banyak memproduksi tayangan propaganda yang memberikan edukasi serta menunjang kesiapan militer masyarakat AS di Perang Dunia Ke-I. Pada saat Perang Dunia ke-II, ketakutan menyelimuti Negeri Paman Sam, dan Hollywood “diwajibkan” untuk memberikan sarana hiburan untuk rakyat AS, maka Hollywood pun membuat banyak naskah komedi yang kemudian melalui komedian-komediannya dipertunjukkan ke rakyat AS (History.com Editors, 2018).

Pada Perang Dunia ke-II, selain peperangan secara militer Amerika juga mendapati peperangan ideologi. Kawasan Eropa merupakan salah satu kawasan dengan jumlah kekuatan terbesar, dan di antara kekuatan besar itu Uni Soviet sangat dominan baik di segi kekuatan militer, maupun pengaruh ideologi komunisme yang dimiliki. Untuk mengalahkan Uni Soviet, AS merasa perlu ada upaya lebih daripada sekadar kompetisi secara militer, maka di sinilah peran film sebagai alat untuk menyebarkan ideologi sebagai bentuk perlawanan terhadap komunisme Uni Soviet, dengan Eropa dan wilayah-wilayah yang belum tersentuh ideologi AS sebagai target dari propaganda (Lee, 2008).

Pada 9 September 2001 Amerika dan dunia digemparkan dengan suatu aksi “teror” yang dilakukan terhadap Gedung WTC (World Trade Centre). Kejadian ini dideklarasikan oleh Amerika sebagai suatu serangan oleh suatu Jaringan Terorisme yang dikenal dengan nama Al-Qaeda, yang dipimpin oleh Osama bin Laden. Tak lama setelah terjadinya tindak terorisme, pada 20 September 2001 George W Bush selaku presiden ke-43 Amerika memberikan deklarasi bahwasanya Amerika akan memimpin pergerakan dengan skala global untuk memerangi segala macam dan bentuk tindak terorisme dengan kebijakan yang bertajuk “War on Terror”. Kebijakan ini kemudian menyulut api kemarahan Umat Muslim Nusantara, yang pada 27 September 2001 melakukan aksi demonstrasi di depan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Indonesia, sebagai bentuk perlawanan atas kebijakan Amerika Serikat yang dianggap sangat mendeskreditkan Umat Muslim di seluruh dunia (New York Times, 2001). Citra Buruk AS di mata masyarakat Indonesia terus berkembang semenjak saat itu.

Donald Trump merupakan Presiden ke-45 dalam sejarah panjang pemerintahan Amerika Serikat. Pada masa pemerintahannya, Trump mengusung “Make America great again” sebagai slogan dan arah dari kebijakan politik Amerika di bawah pemerintahannya (detikNews, 2021). Dalam upaya untuk mewujudkannya, Donald Trump membentuk *Kebijakan Isolasionis* yang berprinsip untuk berdiri sendiri, serta menutup banyak kerjasama dengan negara lain, yang kemudian menjadi dasar dari Presiden Trump untuk sangat membatasi jumlah imigran dari berbagai negara islam yang masuk ke Amerika. (BBC NEWS INDONESIA, 2019).

Indonesia merupakan negara yang memiliki hubungan istimewa dengan banyak Negara Islam. Walaupun bukan negara islam, Indonesia sangat erat hubungannya dengan Islam, bahkan Indonesia sendiri merupakan negara dengan mayoritas masyarakatnya memeluk Agama Islam, yang membuat Indonesia menjadi negara dengan penganut Agama Islam terbesar di dunia. Selain itu pada 1944 Palestina menjadi negara pertama yang mendukung kemerdekaan Indonesia, hal ini kemudian mendorong Mesir, Suriah, Lebanon,

dan negara-negara islam lainnya untuk memberikan pengakuannya atas kemerdekaan Indonesia segera setelah Kemerdekaan Indonesia diproklamasikan (Thea Fathanah Arbar, CNBC Indonesia, 2022). Di sisi yang lain Indonesia juga telah banyak berkontribusi terhadap perkembangan negara-negara Islam di dunia, hal ini terlihat jelas dengan masuknya Indonesia ke dalam 57 anggota awal OKI (Organisasi Kerjasama Islam) sejak pertama kali dibentuk pada 1969, juga vokalnya penolakan atas invasi yang dilancarkan Israel terhadap Palestina (Kompas.com, 2020). Berawal dari situ, suatu ikatan persaudaraan yang sangat kuatpun terbentuk antara Indonesia dan negara-negara Islam yang ada di dunia

Citra negara yang baik fundamental keberadaannya bagi suatu negara, terlebih di persaingan ekonomi, sosial-budaya, maupun politik di dunia internasional. Hal ini merujuk pada dapat tercapai atau tidaknya kepentingan strategis dari suatu negara.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana upaya Hollywood membangun citra Amerika Serikat di Indonesia?

C. Kerangka Berpikir

1. Soft Power

Soft Power merupakan suatu kemampuan untuk memengaruhi suatu negara untuk saling bekerjasama dalam mencapai hasil yang diinginkan (Trunkos, 2013), dalam konteks ini tujuan *soft power* merupakan kerjasama antar negara/ kelompok negara dengan tujuan untuk memberikan keuntungan pada semua pihak yang terlibat. Dalam pelaksanaannya *soft power* biasa diterapkan melalui sektor sosial politik, serta budaya, di mana hal ini bertolak belakang dengan konsep diplomasi tradisional yang merupakan *hard power diplomacy*, di mana penerapannya hanya dilakukan dengan menggunakan kekuatan militer semata. Joseph Samuel Nye Jr, salah seorang ilmuwan politik yang paling berpengaruh dalam hubungan internasional di Amerika Serikat di dalam bukunya mengatakan bahwa soft power

adalah, “*the ability to get what you want through attraction rather than through coercion or payments*” (Nye, 2008), sehingga dapat dikatakan bahwa *soft power* merupakan upaya persuasif yang dilakukan suatu negara untuk mendapatkan kepentingan nasionalnya. Di dunia internasional Amerika sangat partisipatif dalam menjalankan politik global, hal ini merujuk pada *passion* yang dimiliki AS untuk bisa menjadi “penguasa dunia” (Yani, Yanyan and Lusiana, Elnovani, 2018)

2. Propaganda

Propaganda merupakan suatu model komunikasi persuasif yang dilakukan secara massif (Andis Samiaji, dkk, 2022), merujuk pada Kamus Oxford, Propaganda dapat diartikan sebagai *ideas or statements that may be false or exaggerated and that are used in order to gain support for a political leader, party, etc.* Sehingga pada dasarnya Propaganda ada untuk membantu suatu pihak mendapatkan apa yang diinginkan tanpa perlu melakukan konflik fisik, melainkan dengan memanfaatkan media sebagai alat penyebaran propaganda. William E. Daugherty, dalam tulisannya (William E. Daugherty, Morris Janowitz, 1959) mengelompokkan propaganda ke dalam 3 klasifikasi, yaitu:

a) *White Propaganda*

White Propaganda atau Propaganda putih merupakan propaganda yang dilakukan secara terang-terangan, yang juga biasa dikatakan sebagai propaganda terbuka. Hal ini dilakukan dengan menggunakan media massa, dan biasanya akan dilakukan *counter propaganda* atau serangan balik oleh aktor berlawanan.

b) *Black Propaganda*

Propaganda hitam dilakukan dengan tujuan untuk menjatuhkan, di mana dalam praktiknya propaganda dilakukan dengan secara tersurat menyantumkan sumber atau pembuat propaganda terkait, akan tetapi sumber propaganda yang dicantumkan bukanlah pihak atau aktor pembuat propaganda yang sebenarnya.

c) *Grey Propaganda*

Berbeda dengan *White Propaganda* dan *Black propaganda* yang secara gamblang menyebutkan pembuat dari propaganda terkait, *Grey propaganda* tidak memiliki kejelasan berkaitan dengan pembuat propaganda.

Pada abad ke-16 di Kota Roma, Paul Gregoreus XV membentuk “*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*” (Majelis Suci untuk Mempropagandakan Agama) yang bertugas untuk mengatur jalannya propaganda yang dilakukan oleh Uskup yang tersebar di penjuru dunia (DIALEKSIS, 2019). Pada abad ke-17 mesin cetak ditemukan, hal ini kemudian dimanfaatkan kaisar-kaisar pro-Katolik untuk melakukan serangan terhadap aliran Protestan yang saat itu sangat menentang aliran Katolik (DIALEKSIS, 2019). Dengan menyebarkan selebaran, masyarakat dihimbau untuk tidak memeluk Agama Protestan dan memilih untuk memeluk Agama Katolik. Pada abad ke-19 propaganda mulai memasuki Negeri Paman Sam, bermula pada perang dunia I, Pemerintahan AS menggunakan propaganda sebagai upaya untuk menghimpun sejumlah besar tenaga tentara Angkatan Darat, juga meningkatkan moralitas masyarakat sipil yang tengah ditempa dengan masa-masa kelam dari Perang Dunia I. Selanjutnya propaganda terus berkembang hingga menjadi suatu alat untuk menyebarkan pengaruh ideologi ke daratan Eropa, bahkan pada masa pasca Perang Dunia II, Propaganda terus dilakukan oleh Amerika untuk melakukan *counter propaganda* dalam menghadapi Rusia sebagai “pemilik” ideologi Sosialisme.

3. Nation Branding

Nation Branding merupakan segala upaya yang dilakukan suatu negara untuk membentuk serta mempertahankan citra secara holistik (Prasetia, 2015). Nation Branding tidak memengaruhi fisik suatu negara, akan tetapi persepsi, serta bayangan dari masyarakat tentang suatu negara (Cavia, 2013). Di era pasar tunggal saat ini, persaingan antar negara semakin kompetitif, hal ini kemudian meletakkan citra baik suatu negara menjadi suatu standarisasi penentu kesuksesan negara dalam berkompetisi di pasar global. Dalam pembentukannya nation branding terbentuk

dari beberapa variabel kunci, sebagaimana yang Simon Anholt tuliskan terdapat 6 variabel kunci yang juga disebut sebagai *Nation Brand Hexagon* (Anholt, 2000),



Gambar 1. 1 Nation Brand Hexagon oleh Simon Anholt

Dalam *Nation Brand Hexagon*, Anholt mengatakan bahwa faktor kunci pembentuk nation brand adalah sebagai berikut,

a) Export Brands

Produk barang atau jasa yang ditawarkan suatu negara dapat membantu individu hingga masyarakat untuk membentuk suatu gambaran mengenai identitas dari suatu negara. Sejauh kita memandang dewasa ini, dimulai dari hal kecil seperti mainan anak-anak hingga perangkat yang kerap kita gunakan, semua merupakan garapan dari negara Tiongkok. Hal ini kemudian membentuk suatu pandangan di tengah masyarakat, bahwasanya Cina memegang kendali atas perekonomian dunia saat ini, walaupun dalam realitanya AS lah yang masih memegang kendali terbesar atas perekonomian dunia.

b) Government, Foreign and Domestic Policy

Dalam menjalankan serta mengatur suatu negara, peraturan serta kebijakan menjadi suatu keharusan. Keberhasilan dari peraturan serta kebijakan yang diterapkan akan sangat berdampak terhadap keteraturan dari masyarakat dari negara terkait. Hal ini kemudian menjadi tolak ukur bagi masyarakat internasional serta negara-negara lain untuk menilai dari negara terkait, semakin baik kualitas suatu tatanan masyarakat di suatu negara, maka semakin berhasil baik pula kinerja pemerintahan negara tersebut. Sehingga dengan baiknya kinerja dari suatu pemerintahan negara, maka peluang untuk terjadinya hubungan kerjasama oleh negara lain yang didasari dengan *trust* akan terbuka lebih lebar.

c) Culture and Heritage

Setiap negara memiliki keunikannya masing-masing, yang kemudian dalam persaingan internasional dapat berkontribusi besar dalam membentuk persepsi global. Poin penting pada keberadaan budaya dalam membentuk opini publik internasional adalah, dengan adanya suatu keunikan yang menyirikan suatu negara, maka atensi akan lebih mudah didapatkan. *Culture and Heritage* di dalam artikel jurnal karya Steffi Priani Sugi dengan judul *Pengaruh Nation Branding “Pesona Indonesia” Terhadap Preferensi Tujuan Wisata Masyarakat Kota Bandung* diklasifikasikan ke dalam 3 kelompok, *Heritage* (Peninggalan budaya), *Landscape* (Pemandangan alam), *The Arts* (seni)

d) People

Produk pemerintah berupa kebijakan akan sangat berpengaruh dalam membentuk keteraturan dan ketertiban masyarakat. Begitu juga sebaliknya untuk dapat menilai kinerja pemerintah sebagai suatu negara, masyarakatlah yang memegang peranan penting sebagai “objek” dari penilaian. oleh karena itu berhasil tidaknya suatu pemerintahan negara bisa dilihat dengan meninjau kembali bagaimana tatanan masyarakat yang terbentuk dari produk pemerintah tersebut. Terlebih dalam membentuk

persepsi global akan suatu negara, dengan melihat karakteristik masyarakatnya akan tervisualisasi pula karakteristik dari negara terkait.

e) Tourism

Pariwisata merupakan sektor yang sangat berkontribusi aktif dalam membentuk opini global mengenai suatu negara. Hal ini berkaitan dengan adanya fasilitas suatu negara, yang tidak dimiliki oleh negara lain, seperti halnya kekayaan lingkungan alam, infrastruktur, keberagaman cuaca, iklim, hingga bervariasinya makanan yang ada. Dengan adanya fasilitas tersebut, maka akan muncul suatu ketertarikan yang akan membentuk persepsi global mengenai negara terkait, sebagai contoh dengan melalui “*Wonderful Indonesia*” Indonesia yang memiliki kekayaan alam yang indah nan melimpah, sukses membentuk citra negara sebagai “negeri yang kaya akan banyak hal” di mata mancanegara (Jessica Anindya, 2020)

f) Investments and Immigration

Ketertarikan masyarakat internasional pada suatu negara dapat menuntun pada terjadinya suatu imigrasi. Hal ini tentunya merupakan peranan citra positif dari negara tersebut yang akhirnya menimbulkan efek ketertarikan dari masyarakat internasional. Investasi sangat erat kaitannya dengan *trust*. Di sini *trust* atau kepercayaan yang dimaksud adalah seberapa besar resiko yang berani diambil oleh para penanam modal kepada negara yang dituju untuk mengembangkan modal yang telah diberikan.

D. Hipotesis

Merujuk pada paparan teori sebelumnya, penulis pun dapat merumuskan 2 hipotesis yang bahwasanya,

Hollywood merupakan instrumen yang digunakan Amerika Serikat dalam upaya untuk membangun citra di Indonesia sebagai suatu bentuk *soft power diplomacy*. Dalam pengaplikasiannya digunakan *White* dan *Black Propaganda* dengan tujuan sebagai berikut;

1. Upaya Hollywood menaikkan citra Amerika Serikat dengan *black propaganda* untuk menjustifikasi tindakan terhadap Negara Islam, dan mendapatkan respon positif dari Masyarakat Indonesia.
2. Upaya Hollywood dengan menggunakan *white propaganda* untuk membuktikan keberpihakan Amerika Serikat terhadap Umat Islam, serta guna mendapatkan respon baik dari Masyarakat Indonesia.

E. Tujuan

Penelitian ini dilakukan guna menjelaskan upaya yang dilakukan Hollywood sebagai suatu instrumen dalam pola diplomasi Amerika Serikat untuk meningkatkan citra negara.

F. Jangkauan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis memutuskan untuk membatasi jangkauan periode waktu penelitian, guna mencapai tujuan yang diinginkan. Periode waktu penelitian adalah antara 2001 hingga 2017. Jangkauan penelitian yang cukup panjang diperlukan mengingat jadwal rilis film yang tidak pasti.

G. Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *mixed method* yang berarti menggunakan dua macam metode untuk kemudian dikombinasikan sehingga rumusan masalah dapat terjawab (HUMAS UPI, 2021). Penulis memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap film-film keluaran Hollywood, *Green Zone* (2010), dan *Zero Dark Thirty* (2012). 2 film tersebut tidak secara resmi rilis di Bioskop Indonesia, yang kemudian mengharuskan kami untuk menyertakan internet sebagai media pengumpulan data, dalam hal ini terfokus pada 2 aplikasi, *Loklok* dan *Youtube*. Sebagaimana telah dicantumkan penulis menggunakan *mixed method* atau metode campuran kualitatif dan kuantitatif, dari segi Metode Kualitatif penulis menggunakan *discourse analysis* atau metode analisis wacana sebagai teknik penelitian untuk diterapkan pada 2 film yang digunakan sebagai studi kasus. Dalam penelitian terkait, penulis menggunakan Film yang diakses melalui Aplikasi *Loklok*. *Loklok* sendiri merupakan aplikasi *Video Streaming* yang belakangan banyak

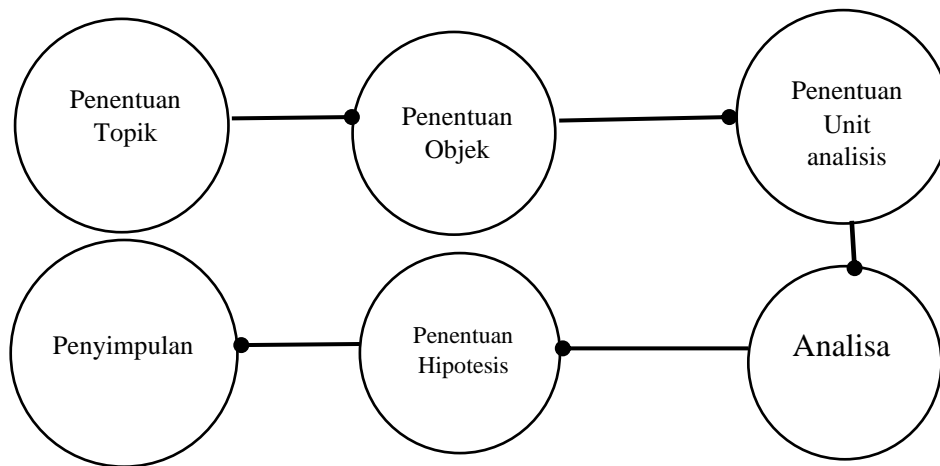
digandrungi oleh masyarakat millennial Indonesia, cukup serupa dengan *Netflix*, akan tetapi aplikasi terkait bersifat *free* atau gratis. Walaupun demikian aplikasi terkait memiliki menu premium yang sepenuhnya berkaitan dengan kualitas video yang didapat, untuk non-premium video hanya bisa dinikmati maksimal dengan kualitas gambar 720p, sementara untuk pilihan premium video dapat diakses dengan kualitas tertinggi, 1080p atau lebih (Irlandika Kusuma. S, 2002).

Di sisi lain penulis juga menggunakan metode kuantitatif, yaitu dengan menggunakan Teknik Penelitian *Content analysis* melalui Youtube sebagai media pendukung. Teknik *Content analysis* merupakan penelitian yang bersifat komprehensif terhadap suatu informasi baik cetak maupun tertulis yang terdapat pada media massa (ASFAR, 2017). Metode ini akan penulis gunakan dalam mengumpulkan respon penonton Indonesia setelah menyaksikan 2 film terkait. Pengumpulan data kami lakukan pada dua Video dari dua Kanal Youtube, *rahmat wifal* dan juga *film hits21*. Kedua kanal *Youtube* ini memberikan pemaparan tentang jalan cerita dari kedua film, yang mana kemudian respon dari masyarakat Indonesia dapat kita temui pada kolom komentar 2 video terkait. Proses analisa akan dilakukan dengan membuat tabel respon populasi masyarakat yang kemudian akan ditentukan persentase reaksi positif dan negatif dari kedua video yang masing-masing mewakili kedua film. Dari situ penulis akan menggunakan rumus sebagai berikut;

$$\frac{y/z}{a} \times 100 = b\%$$

- y : Pro
- z : Kontra
- a : Jumlah Komentar
- b : Persentase akhir

Dalam rangka untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, pada penelitian ini penulis mengaplikasikan Teknik *Discourse analysis* dan *Content analysis* dengan prosedur penelitian sebagai berikut;



Gambar 1. 2 Metode pelaksanaan kegiatan

H. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian terkait, penulis membagi pembahasan penelitian menjadi 4 BAB, sebagai berikut:

BAB I

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka berpikir, hipotesis, metode, serta sistematika penulisan

BAB II

Berisikan bahasan yang lebih mendalam mengenai Hollywood, Pemerintahan Amerika Serikat, dan hubungan antar keduanya

BAB III

Pada bagian ini, penulis ingin secara spesifik memaparkan mengenai *image* atau citra Amerika Serikat di Indonesia, dengan Hollywood sebagai suatu instrumen yang menaikkan citra positif Amerika Serikat di Indonesia.

BAB IV

Bagian ini akan memberikan suatu simpulan mengenai hasil atau temuan dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis