

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Secara Etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa latin *perceptio* , dari *percipire*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa , atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*).¹

Jalaluddin Rakhmat mengemukakan persepsi merupakan bagian dari komunikasi intrapersonal meliputi: sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Alex Sobur, persepsi merupakan proses menyadari adanya sesuatu hal dan memberikan sesuatu tanggapan lazim.²

Menurut Mulyasa, persepsi terbagi menjadi dua yaitu: persepsi terhadap objek dan persepsi terhadap manusia. objek lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Persepsi terhadap manusia sering dijumpai persepsi social walaupun kadang-kadang manusia sering disebut objek. Persepsi sosial adalah proses menanggapi arti objek-objek sosial dan

¹Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikaasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), h.50.

²Annur, Saipul dan Akmal Hawi, *Persepsi Mahasiswa terhadap Layanan Perpustakaan PTAIS di Sumatera Selatan*, (Yogyakarta:IDEAPress, 2015), h.14.

kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita, setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya.³

2. Macam-macam persepsi

Persepsi dibedakan menjadi dua macam, yaitu *External Perception* dan *Self Perception*. *External Perception* adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsang yang datang dari luar diri individu. *Self Perception* adalah yang terjadi karena adanya rangsang yang berasal dari dalam diri individu.⁴ Dalam hal ini yang menjadi obyek adalah dirinya sendiri. Sedangkan persepsi itu sendiri dapat dibagi beberapa macam diantaranya adalah:

a. Persepsi terhadap lingkungan fisik

Dalam menilai suatu benda saja tidak selalu sepakat ketika melihat bulan, misalnya orang Amerika Utara melihat seseorang di bulan, orang Indian Amerika sering melihat kelinci, orang China melihat seorang wanita meninggalkan suami di bulan. Dalam mempersepsikan lingkungan fisik, kita terkadang melihat kekeliruan. Indra kita terkadang menipu kita, itulah yang disebut 'ilusi'. Tipuan mataseseorang kadang menimbulkan perbedaan disebabkan latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda juga membuat persepsi kita berbeda atas suatu obyek.

³Annur, Saipul dan Akmal Hawi, *Persepsi Mahasiswa terhadap layanan Perpustakaan PTAIS di Sumatera Selatan*, (Yogyakarta: IDEA Press, 2015, h.14-15.

b. Persepsi Sosial

Definisi persepsi sosial :

Menurut Harvey dan Smith seperti dikutip Widyastuti dalam buku Psikologi Sosial, persepsi sosial adalah suatu proses membuat penilaian (*judgement*) atau membangun kesan (*impression*) mengenai berbagai macam hal yang terdapat dalam lapangan penginderaan seseorang. Penilaian atau pembentukan kesan ini adalah upaya pemberian makna kepada hal-hal tersebut. Serta menurut Verdeber persepsi sosial adalah suatu pesan melekatkan atau memberikan makna kepada informasi sensori yang diterima seseorang.

Persepsi sosial adalah proses menangkap obyek-obyek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka menanggung resiko. Persepsi sosial merupakan suatu proses seseorang untuk mengetahui, menginterpretasi dan mengevaluasi orang lain yang dipersepsi, tentang sifat-sifatnya, kualitasnya dan keadaan yang ada dalam diri orang yang dipersepsi, sehingga terbentuk gambar orang yang dipersepsi.⁴

⁴ Widyastuti Yeni, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 34.

c. Persepsi Budaya

Faktor-faktor internal bukan saja mempengaruhi atensi sebagai salah satu aspek persepsi, tetapi juga mempengaruhi persepsi kita secara keseluruhan, terutama penafsiran atas sesuatu rangsangan agam, ideologi, tingkat intelektualitas, tingkat ekonomi, pekerjaan, dan cita rasa sebagai faktor-faktor internal jelas mempengaruhi persepsi terhadap suatu realitas.

Dengan demikian, persepsi itu terikat oleh budaya (*culture bound*). Bagaimana kita memaknai suatu pesan obyek atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang kita anut. Oleh karena itu, persepsi berdasarkan budaya yang telah dipelajari, maka persepsi seseorang lingkungannya bersifat subjektif, semakin besar perbedaan budaya antara dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap suatu realitas. Dan oleh karena itu tidak ada dua orang yang mempunyai nilai-nilai budaya yang persis sama, maka tidak pernah ada dua orang mempunyai persepsi sama pula.⁶

3. Proses Pembentukan Persepsi Individu

Proses pembentukan persepsi melibatkan beberapa tahapan yang berbeda namun tidak dapat dipisahkan, bahkan betapa sering tahapan ini bisa terjadi secara bersamaan yaitu:

- a. Stimulus dan respons, stimulus merupakan rangsangan dari dunia sekeliling yang di tangkap indra, kontak antara indra dengan stimulus inilah yang kita sebut respons. Melalui stimulasi itulah kita mampu menggambarkan secara

sistematis pemandangan, suara, bau, dan rasa yang mengisi pengalaman sadar kita.

- b. Seleksi, merupakan sebuah proses indrawi untuk memilih informasi (stimulus), bahasa psikologinya adalah “*selecting stimuli*” atau “*selective sattention*”. Berikut faktor yang mempengaruhi seleksi (respons) individu terhadap stimulus (informasi), yaitu: faktor eksternal seperti, faktor alami, lokasi, ukuran, kontras, gerakan, perulangan, dan kemiripan. Dan faktor internal yang datang dari dalam diri sendiri seperti, faktor pembelajaran, kebutuhan, usia, dan kepentingan.
- c. Pengorganisasian, persepsi lebih mudah terbentuk apabila stimulus yang diterima itu ditata berdasarkan skema dan skrip (tindakan berpola), menggolongkan mana yang sejenis, memisahkan objek berdasarkan ukuran (besar-kecil).
- d. Memori, memori membuat seseorang menyimpan stimulus yang telah terorganisir kemudian diinterpretasi atau di evaluasi. Peran memori ibarat penyangga terhadap rangsangan yang diterima melalui panca indra agar stimulus tetap hadir secara akurat.
- e. Recall, memori yang telah menyimpan informasi yang ditangkap indra itu dapat dipanggil kembali ketika individu mengingat informasi tertentu.
- f. Interpretasi, pada tahapan interpretasi-evaluasi, individu akan memberikan interpretasi atau memberikan makna terhadap semua respons, misalnya makna atas pengalaman, kebutuhan, keinginan, nilai-nilai, harapan, keadaan fisik, dan emosional, gender, makna atas keyakinan, yang semuanya berdasarkan skema dan skrip yang telah dilakukan pada tahap berikutnya.⁵

4. Perbedaan Persepsi

Hal-hal yang dapat menyebabkan perbedaan persepsi antarindividu dan antarkelompok adalah sebagai berikut.⁶Perhatian, karena keterbatasan menyerap seluruh rangsangan sekitar kita sekaligus, maka kita

- a. terpaksa hanya bisa memusatkan perhatian kita pada satu atau dua objek saja.
- b. Set, adalah kesiapan mental seseorang untuk menghadapi sesuatu rangsangan yang akan timbul dengan cara tertentu. Perbedaan mental set ini kali ini tampak seperti hal yang mudah dan semua orang pun tahu. Tetapi hal ini justru dilupakan jika sedang ada masalah serius. Misalnya hubungan

⁵ Liliweri, Alo, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 169-175.

⁶*Op.Cit* ; Sarwono, Sarlito Wirawan, h. 103-106.

- menantu dan mertua. Mereka lupa bahwa masing-masing sudah membawa mental setnya masing-masing (tentang makanan, cara mengasuh anak, tentang pembagian tugas rumah tangga, danlainnya). Kedua pihak tidak mau mengubah mental set mereka tersebut, di situlah sumber penyebabnya.
- c. Kebutuhan, kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap pada diri seseorang, akan mempengaruhi orang tersebut. Dengan demikian, kebutuhan-kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan perbedaan persepsi.
 - d. Sistem Nilai, sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat berpengaruh pula terhadap persepsi.
 - e. Tipe kepribadian, misalnya dua orang yang berkepribadian yang berbeda antara periang dan pemalu bekerja dalam satu kantor dan satu orang atasan yang sama. Sangat mungkin yang pemalu menganggap atasannya seorang yang menakutkan, sedangkan yang periang menganggap atasannya biasa saja.

B. Komunikasi Massa dan New Media

Kemampuan untuk menjangkau ribuan, atau bahkan jutaan orang ciri dari komunikasi massa (*mass communication*), yang dilakukan melalui media massa seperti televisi atau koran. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah media massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur dan membujuk.⁷

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakes konten kapan saja dan dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik penerima, pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terdapat umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/ masyarakat baru melalui isi media, selain mengharuskan adanya perangkat digital maka lahirlah media baru, selain mengharuskan adanya perangkat digital maka lahirlah media yang berbasis digital

⁷Jhon Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2008), h. 450.

yakni media yang mempunyai kemampuan manipulasi, kemampuan bekerja dalam jaringan (termasuk jaringan padat), serta mempunyai daya tarik terhadap informasi.⁸

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab. Hal itu disebabkan, oleh karena media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang membaca tidak hanya orang perorang tapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca.

Seiring dengan berkembangnya teknologi telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telpon seluler. New media merupakan sarana perantara yang baru dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Salah satu ciri yang menonjol adalah adanya interaksi manusia dengan komputer dan internet.

Kehadiran new media tak lepas dari prediksi McLuhan yang mengatakan dunia akan menjadi satu desa global (*global village*) dimana produk-produk yang akan ada akan menjadi cita rasa semua orang. *Global Village* menjelaskan bahwa tidak ada lagi batas waktu dan tempat yang jelas. Informasi dapat berpindah dari satu tempat ke belahan dunia lain dalam waktu yang sangat singkat. *Global Village* adalah konsep mengenai perkembangan teknologi komunikasi dimana dunia dianalogikan menjadi

⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal* (Jakarta : Premania Group, 2015). h. 284.

sebuah desa yang sangat besar. McLuhan memperkenalkan konsep ini pada awal tahun 60-an dalam buku yang berjudul *Understanding Media: Exstension of A Man*.⁹

C. Media Sosial

Menurut Philip Kootler dan Kevin Kelller pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Semua media sosial mendorong penggunaanya untuk berpartisipasi dan memberikan umpan balik terhadap sesuatu pesan atau konten di media sosial. Pesan yang dikirimkan atau dibaca oleh banyak orang.¹⁰

Menurut Dukhem, sosial merujuk pada kenyataan bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataan media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.¹¹

Dua pengertian dasar media dan sosial telah dijelaskan, berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Waber, Tonies, maupun Marx, dapat disimpulkan individu dengan perangkat media. Karakteristik dalam kerja komputer

⁹Bimo Mahendra, *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram(sebuah perspektif Kounikasi)*, Jurnal Visi Komunikasi Volume / 16 No. 01, Mei 2017, h. 153-154.

¹⁰ <https://maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>, diakses pada tanggal 29 Januari 2019, pukul 14.18 wib.

¹¹Rulli Naarullah, *Media Sosial* (Simbiosis Rekatama Media: Bandung), h. 3-8.

dalam web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain berada dalam sebuah sistem jaringan.¹²

D. Instagram

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *ios*, *Android* dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan mem-posting atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Instagram adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi keteman mereka.¹³

Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* atau *follower*. *Following* artinya anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* adalah pengguna lain yang mengikuti anda. Selanjutnya setiap pengguna bisa berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.¹⁴

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan fitur digital (pemberian efek pada foto), dan membagikannya ke berbagai media sosial, termasuk Instagram itu sendiri.

¹²*Ibid.* hlm. 8.

¹³ Dyah Ayu Pustiporini, *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram* (Studi Kesenjangan Motif dan Kepuasan Pengguna Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013), (Universitas Muhammadiyah Surakarta Jurusan Ilmu Komunikasi 2016), h. 6.

¹⁴<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, diakses tanggal 30 Januari 2019, pukul 14.54 wib.

Foto dan video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feedfollowers* yang mengikuti.

Instagram berasal dari pengertian dan keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata *Insta* berasal dari kata *Instan*. Seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara secara instan, seperti polaroid didalam tampilannya. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata *Telegram* yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.¹⁵

1. Fitur-fitur yang ada di Instagram

Selain menjadi media yang paling digemari masyarakat instagram juga menjadi primadona bagi pergaulan terutama para remaja masa kini hal itu disebabkan oleh fitur-fitur yang ada didalam instagram antara lain:

a. Kamera

Fitur kamera memungkinkan pengguna Instagram tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tapi dapat juga langsung membidik atau

¹⁵Skripsi Ikhsan Tila Mahendra, *PeranMediaSosialInstagramDalamPembentukanKepribadianRemajaUsia12-17TahundiKelurahan KebalenKecamatan BabelanKabupatenBekasi*, (UniversitasIslamNegeriSyarifHidayatullah : JurusanPendidikanIlmuPengetahuanSosial, 2017). h 21-22.

merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi *caption* baru membagikannya.

b. Editor

Editor adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memoles foto yang dijepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 *tool editor* tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan. Kontras dan saturasi semudah menggerakkan Jamari tangan. Di *update* terbaru Instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga *landscape*. Memberikan keleluasan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih besar.

c. *Tag dan Hastag*

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan dalam satu label.

d. *Caption*

Caption berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hashtag*.

e. *Instastory*

Instastory adalah fitur terbaru dari Instagram, yang mengambil format *snapchat* dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 10 detik.

f. *Explore*

Ketika anda memilih untuk membuka tab *explore* atau jelajah, biasanya terdapat kumpulan foto dan video yang menurut mereka mungkin anda tertarik untuk menyukainya, ini diambil berdasarkan apa yang orang-orang sukai saat ini. Fitur ini juga dapat menyarankan anda untuk mengikuti orang-orang baru di lingkaran pertemanan anda.¹⁶

2. Kelebihan Instagram

a. Mudah digunakan

Kemudian yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya, memposting foto atau video, mengikuti, mengomentari, memberi like, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan praktis

b. Media utama berupa foto

Menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui foto, membentuk media ini menyampaikantampilan serta kualitas foto yang baik, visual yang menjadi daya tarik utama Instagram untuk digunakan.

¹⁶<https://www.beritateknologi.com/instagram-perbarui-fitur-explore-hadir-dengan-topik-channel-menarik/>, diakses tanggal 31 Januari 2019, pukul 14.19 wib.

c. Koneksi dengan media sosial yang lain

Kelebihan Instagram yang memberikan koneksi dengan beberapa sosial media berbentuk kemudahan tersendiri untuk para penggunanya.

3. Kelemahan Instagram

Kemudian yang diberikan Instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan *spamming*. Umumnya *spamming* banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa disiasati menggunakan *private* di akun agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di postingan.

a. *Spaming*

Kemudian yang diberikan Instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan *spamming*. Umumnya *spamming* banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa disiasati menggunakan menggunakan *private* di akun agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di postingan.

b. Tidak adanya konten penyaring konten

Dengan kemudahan yang diberikan Instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun Instagram. Hal tersebut tentunya menjadikan Instagram sangat mudah dimasuki orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.

E. Propaganda

Teori Prof.Dr.H.C.J. Duyker dalam *Winkler Prins Encyclopadle* mengemukakan, menggunakan berbagai lambang untuk mempengaruhi perasaan atau pikiran manusia sedemikian rupa, sehingga tingkah laku yang timbul karena pengaruh itu sesuai dengan keinginan dari propagandis.¹⁷

Dengan menggunakan teori Duyker, Instagram yang menggunakan gambar atau unggahan sebagai lambang dapat merubah pikiran dan perasaan pengguna Instagram itu sendiri.

1. Pengertian Propaganda

Di tahun 1922, tak lama setelah perang 30 tahun, untuk pertama kalinya kata propaganda pertama kali digunakan. Sri Paus Gregory menggunakan istilah propaganda untuk menamakan panitia khusus untuk menyebarkan keyakinan. Panitia tersebut bernama Congregatio de Propaganda Fide (kelompok penyebar keyakinan). Tugas utama kelompok ini adalah menyebarkan doktrinasi katolik ke dalam negara-negara non-katolik (wilayah misi). Congregatio de Propaganda Fide adalah komite tetap kardinal yang bertanggung jawab atas aktivitas misionairs katolik Roma sejak 1622. Dalam kaitannya dengan komunikasi, propaganda mempunyai

¹⁷ Sastropoetro Santoso, *Propaganda Salah Satu bentuk Komunikasi Massa*, (Alumni: Bandung, 1991) h. 17.

unsur kesengajaan dan manipulasi yang dapat membedakan propaganda dari komunikasi biasa atau pertukaran informasi secara bebas.¹⁸

Selain itu, propaganda adalah salah satu bentuk Komunikasi Massa, dan Teori S-OR dan Bullet Theory (Teori Peluru) / Model Jarum Hipodermik (Hypodermic Needles Theory) dianggap sangat mendukung konsep Propaganda. Propaganda adalah sebuah upaya disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi alam pikiran atau kognisi, dan memengaruhi langsung perilaku agar memberikan respon sesuai yang dikehendaki pelaku propaganda.

2. Media Propaganda

a. Media Massa

Salah satu unggulan media ini adalah jangkauan yang luas. Peran media massa dalam propaganda bisa dikatakan sangat efektif. Sampai-sampai Napoleon Bonaparte harus mengurangi surat kabar dari 13 buah menjadi 4 buah saja dengan melarang pers mengkritik kebijakan pemerintah.

b. Buku

Buku menjadi sangat efektif karena sangat mempengaruhi pemikiran seseorang. Dan pemikiran akan mempengaruhi sikap dan perilaku. Di Indonesia bentuk propaganda yang dilakukan dengan buku adalah pelaksanaan dan sosialisasi pedoman penghayatan dan pengamalan

¹⁸Muhajir Affandi, *Komunikasi Propaganda Suatu Pengantar*, (Jakarta : Prenamadia Group, 20117) h. 11.

pancasila (P4). Bahkan karena semangatnya untuk membentuk perilaku pancasilais pemerintah memaksa setiap instansi atau membentuk kegiatan baru harus didahului dengan penataran P4 dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi.

c. Film

Film juga bisa dijadikan media propaganda. Di Indonesia propaganda lewat film nyata terlihat dalam pemutaran film Penghianatan G 30 S/PKI yang pada zaman pemerintah Soeharto setiap setahun sekali (malam 30 September) diputar di stasiun TVRI. sekitar tahun 80 an atau awal kemunculan film ini siswa-siswa sekolah wajib menontonnya. Pesan yang dikandung dalam propaganda film tersebut adalah bahwa bangsa Indonesia harus waspada bahaya laten terhadap PKI. Dan Soeharto digambarkan digambarkan satu satunya pahlawan dalam menumpas pemberontakan itu.

d. Selebaran

Selebaran ini biasanya digunakan oleh kelompok tertentu yang ada dalam masyarakat untuk mempengaruhi kebijakan publik pemerintahnya. Di Indonesia menjelang dan pasca jatuhnya Soeharto (20 Mei 1998) banyak selebaran muncul. Dari isinya cukup beragam dari yang menolak Soeharto, ajakan berdemonstrasi, menciptakan *clean government* sampai himbauan pembersihan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN). Bahkan

selebaran ini tidak hanya beredar di kampus-kampus tetapi juga merabab ke tengah masyarakat umum.¹⁹

Media massa menjadi satu-satunya cara yang praktis untuk menyebarkan pesan-pesan, dan menjadi pembawa propaganda baru sejalan dengan perkembangannya.²⁰

3. Jenis-jenis Propaganda

- a. Black Propaganda yaitu propaganda terbuka dimana menyerang narasumber yang dikenai propaganda secara terang-terangan menyerang orang yang dikenai propaganda.
- b. White Propaganda yaitu propaganda tertutup atau dilakukan secara sembunyi-sembunyi. Dimana propagandis tidak secara terang-terangan menyerang orang yang dikenai propaganda.
- c. Grey Propaganda yaitu propaganda yang tidak diketahui pasti sumbernya maka dapat menimbulkan keraguan.²¹

F. RM. Rendra Hadi Kurniwan

Ramai diperbincangkan publik karena videonya yang dinilai menghina Nabi Muhammad SAW di media sosial khususnya instagram, Rendra merupakan anggota partai politik Gerindra dan merupakan anak dari anggota DPRD Sidoarjo, Nunuk

¹⁹*Ibid*, h.35--37.

²⁰ James E. combs dan Nimmo, *Propaganda Baru*, (PT Remaja Rosdakarya : Bandung, 1994), h.53.

²¹ *Ibid*, h.62.

Lelarosawati yang aktif pada tahun 2018 lalu, Rendra lahir di Banyuwangi pada tanggal 7 Desember 1979 dan berstatus sebagai duda.

Pria 38 tahun ini juga terbilang sangat aktif di media sosial. Tak jarang setiap unggahannya mengundang kontroversi karena dilengkapi dengan keterangan foto maupun video yang kurang pantas.²²

²² <https://m.kumparan.com/amp/kumparannews/profil-rendra-hadi-kurniawan-pria-penghina-nabi-muhammad>, diakses pada tanggal 30 November 2019, pukul 03.00 wib.