

Globalisasi Media dan Transformasi Politik Internasional

Puji Rianto¹

***Abstract:** Globalization affects almost everything, moreover international politics. In this respect, media that have transnational orientation, as serious patrons of globalization, keep transforming international politics in three dimensions which are from power politics to image politics, international politics mediation and the widespread utilization of media as propaganda.*

***Key words:** Globalization, media globalization, international politics transformation.*

Dunia telah berubah dengan cepat. Kondisi ini telah menjadi keyakinan hampir semua pejabat publik, akademisi, dan pegiat LSM. Salah satu faktor penyebabnya adalah globalisasi, yang telah menjadi isu sentral dalam bidang politik, ekonomi, dan sosial sekarang ini (Chesney, 1998). Globalisasi yang mulai intens didiskusikan banyak pihak dianggap sebagai fenomena baru yang dicirikan oleh penyusutan ruang dan waktu yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang mencerminkan peningkatan interkoneksi dan interdependensi ekonomi, politik, sosial, dan budaya dalam skala global (Steger, 2002: vii). Dampak yang ditimbulkannya telah menyentuh ke dalam hampir semua kehidupan manusia, termasuk hubungan antarnegara, bangsa dan politik internasional. Jika politik internasional dimaknai sebagai “*a struggle of power*” sebagaimana dikemukakan Morgenthau (1993: 29), maka globalisasi telah membuat sarana ataupun instrumen yang digunakan untuk meraihnya mengalami

¹ Puji Rianto adalah Penulis adalah peneliti pada Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PK-MBP), Yogyakarta.

perubahan secara signifikan. Dalam kaitan ini, globalisasi media telah mengubah karakteristik umum diplomasi dan komunikasi internasional. Dov Shinar (2000:83) mengungkapkan bahwa komunikasi internasional pada era 1990-an dikarakteristikkan oleh dua perkembangan pokok, yakni: *pertama*, bersamaan dengan tuntutan dan gerakan separatisme, iklim pasca-Perang Dingin telah membuat lebih susah usaha-usaha para penjaga dan pembuat perdamaian seperti yang terjadi dalam konflik di Timur Tengah dan Irlandia Utara. *Kedua*, peran media dalam hubungan internasional telah berubah secara signifikan. Pekerjaan tradisional para jurnalis yang meliputi usaha-usaha mengumpulkan dan menyeleksi fakta, mengkonstruksi, dalam meng-*coding* dan merepresentasikan realitas telah mengalami perluasan. Para jurnalis tidak hanya berharap menghadirkan fakta secara *fair* dan tanpa bias dalam bahasa yang dirancang untuk *unambiguous, undistorting, dan agreeable* (Fowler, 1999; seperti dikutip Shinar, 2000:83). Namun, lebih dari itu, organisasi dan para profesional media berpartisipasi dalam hubungan internasional, yang secara luas dan dalam peran sebagai katalis dan ‘broker diplomatik’. Dalam situasi ini, posisi jurnalis sebagai pewarta dan pelaku dalam politik internasional sering kali menjadi kabur.

Saat ini, organisasi media dan para profesional telah turut berpartisipasi dalam hubungan-hubungan internasional, dalam pengertian luas dan dalam perannya sebagai katalis dan “*diplomatic broker*” (Larson, 1986; Giboa, 1998 seperti dikutip Shinar, 2000). Sebagai *broker diplomatik*, media melaksanakan dan kadang memprakarsai mediasi internasional dalam suatu cara yang sering kali pembedaannya menjadi kabur antara dirinya sebagai reporter dengan sebagai seorang diplomat (Shinar, 2000:84). Dalam kaitan ini, media global telah mentransformasi politik internasional secara mendasar melalui proses mediasi (*mediated international politics*), yang membuat politik internasional lebih menekankan pada *image politics* dibandingkan dengan *power politics*. Selanjutnya, oleh karena kemampuannya dalam menyebarkan pesan-pesan diplomasi dan politik, media telah memberi kemampuan untuk menjadikannya sebagai salah satu instrumen propaganda paling penting. Jika kontrol terhadap informasi berarti pula kontrol terhadap kekuasaan, dan jika politik internasional dipahami sebagai perjuangan meraih kekuasaan (*struggle of power*), maka tidak dapat dipungkiri bahwa media yang beroperasi lintas batas

negara bangsa sekarang ini mempunyai peran yang hampir tidak ada bandingnya.

Tulisan ini akan ditujukan untuk menganalisis secara kritis bagaimana globalisasi media mengubah politik internasional dewasa ini. Pada bagian awal, akan dipaparkan globalisasi dan bagaimana media berperan dalam proses tersebut. Selanjutnya, akan dipaparkan bagaimana globalisasi media telah menggeser politik internasional dari *power politics* ke *image politics*. Bagian berikutnya akan dipaparkan bagaimana media mempunyai peran penting sebagai agen propaganda dalam politik internasional. Kekuasaan melibatkan pengaruh-pengaruh dan kontrol tindakan dari warga negara dan pemerintahan terhadap warga negara dan pemerintahan lain. Dalam kaitan ini, propaganda menjadi salah satu instrumen pokok dalam proses tersebut. Bagian akhir tulisan akan ditutup dengan kesimpulan, benang merah dari keseluruhan tulisan ini.

GLOBALISASI DAN PERAN MEDIA

Para ilmuwan politik dan hubungan internasional telah begitu gigih melakukan analisis terhadap globalisasi dan implikasinya bagi negara bangsa, sedangkan ilmuwan lainnya gigih memperdebatkan munculnya *global culture*, lokalisme, masyarakat global, dan lain sebagainya. Jika literatur-literatur tersebut dirunut, maka akan ditemukan betapa sulitnya menemukan kata sepakat atas apa yang disebut globalisasi dan bagaimana dampaknya terhadap kehidupan manusia, baik di bidang ekonomi, politik, sosial, dan juga budaya. Meskipun demikian, argumentasi yang menyatakan bahwa globalisasi telah mempengaruhi hampir semua bidang kehidupan manusia tampaknya jauh lebih bisa diterima meskipun harus diberi catatan bahwa pengaruhnya berada dalam derajat yang berbeda-beda.

Di antara diskusi tentang globalisasi tersebut, perkembangan media dan teknologi komunikasi menjadi salah satu faktor penting meskipun pada awalnya tidak mendapatkan cukup perhatian (Rantanen, 1999). Integrasi, interkoneksi, dan bahkan interdependensi (Keohane dan Nye, 1977) tidak dapat dilepaskan dari keberadaan media dan teknologi komunikasi yang beroperasi lintas batas negara bangsa. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika ada yang mengatakan bahwa tanpa adanya teknologi komunikasi, maka tidak ada pasar-pasar global sebagaimana adanya sekarang. Tanpa adanya

komunikasi global maka tidak akan muncul pasar global (Tehrani, 1999: 4)

Mengenai peran media dalam proses globalisasi tersebut, Thompson (2000: 202) mengemukakan sebagaimana dapat dilihat pada kutipan di bawah ini.

“The reordering of space and time brought about by the development of the media is part of broader set of processes which have transformed (and are still transforming) the modern world. These processes are commonly described today as ‘globalization’”

Pada bagian lain, Thompson (Rantanen, 2006:9) mengemukakan bahwa perkembangan media baru dan komunikasi tidak hanya dalam jaringan-jaringan transmisi informasi di antara individu yang masih mempunyai hubungan-hubungan sosial. Namun, perkembangan media dan komunikasi menciptakan bentuk-bentuk tindakan dan interaksi dan hubungan-hubungan sosial jenis baru-suatu bentuk hubungan yang berbeda jika dibandingkan dengan bentuk hubungan *face-to-face* yang hadir dalam hampir keseluruhan sejarah manusia. Di sini, komunikasi memberikan kontribusi bagi globalisasi dunia dalam tiga cara (Rantanen, 1999:4). *Pertama*, komunikasi global menyediakan “*infrastructures*” bagi aliran data, berita, dan citra lintas batas negara bangsa yang memungkinkan pan-kapitalisme berkembang. *Kedua*, komunikasi global telah mendorong peningkatan permintaan melalui “*channels of desire*” periklanan global. *Ketiga*, komunikasi global memberdayakan kelompok-kelompok marginal (*the silent voices*) di negara-negara periferi akan hak menentukan nasib sendiri (*self-determination*) dan keadilan sosial yang biasanya hadir dalam bentuk pemujaan mendalam atas identitas *vis-a-vis* komoditas di negara-negara center.

Jaringan televisi transnasional telah menantang hubungan-hubungan tradisional antara televisi dengan negara bangsa melalui jangkauan siarannya yang bersifat transnasional (Chalaby, 2003:460-462). Dalam kaitan ini, terdapat tiga tipe *coverage*, yakni multi-territory, pan-regional, dan global. Stasiun televisi yang mempunyai *coverage multi-territory* biasanya muncul karena tidak mempunyai cukup sumber daya untuk mengembangkan siaran pan-regional atau jika tidak demikian lebih karena

alasan-alasan ketakutan sebagai akibat ketiadaan *brand* dan bahan-bahan untuk menyelenggarakan siaran pan-regional. Di sisi lain, siaran-siaran televisi pan-regional biasanya mampu menjangkau keseluruhan kawasan regional. Saluran Pan-Eropa, misalnya, mampu menjangkau keseluruhan wilayah Eropa, *Euronews*, dan *Eurosport* (yang saat ini berada di bawah kendali TF1, stasiun siaran swasta Perancis), *Mezzo*, saluran musik klasik Lagardere, dan *Fox Kids*. Meskipun tidak menjangkau keseluruhan Eropa, tetapi setidaknya menjangkau 30 hingga 55 kawasan dengan 15 bahasa. Kelompok terakhir adalah jaringan televisi yang mempunyai jangkauan global. Jaringan televisi seperti *MTV*, *CNN*, dan *Discovery* telah menjangkau tidak hanya Eropa, tetapi juga lebih dari 150 negara yang berada di kawasan seperti Timur Tengah, Asia Selatan, Asia Pasifik, Amerika dan kadang-kadang Afrika. Stasiun-stasiun ini mempunyai orientasi program global yang disiarkan selama 24 jam non-stop. Orientasi siarannya yang 24 jam ini telah membuatnya mempunyai kemampuan untuk meliput dunia secara *real time*. *CNN World Report* dan *BBC World*, misalnya, dapat meliput dan menyiarkan krisis dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia sebagaimana terjadi. Sebagai contoh, dalam krisis Timur Tengah, *CNN World Report* menyiarkan per jam kejadian.

Globalisasi yang ditopang oleh perkembangan teknologi komunikasi ini telah menciptakan apa yang sering disebut oleh ilmuwan Kanada, Marshal McLuhan, sebagai “perkampungan global” (“*global village*”). Suatu dunia yang diibaratkan sebagai perkampungan global di mana sekat-sekat antarwilayah tidak lagi berlaku, dan masing-masing individu dapat berinteraksi satu dengan yang lain melalui teknologi komunikasi. Berangkat dari gagasan McLuhan ini, Volkmer (2003) lantas memberikan argumentasi bahwa kemampuan berita yang dipancarkan melalui satelit secara simultan oleh stasiun penyiaran ke seluruh dunia dalam suatu waktu bersamaan telah menciptakan “*global public sphere*” dan kosmopolitanisme sebagai dasar terbentuknya warga negara dunia (*global citizenship*) (dikutip dari Rai dan Cottle, 2007:2). Teknologi komunikasi telah memungkinkan seseorang berhubungan secara langsung dengan orang-orang di seluruh dunia, termasuk dengan otoritas politik. Inilah yang mendorong munculnya kelompok-kelompok yang lebih bersifat kosmopolitan. *Greenpeace*, kelompok pecinta lingkungan hidup yang beroperasi lintas batas negara, menjadi salah satu contohnya. Persoalannya

sekarang bagaimana globalisasi media tersebut berpengaruh terhadap politik internasional?

POLITIK INTERNASIONAL: DARI POWER POLITICS KE IMAGE POLITICS?

Dalam buku yang menjadi salah satu rujukan penting studi politik internasional, *International Politics: A Framework for Analysis*, Holsti (1983:193) mengemukakan bahwa dengan perkembangan politik massa-meluasnya keterlibatan warga negara atau subjek dalam hubungan-hubungan politik-dan meluasnya lingkup hubungan-hubungan privat antarwarga negara dalam hubungan internasional dan global, dimensi-dimensi kebijakan luar negeri akan menjadi semakin penting. Sejauh sebagai rakyat, menurut Holsti, yang digabungkan ke dalam berbagai kelas sosial, gerakan, dan kelompok-kelompok kepentingan (*interest group*), peranan yang mereka mainkan akan semakin penting dalam menentukan tujuan-tujuan dan alat-alat kebijakan yang digunakan untuk meraih atau mempertahankan tujuan-tujuan tersebut meski pada waktu bersamaan mereka sendiri juga menjadi target persuasi.

Di era sekarang, interaksi sebagaimana dimaksud Holsti diperantarai oleh media dan teknologi komunikasi. Oleh karenanya, di era globalisasi sekarang ini, peranan media menjadi semakin penting dalam kehidupan politik internasional dan diplomasi. Kekuatan media sebagai agen diplomasi ini muncul sebagai akibat luasnya cakupan dan kemampuannya dalam membangun citra dan opini publik. Sebagai ilustrasi, pada tahun 1987, dalam rangka meminimalkan bias berita Barat, *CNN World Report* telah menyediakan laporan berita di seluruh dunia tanpa diedit dan disensor. Menjelang tahun 1992, tidak kurang dari 10.000 item berita lokal disiarkan dalam *World Report* yang berasal dari 185 organisasi berita dan mewakili 180 negara (Tehrani, 1999:46). Mengomentari hal ini, Tehrani mengatakan, “*CNN has thus become more than a news medium; it is also serving as a channel for public diplomacy, often working faster than the private channels of traditional diplomacy*”.

Peranan media yang sangat besar tersebut telah melahirkan istilah “*media diplomacy*” (Hachten, 1993:59), yang dalam sejarahnya merujuk pada kasus Walter Cronkite dari *CBS* dan Barbara Walters dari *ABC* yang

menjadi 'saluran' komunikasi antara Presiden Mesir, Anwar Sadat, dengan Perdana Menteri Israel, Menachem Begin. Menurut catatan Hachten, dampak paling dramatis dicapai oleh stasiun CBS yang berhasil melakukan wawancara sambungan telepon secara terpisah. Selanjutnya, penyiaran dua wawancara tersebut disunting dan disambungkan bersama sehingga memberikan kesan sedang dilaksanakan wawancara langsung antara kedua pemimpin dengan Cronkite sebagai pewawancaranya. Inilah dimensi baru peranan media dalam politik internasional dewasa ini, yang dapat dikatakan sebagai 'mediator'. Pada tataran tertentu, media menjembatani yang mungkin juga penuh distorsi negosiasi dan diplomasi politik antarpara pejabat politik.

Kemampuan media dalam membangun citra juga telah menggeser dimensi politik internasional. Dalam kaitan ini, Tehranian (1999:137) mengemukakan bahwa setengah kekuasaan politik terdiri dari pembuatan citra (*image making*). Format media naratif seperti drama atau gambar bergerak dapat membentuk kesadaran politik melalui penggambaran pengalaman-pengalaman hidup dan membentuk suasana pengalaman termediasi (Kluver, 2002:499). Di sini, politik citra tidak hanya beroperasi dalam demokrasi nasional ataupun lokal, tetapi juga menjadi dimensi penting dalam politik internasional. Perkembangan ini juga mendorong bagaimana pencapaian kekuasaan diraih dalam hubungan antarnegara.

Sejalan dengan pemikiran realis, kekuasaan dalam politik internasional seperti '*life's blood*' (Henderson, 1998:99). Di sini, kekuasaan didefinisikan sebagai kapasitas seorang aktor untuk membujuk atau memaksa aktor lain guna mengijinkan kontrol atas aktor tersebut. Kekuasaan dapat dibedakan menjadi dua macam, yakni *soft power* dan *hard power*. *Soft power* merujuk pada kemampuan seorang aktor dalam melakukan persuasi kepada aktor lain untuk melakukan suatu tindakan berdasarkan pengaruh. Ideologi suatu negara, budaya, prestise dalam hubungan internasional, atau keberhasilan-keberhasilan negara tersebut mungkin akan membuat negara tersebut menjadi pemimpin yang secara sukarela diikuti oleh yang lain (Henderson, 1998:100). Sementara itu, *hard power* dimaknai sebagai kemampuan suatu negara untuk memaksakan kepentingan dan kemauannya terhadap negara lain baik melalui kekuatan ekonomi maupun invasi militer. Kemampuan suatu negara untuk mengkombinasikan kedua kekuasaan ini, *hard power* dan *soft power*, membuatnya menjadi sangat berpengaruh dalam politik

internasional sebagaimana ditampilkan Amerika Serikat saat ini.

Kekuasaan sebagai tujuan utama politik internasional mengandung enam dimensi utama, (Henderson, 1998:100-102), yang mengetahuinya menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi lebih dalam peranan media dalam mentransformasi hubungan-hubungan antarnegara dan politik internasional. Dimensi kekuasaan yang dimaksud adalah: *Pertama*, kekuasaan bersifat situasional sebagai akibat sumber-sumber yang dibutuhkan untuk melaksanakan kekuasaan tersebut berubah setiap waktu atau berubah sebagai akibat perubahan konteks yang melingkupinya. *Kedua*, kekuasaan atau *power* selalu berada dalam suatu *state of change* karena kemajuan-kemajuan teknologi. Meluasnya teknologi komunikasi dan media jelas telah mengubah *landscape* kekuasaan dalam masyarakat modern. Informasi adalah kekuasaan, dan siapa yang mengontrol informasi berarti juga kontrol terhadap kekuasaan. *Ketiga*, kekuasaan menjadi penting hanya karena hubungannya dengan aktor-aktor lain. Ini berarti bahwa perbincangan mengenai kekuasaan hanya relevan jika dikaitkan dengan hubungan-hubungan antaraktor dalam politik internasional. Dalam masyarakat global, interaksi tidak lagi terbatas pada individu-individu dalam lingkup teritorial negara bangsa, tetapi juga melintasi batas-batas geografis. Interaksi ini menjadi mungkin karena perkembangan teknologi komunikasi dan media. Persoalannya adalah bahwa penguasaan atas teknologi dan media tidak berjalan seimbang, negara-negara maju menguasai lebih banyak dibandingkan dengan negara Dunia Ketiga. *Keempat*, kekuasaan dapat dibedakan antara kekuasaan aktual dan potensial (*actual power and potencial power*). Kekuatan militer suatu negara bangsa menjadi contoh paling konkret kekuasaan aktual, sedangkan Gross National Product (GNP) menjadi contoh *potencial power*. *Kelima*, berkenaan dengan perbedaan *actual and potencial power* adalah apa yang disebut sebagai *the fungibility power*. Secara khusus, kekuasaan *fungible* melibatkan kemampuan untuk melakukan konversi kekuasaan ekonomi menjadi kemampuan militer dan selanjutnya menjadi kekuasaan politik. Jepang menjadi contoh bagaimana kemampuan ekonomi dapat ditransformasi dengan cepat menjadi kekuasaan militer atau politik. Meskipun saat ini Jepang tidak mempunyai cukup kekuatan militer, tetapi dengan kemampuan ekonomi, teknologi dan dengan menghabiskan sekitar 6 hingga 8 persen GNP-nya, Jepang dengan cepat dapat menjadi negara dengan kekuatan militer yang disegani. *Terakhir*,

kekuasaan dapat dibedakan menjadi *tangible* dan *intangible*. *Tangible power* merupakan sumber-sumber kekuasaan yang dapat disentuh dan dapat dihitung (*countable*), sedangkan *intangible power* sebaliknya, tidak dapat disentuh seperti kekuatan moral, *wisdom*, dan lain sebagainya.

Di era globalisasi sekarang ini, kekuasaan telah banyak mengalami perubahan. Kekuasaan menjadi lebih bersifat persuasif dibandingkan dengan *coercive* dan pada akhirnya akan menuju ke arah peningkatan kebutuhan dan keinginan dari banyak aktor dibandingkan dengan hanya mendasarkan pada keamanan negara bangsa (Henderson, 1998:121). Dalam situasi semacam ini, propaganda melalui media yang beroperasi secara global mempunyai peran penting. Amerika menjadi contoh paling nyata bagi upaya-upaya membangun propaganda untuk mendukung kebijakan-kebijakan luar negeri. Radio *Voice of America* menjadi stasiun penyiaran yang dengan efektif telah digunakan oleh AS dalam mendukung kebijakan luar negeri. Beroperasi sejak tahun 1943 dan berisi beragam acara mulai dari berita dan hiburan dengan informasi tentang kehidupan di Amerika, VOA dapat memberikan argumen-argumen yang mendukung bagi kebijakan luar negeri AS (Henderson, 1998:186). Stasiun-stasiun siaran swasta tampaknya juga tidak berbeda dalam keikutsertaannya memperjuangkan kepentingan-kepentingan AS dalam politik internasional.

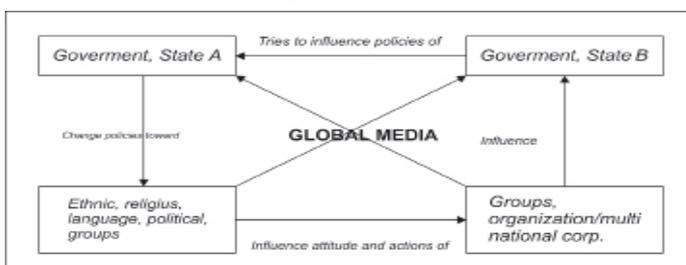
MEDIA SEBAGAI INSTRUMEN PROPAGANDA

Herman (1998:200-201) mengemukakan bahwa perubahan dramatik di bidang ekonomi, industri komunikasi, dan juga politik dalam satu dekade belakangan adalah kecenderungan mulai diterapkannya model propaganda. Dua filter yang paling pokok bagi berlangsungnya proses ini adalah pengaruh kepemilikan dan periklanan yang semakin meningkat. Di era globalisasi sekarang ini, terdapat *trend* bahwa media dimiliki oleh segelintir orang atau kelompok masyarakat. Akibatnya, liputan media menjadi cenderung menguntungkan pemilik modal dan demi dukungan periklanan yang lebih besar. Filter ketiga dan keempat adalah *-sourcing and flak*-yang telah pula memperkuat pengaruh elit dalam kehidupan politik. Hiperkomersialisasi telah memunculkan gejala baru dalam bentuk pendangkalan laporan jurnalisisme sebagai akibat efisiensi. Laporan jurnalisisme investigatif dikurangi, demikian juga dengan biaya

untuk pelatihan jurnalis. Media hanya mengandalkan liputan-liputan yang berorientasi ke atas dengan mengandalkan sumber-sumber elit politik dan ekonomi. Filter kelima adalah ideologi antikomunis. Hancurnya Uni Soviet telah membuat keyakinan terhadap “keajaiban pasar” (*miracle of the market*) semakin kuat. Keyakinan ini berujung pada “pentasbihan” ideologi pasar sebagai satu-satunya mekanisme yang diyakini paling efisien dalam mengelola sumber-sumber ekonomi. Dalam kehidupan media, berkuasanya ideologi pasar ini telah menciptakan *market-driven journalism*, telah mendorong media yang semata berorientasi pada kepentingan pasar/profit dibandingkan dengan melayani warga negara dan sistem politik demokrasi.

Dalam politik internasional, propaganda telah memainkan peranan yang menentukan dalam upayanya suatu negara untuk meraih tujuan-tujuan politik yang sudah ditetapkan (Holsti, 1983). Peranan semacam ini akan semakin kuat dalam masyarakat demokratis. Edward L. Bernays mengemukakan bahwa manipulasi kesadaran yang diorganisasikan dalam kebiasaan dan opini massa merupakan ciri-ciri paling utama masyarakat demokrasi. Suatu esensi demokrasi yang juga merupakan cara untuk memelihara struktur kekuasaan, struktur otoritas, kesejahteraan, dan lain sebagainya (Dikutip dari Chomsky, 1998:181). Dalam kaitan ini, propaganda digunakan untuk mempengaruhi kebijakan-kebijakan luar negeri dan sikap-sikap masyarakat yang menjadi target. Perkembangan teknologi komunikasi dan beroperasinya media-media lintas batas negara bangsa yang telah menransformasi politik internasional membuat aktor-aktor propaganda tidak lagi menjadi monopoli pemerintah, tetapi juga warga negara (lihat gambar 1), dan dalam konteks tersebut media berperan dalam menyebarkan pesan-pesan propaganda melalui berita dan pesan-pesan lain ke target.

Gambar 1: Model Propaganda dalam Politik Internasional



Diadaptasi dari KJ. Holsti. 1983. *International Politics: A Frame Work for Analysis*. Fourth edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall., Inc. Hal. 94

Realitas Perang Teluk yang terjadi pada tahun 1991 menjadi contoh konkret bagaimana media menjadi agen propaganda yang efektif dalam membangun dukungan domestik untuk merencanakan perang besar. Bahkan, dalam konteks Perang Teluk, media terlibat dalam skandal ‘penipuan’ yang dilakukan oleh Pentagon melalui penyesatan informasi (Kellner, 1992). Kellner (1992:6) mengemukakan “*the tv networks, by contrast, tended merely to reproduce what they were told or shown by US government and military*”. Liputan media-media *mainstream* dan terutama televisi telah memengaruhi cara pandang orang tentang perang. Dalam hal ini, dukungan dan antipati sangat ditentukan oleh bagaimana media menyiarkan perang tersebut. Kondisi ini berulang ketika AS melakukan invasi ke Iraq guna menjatuhkan Saddam Husein pada 2003 lalu. Di sini, media berperan besar dalam memobilisasi dukungan terhadap Perang Iraq dengan hanya menampilkan opini Gedung Putih (Chomsky, 2006). Media gagal memberikan konteks, dan karenanya gagal pula dalam memberikan informasi kepada warga negara AS secara lengkap. Seperti dikemukakan Dennet (2006: 80), dalam kasus Perang Iraq dan Terorisme, salah satu kelemahan besar laporan media arus utama (di AS) adalah kegagalan menempatkan konteks, dan ironisnya sekolah-sekolah dan universitas di Amerika juga mengidap kekurangan ini. Konteks yang dimaksud Dennet adalah apa sebenarnya motif dan latar belakang perang AS di Timur Tengah. Menurutnya, perang tersebut bukan karena motif perang melawan terorisme, tetapi dalam kajian sejarah yang panjang perang tersebut sebenarnya berkenaan dengan minyak. Media gagal menghadirkan informasi ini dan hanya mengandalkan apa yang disampaikan para pejabat Gedung Putih. Akibatnya, masyarakat AS mendukung invasi pemerintahan Bush secara keliru karena informasi yang disampaikan kepada mereka juga keliru.

Menurut Dennet (2006:80), hal ini menjelaskan mengapa orang Amerika tampak naif tidak ketulungan, bahkan bodoh. Padahal, tidaklah demikian. Orang-orang Amerika, sebagaimana dikemukakan Dennet, hanya memerlukan konteks, yang gagal dipenuhi oleh media *mainstream*. Faktor penyebabnya, salah satunya, adalah komersialisasi produk media

atau bahkan hiperkomersialisasi. Merujuk pendapat para senior di CNN, Borjesson (2006:17) mengemukakan bahwa dalam kasus Perang Iraq, audiens hanya memerlukan pemandu sorak dan bukannya liputan kritis. Oleh karenanya, menyediakan peliputan yang sedikit atau tidak ada peminatnya buruk buat *rating* dan buruk buat bisnis. Oleh karena itu, di saat-saat kritis semacam itu, CNN sebagai “Nama Terpercaya untuk Berita” sengaja mengorbankan integritas jurnalistik demi memberikan khalayak pemirsa apa yang mereka inginkan.

Dimensi lain dari persoalan globalisasi media adalah konsentrasi kepemilikan media-media tersebut di tangan segelintir orang, dan sebagian besar beroperasi di negara maju. Dalam suatu struktur yang monopolistik dan oligopolistik, orientasi media akan cenderung menguntungkan elit politik, yang akhirnya mengerucut ke dalam elit-elit transnasional. Media global akan lebih menyerukan kepentingan negara-negara besar dibandingkan dengan sebaliknya. Sayangnya, banyak penonton televisi yang tidak mengetahui hal ini. Menurut Hacten (1993:57), berita-berita asing di televisi ditunjang oleh dua agen berita televisi yang didominasi oleh kepentingan Amerika Serikat dan Inggris. Kondisi semacam ini, tentunya, tidak begitu mengherankan karena media-media AS dan Inggris memonopoli siaran-siaran nasional dan dunia. Seperti dicatat Chalaby (2003:457), saluran-saluran televisi transnasional telah mempunyai dampak-dampak yang berbeda pada pasar-pasar media dan juga meningkatkan isu-isu penting globalisasi. Saluran-saluran televisi transnasional ini mempunyai karakteristik yang berbeda dengan saluran-saluran nasional.

Media bukanlah kekuatan netral dan tidak akan pernah menjadi kekuatan netral. Meskipun para akademisi dan wartawan dengan gigih menyerukan pentingnya jurnalisme yang mengabdikan pada kebenaran, obyektivitas, dan orientasi pada kepentingan warga negara (Kovach dan Rosenthal, 2004), tetapi pada kenyataannya jurnalisme dan media selalu berpihak pada kelompok elit. Edward S. Herman dan Noam Chomsky (2002, xi) dengan tegas mengemukakan bahwa di luar fungsi-fungsi lainnya media melayani dan mempropagandakan kepentingan-kepentingan kelompok sosial yang mengontrol dan membiayainya.

Dalam artikel yang berjudul “Paternalisme Baru: Membentuk Opini Publik”, John Dewey (1918) mengemukakan bahwa “demokrasi dikontrol melalui opini mereka (baca jurnalis), opini yang dibentuk atas dasar materi yang mereka peroleh, dan bahwa propaganda disamakan sebagai distribusi berita melalui cara yang termurah dan terefektif untuk mengembangkan perasaan publik yang paling diinginkan (dikutip dari Combs dan Nimmo, 1993:56). Selanjutnya, Dewey mengkritik lebih jauh dengan mengatakan bahwa para penguasa selalu menggunakan pengaruh terhadap opini, dan ketika penemuan media massa telah mulai menyebar dan menarik perhatian membuat propaganda menjadi suatu pengaruh komunikasi lebih besar pada era modern.

Di sini, rasanya menjadi sangat tepat ketika Combs dan Nimmo (1993:53) mengemukakan bahwa oleh karena peranan komunikasi dan media maka kontrol terhadap sumber komunikasi dan organisasi media dapat meningkatkan kemungkinan mencapai saat-saat Machiavelli dalam penggunaan kekuatan. Dalam kaitan ini, media massa menawarkan kesempatan bagi penyebarluasan pesan-pesan kepada populasi luas, menjadikan kondisi yang penting serta alat propaganda baru. Lebih lanjut, Combs dan Nimmo (1993:54) mengemukakan:

Era modern telah membuka dan meningkatkan pandangan para politisi terhadap media massa sebagai alat untuk meyakinkan setiap target untuk patuh-individual, publik, kumpulan, atau kelompok masyarakat- melalui “perbaikan struktur tingkah laku target melalui manipulasi simbolik.

Kasus Perang Iraq dan Terorisme, sekali lagi, menjadi contoh paling konkret bekerjanya sistem propaganda dalam politik internasional AS. Para pejabat Gedung Putih dengan sangat lihai memanfaatkan media sebagai alat propaganda mereka. Ini dapat dilihat dari pernyataan-pernyataan Dick Cheney yang dikutip media secara luas. Pada 7 Agustus 2002, di Fairmont Hotel, San Fransisco, California Dick Cheney mengemukakan, “dalam kasus Saddam Husein, kita menghadapi seorang diktator yang jelas-jelas memburu kapabilitas-kapabilitas ini (nuklir dan senjata radiologi serta senjata-senjata biologi dan kimia) dan telah menggunakan keduanya dalam perang melawan Iran dan rakyatnya sendiri” Pada tanggal 26 Agustus 2006, Cheney mempertegas apa yang ia sampaikan dalam konvensi nasional ke

103 VFW, “tidak diragukan lagi Saddam Hussein punya senjata pemusnah massal. Dengan bantuan kita, Iraq yang terbebaskan dapat sekali lagi menjadi bangsa besar”. Pernyataan ini sekali lagi kembali ditegaskan Cheney di depan Veteran Perang Korea di San Fransisko, Texas. Ia mengatakan, “dapat dinyatakan dengan sederhana, tidak diragukan lagi Saddam Hussein kini punya senjata pemusnah massal. Dia mengumpulkannya untuk digunakan terhadap sahabat-sahabat kita, terhadap sekutu kita, dan terhadap kita” (dikutip dari Borjesson, 2006:26). Liputan tidak kritis oleh media AS ini, membuatnya menjadi alat propaganda yang efektif Gedung Putih dalam usahanya mendapatkan dukungan Perang Iraq, yang diselewengkannya ke dalam perang melawan terorisme.

CATATAN PENUTUP

Gagasan yang ditampilkan dalam artikel ini adalah globalisasi media telah mentransformasi secara cukup mendasar politik internasional dewasa ini. Transformasi tersebut terjadi dalam tiga dimensi, yakni pergeseran dari *power politics* ke *image politics*, mediasi politik internasional yang semakin luas dan intens serta penggunaan media sebagai instrumen propaganda yang semakin masif dalam politik internasional. Pergeseran dari *power politics* ke *image politics* terjadi karena kemampuan media dalam membawa citra politik ke dalam kontestasi hubungan dan politik internasional. Dalam kaitan ini, citra politik menjadi modal penting. Sementara itu, mediasi politik internasional terjadi karena hubungan-hubungan antarnegara semakin dimediasi oleh media. Sekarang ini, menjadi sangat lazim di mana media memerantarai diplomasi yang kadang kala lebih efektif dibandingkan dengan saluran-saluran diplomasi tradisional. Selanjutnya, oleh karena kemampuannya dalam membawa citra politik, membuat media menjadi agen propaganda yang paling penting dalam politik internasional. Elit-elit politik negara bangsa berebut untuk menggunakan media dalam melakukan propaganda terhadap warga negara dan pemerintahan lain. Tujuannya untuk menjatuhkan pihak lawan atau mencari dukungan dari negara lain atas kebijakan dan politik luar negeri yang tengah mereka jalankan.

Berbagai persoalan politik internasional sekarang dengan tegas menunjukkan kecenderungan semacam ini. Pada masa Perang Dunia

Kedua, aktor-aktor politik internasional menggunakan propaganda guna memenangkan pertarungan dengan cara menyebar pamflet atau berita-berita bohong. Kehadiran media massa dan teknologi komunikasi telah menggusur pamflet-pamflet tersebut dan menggantikannya dengan propaganda media yang lebih intensif dan canggih. Persis seperti dikemukakan Combs dan Nimmo, propaganda politik telah hadir sejak pemerintahan, dan hanya melalui kemajuan modernitaslah propaganda benar-benar menjadi utama kekuatan, yang sama pentingnya dengan yang dipraktikkan semua rezim dan penguasa militer tanpa memandang ideologi politik dan kultural mereka.

Problem yang kini tengah dihadapi, terutama oleh negara-negara Dunia Ketiga adalah monopoli media oleh segelintir orang di negara-negara maju. Dalam struktur yang monopolistik semacam ini, warga dunia dan terutama negara-negara Dunia Ketiga acapkali tidak mendapatkan “tempat” yang cukup dalam ruang media global. Akibatnya, media global terjebak atau menjebakkan diri ke dalam permainan propaganda yang di-*setting* oleh negara maju sehingga pemenang politik internasional akan senantiasa tetap dari waktu ke waktu, yakni negara maju yang mampu mengontrol informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Borjesson, Kristina (ed.). 2006. *Mesin Penindas Pers: Membongkar Kebebasan Pers di Amerika*. Bandung: Q-Press.
- Chalaby, Jean K. 2003. “Television for a New Global Order: Transnational Networks and the Formation Global System”. *Gazette*. Vol 65 (6): 457-472.
- Chesney, Robert W. 1998. “The Political Economy of Global Communication”. Dalam Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood, John Bellamy Foster (eds.). 1998. *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York: Montly Review Press.
- Chomsky, Noam. 2006. *Failed State: The Abuse of Power and the Assault on Democracy*. Henry Holt and Company, New York: Metropolitan Books.

- Combs, James E dan Dan Nimmo. 1993. *Propaganda Baru: Kediktatoran Perundingan dalam Politik Masa Kini*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Dennett, Charlotte. 2006. "Perang Melawan Teror dan Permainan Besar Minyak: Bagaimana Media Kehilangan Konteks". Dalam Kristina Borjesson (ed.) *Mesin Penindas Pers: Membongkar Kebebasan Pers di Amerika*, 71-106. Bandung: Q-Press.
- Hachten, William A. 1993. "Sistem berita International", diedit oleh Dedy Djamaluddin Malik, Jalaluddin Rakhmat, dan Mohammad Shoelhi (eds.). *Komunikasi Internasional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Henderson, Conway W. 1998. *International Relations: Conflict and Cooperation at The Turn of The 21st Century*. Boston: McGraw Hill.
- Herman, Edward S dan Noam Chomsky. 2002. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Herman, Edward S. 1998. "The Propaganda Model Revisited". Dalam Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood, John Bellamy Foster (eds.). 1998. *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of he Global Communication Revolution*. New York: Montly Review Press.
- Holsti, KJ.. 1983. *International Politics: A Frame Work for Analysis*. Fourth edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall
- Kellner, Douglas. 1992. *The Persian Gulf TV War*. Boulder, San Fransisco, Oxford: Westview Press.
- Keohane, Robert O dan Robert S. Nye. 1977. *Power and Interpendece: World Politics in Transition*. Boston, Toronto: Little, Brown and Company.
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2001. *Elemen-Elemen Jurnalisme*. Jakarta: ISAI.
- Morgenthau, Hans J. 1993. *Politics Among Nations: The Struggle of Power and Peace*. New Yorks, St Louis: McGraw Hill, Inc.
- Mugdha dan Simon Cottle. 2007. "Global Mediation: on the Changing Ecology of Satellite Television News. *Global Media and Communication*, [1742-7665(2007)3:1] Volume 3(1): 51-78
- Rantanen, Terhi. 2006. *The Media and Globalization*. London, Thousand

Oaks, and New Delhi. Sage Publications.

Shinar, Dov. 2000. "Media Diplomacy and 'Peace Talk': The Middle East and the Northern Ireland", *Gazzete* Vol. 62 (2): 83-97

Steger, Manfred. 2002. *Globalisme: Bangkitnya Ideologi Pasar*. Yogyakarta: Lafadl

Tehrani, Majid. 1999. *Global Communication and World Politics: Domination, Development, and Discourse*. United State of America: Lynne Rienner Publisher.

Thompson, John B. 2000. "The Globalization of Communication", edited by David Held and Anthony McGrew (eds.) *The Global Transformations A Reader: An Introduction to Globalization Debate*, 202-215. Cambridge: Polity Press.

