

BAB IV

KESIMPULAN

Penelitian yang berjudul “Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: Film “*Captain America: the First Avenger*”” ini didasari oleh satu perumusan masalah yaitu, “**Bagaimana Film *Captain America: The First Avenger* Menjadi Sebuah Propaganda yang Mengandung Unsur *Nation Branding*”?** dan penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa tokoh fiksi *Captain America* terkhususnya film *Captain America: The First Avenger* yang mengandung faktor-faktor propaganda. Juga untuk mendeskripsikannya dari sudut pandang ilmu hubungan internasional sehingga dapat memberikan pengetahuan bahwasanya dari sekian banyak film Hollywood beberapa diantaranya ternyata mengandung pesan-pesan propaganda.

Pada bab ini penulis akan menyimpulkan pembahasan penelitian dan menjawab pertanyaan penelitian yang telah dibuat. Setelah melakukan analisis pada bab III, dengan menggunakan tujuh faktor propaganda menurut *the Institute of Propaganda Analysis* (IPA). Film *Captain America: The First Avenger* ternyata memenuhi ketujuh faktor tersebut. Faktor *Glittering Generality* (Kemilang Genralitas) yang merupakan teknik untuk meningkatkan semangat atau emosi massa melalui penggunaan kata yang baik dan *Name Calling* (Pelabelan) yang

merupakan pelabelan buruk yang dilakukan oleh propagandis kepada seseorang, kelompok, lembaga, ataupun negara guna untuk menjatuhkan suatu ideologi maupun seseorang adalah dua faktor yang paling menonjol pada film tersebut. Sehingga dapat dikatakan negara Amerika tergambar sebagai negara yang hebat, patriotis, dan merupakan negara pahlawan yang menyelamatkan Perang Dunia II sedangkan negara Jerman tergambar sebaliknya. *Nation branding* yang merupakan usaha penerapan pemasaran perusahaan ke dunia internasional untuk membangun citra suatu negara ke arah yang positif merupakan suatu unsur yang dihasilkan dari reaksi yang ditimbulkan oleh film tersebut pada media internasional. Walaupun reaksi tersebut timbul dari media Amerika sendiri, reaksi positif berupa ulasan dari media inilah yang membantu Amerika membangun citra baik terhadap masyarakat internasional. Hal ini tentu didorong oleh adanya media massa yang merupakan salah satu sistem fungsional bagi masyarakat modern. Media pun menjadi penghubung bagi masyarakat dengan lingkungan disekitarnya. Oleh karena itu informasi yang disampaikan media mampu diterima oleh siapapun dan memiliki cakupan target yang luas. Sehingga melalui produk yang berupa film ini Amerika berhasil membangun citra positifnya.

Berdasarkan analisa penulis, reaksi yang ditimbulkan media massa terhadap film ini melambangkan adanya unsur *nation branding* yang menerapkan pemasaran idealisme negara Amerika Serikat pada dunia internasional. Seperti *Huffington Post*, salah satu media internasional yang mengulas bahwa film

Captain America: The First Avenger mempunyai poin yang bagus mengenai 'government control' dikarenakan sifatnya yang tergambar selalu melawan gagasan tentang 'centralized power' dan mendukung ideologi Amerika Serikat. Ulasan ini pada intinya memberikan arti bahwa media mengakui jika film *Captain America: The First Avenger* melambangkan ideologi dari Amerika dan merupakan suatu produk yang *tangible* (nyata) yang merupakan inti dari unsur *nation branding* yang menjadi perumusan masalah pada penelitian ini. Dengan kata lain, hal ini menjawab poin dari perumusan masalah penelitian. Jadi studi kasus film *Captain America: The First Avenger* mengandung unsur *Nation Branding*. Karena merupakan sebuah usaha penerapan pemasaran perusahaan ke dunia internasional untuk membangun citra negara Amerika ke arah yang positif.

Produk film ini berhasil menjadi sebuah propaganda dengan cara menonjolkan teknik propaganda *Glittering Generality* (Kemilang Genralitas) dan *Name Calling* (Pelabelan) yang menggunakan analisis adegan. Memperlihatkan bahwa hal-hal yang dilakukan oleh pemerintah Amerika Serikat khususnya di bidang militer tercermin dari bagaimana alur cerita pada film ini yang menceritakan mengenai kemenangannya dalam melawan komunis atau kaum fasis. Uniknya, tokoh dan film yang dibuat melalui imajinasi manusia yang juga didukung oleh efek hiperbola dari suatu adegan dapat beresiko mempengaruhi opini seseorang. Efek hiperbola ditunjukkan melalui *Captain America* yang merepresentasikan Amerika dengan ideal, karena memperlihatkan sosok yang

patriotis, bijak, dan peduli baik pada negara asalnya maupun berjuang untuk kesejahteraan dunia. Hal ini didukung oleh adanya teori penokohan atau teori pengkajian fiksi yang merupakan konsep yang digunakan untuk menganalisis tokoh fiksi secara akademis.

Topik penelitian ini merupakan kajian ilmu hubungan internasional, karena penulis berusaha mendeskripsikan tokoh *Captain America* dan film *Captain America: The First Avenger* dengan menggunakan beberapa sudut pandang konsep seperti konstruktivisme, media massa, model komunikasi, propaganda, dan *nation branding* yang merupakan pembahasan dalam ilmu hubungan internasional. Penggunaan media film sebagai alat komunikasi juga dibahas pada salah satu mata kuliah ilmu hubungan internasional yaitu komunikasi internasional. Penelitian juga dapat memperkaya ilmu Hubungan Internasional dengan topik propaganda, terkhususnya isu media film yang dijadikan alat propaganda seperti yang dibahas dalam penelitian merupakan masalah yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga menunjukkan bahwa bahasan dalam ilmu Hubungan Internasional sangat luas. Maka dari itu penelitian ini dapat menjadi contoh untuk mendalami isu-isu media yang dijadikan alat propaganda dan kaitannya dalam hubungan internasional.

Adapun kelemahan dari penelitian ini yaitu analisis hanya fokus pada pembahasan bagaimana film sebagai studi kasus berkaitan dengan propaganda

serta kelayakannya untuk dikategorikan sebagai film propaganda. Namun kurangnya data terhadap reaksi yang ditimbulkan oleh penonton atau bahkan tokoh penting yang berhubungan dengan topik ini. Lalu dikarenakan penelitian berupa riset kualitatif maka tidak luput dari unsur subjektivitas yang berasal dari pendapat penulis sendiri dan beresiko mengurangi objektivitas hasil penelitian. Rekomendasi untuk peneliti lain yang ingin meneliti topik yang hampir serupa adalah, diperlukannya tinjauan dan analisis data secara lebih dalam mengenai reaksi yang ditimbulkan film *Captain America: The First Avenger* terhadap penonton, negara lain, maupun tokoh penting yang berdampak pada negara Amerika. Karena menurut penulis, dengan meninjau *outcome* dari apa saja yang bisa disebabkan oleh film propaganda dapat menjadi esensi yang penting dalam topik yang berhubungan dengan propaganda film.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bakry, Umar Suryadi. *Metode penelitian hubungan internasional*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).
- Belmonte, Laura A. *Selling the American Way: US Propaganda and the Cold War*. (Philadelphia: University of Pennsylvania Press).
- Benton, Mike. *The Illustrated History: Superhero Comics of the Golden Age*. (Dallas: Taylor, 1992).
- Bongco, Mila. *Reading Comics: Language, Culture, and the Concept of the Superhero in Comic Books*. (New York: Garland Publishing, 2000).
- Bordwell, David & Thompson, Kristin. *Film Art: An Introduction*. (New York: McGraw-Hill, 2006). ISBN 0-07-331027-1.
- Cantril, Hadley. *America Faces the War: A Study in Public Opinion*. (The Public Opinion Quarterly, 1940).
- DeMatteis, J. M., Lawrence, John Shelton., Weiner, Robert G. *Captain America and the Struggle of the Superhero: Critical Essays*. (Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2009).
- DiPaolo, Marc. *War, Politics and Superheroes: Ethics and Propaganda in Comics and Film*. (Jefferson, NC: McFarland, 2011).
- Evanier, Mark. *Kirby: King of Comics*. (New York: Abrams Books, 2008).
- Ellul, Jacques., Kellen, Konrad., Jean Lerner. *Propaganda: the Formation of Mens Attitudes*. (New York: Vintage Books, a division of Random House, 2005).
- Fromm, Keif. *The Privacy Act Of Carl Burgos*". (North Carolina: TwoMorrows Publishing, 2005).
- Gaddis, John Lewis. *Grand Strategies in the Cold War*. (The Cambridge History of the Cold War, 2010). <https://doi.org/10.1017/cho19780521837200.002>.

- Herman, Edward S., Chomsky, Noam. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. (New York: Pantheon Books, 2002) ISBN 978-0-375-71449-8.
- Hodkinson, Paul. *Media, Culture and Society*. (United Kingdom: SAGE Publication, 2011).
- Jackson, Robert & Sorensen, Georg. *“Introduction to International Relations: Theories and Approaches.”* 5th edn. (Oxford: Oxford University Press, 2003).
- Kerr, Pauline & Geoffrey Wiseman,. *Diplomacy in a Globalizing World: Theories and Practices*. (New York: Oxford University Press, 2018).
- Kimball, Warren F. *The Most Unsordid Act: Lend-Lease 1939-1941*. (Johns Hopkins Univ Pr, 1969).
- Klaehn, Jeffery., Pedro-Carañana, Joan., Alford, Matthew., Yigal Godler. *Interview with Edward S. Herman: Ideological Hegemony in Contemporary Societies*. (THE PROPAGANDA MODEL TODAY: Filtering Perception and Awareness, 2018).
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. (London: Prentice Hall, 2005).
- Lasswell, Harold D. *Communications Research and Public Policy*. Public Opinion Quarterly (1972) 301-310.
- Lasswell, Harold., Bryson, L. (ed.). *The Structure and Function of Communication in Society*. The Communication of Ideas. (New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948).
- Lee, McClung. Alfred, & Lee, Elizabeth Briant. *The Fine Art Of Propaganda*. (New York: Harcourt, Brace and Co, 1939).
- Lee, Stan. *Origins of Marvel Comics*. (New York: Simon and Schuster, 1974).
- Levy. Jack S. *Qualitative Methods in International Relations*. (Ann Arbor: The University of Michigan Press).
- Murphy, John M. *What Is Branding?, Branding: A Key Marketing Tool*. (1992).
- Nurgiyantoro, Burhan. *Teori Pengkajian Fiksi*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995).

- Overy, Richard. *The Road to War (Revised and updated edition)*. (London: Penguin, 1999). ISBN 0-14-028530-X.
- Peitz, William. *Captain America: The Epitome of American Values and Identity*. (Senior Capstone Theses, 2013).
- Sastropoetro, R. A. Santoso. *Propaganda: Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. (Bandung: Alumni, 1991).
- Sanderson, Peter., Brevoort, Tom., DeFalco, Tom., K Manning, Matthew., Lee, Stan., & Joe Quesada. *Marvel Chronicle a Year by Year History*. (London: United Kingdom: Dorling Kindersley).
- Schramm, Wilbur. *The Process and Effects of Mass Communication*. (University of Illinois: Press Urbana, 1961).
- Shoelhi, Drs. Mohammad. *Propaganda: Dalam Komunikasi Internasional*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012).
- Simon, Joe, & Jim Simon. *The Comic Book Makers*. (New York: Vanguard Productions, 2003).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2007).
- Thaddeus, Jackson & Daniel H. Nexon. *Whence Causal Mechanisms? A Comment on Legro: Dialogue IO*. (Cambridge University Press, 2003).
- Weiner, Robert G. *Captain America And The Struggle Of The Superhero*. (Jefferson, N.C.: McFarland, 2009).
- White, Mark D. *The Virtues of Captain America: Modern Day Lessons on Character from a World War II Superhero*. (Malden, MA: Wiley Blackwell, 2014).
<https://doi.org/10.1002/9781118619353>.
- Wright, Bradford W. *Comic Book Nation*. (Baltimore, Md.: Johns Hopkins University Press, 2003).

JURNAL

- “Contemporary Southeast Asia: A Quarterly of International and Strategy Affairs”.
Articles: Hegemonic America: The Benign Superpower. vol.18 num.4.
(1997).
- Bechmann, Gotthard & Nico Stehr. “Niklas Luhmann’s Theory of the Mass Media”.
Society 48. No. 2 (December 2011). <https://doi.org/10.1007/s12115-010-9410-7>).
- Demaris, Robert., Ries, Al & Jack Trout. “Positioning: The Battle for Your Mind”.
Journal of Marketing. 56, no. 1 (1992). <https://doi.org/10.2307/1252139>).
- Dittmer, Jason. “Captain America’s Empire: Reflections on Identity, Popular Culture, and Post-9/11 Geopolitics,” *Annals of the Association of American Geographers* 95, no. 3 (2005): 626. <http://www.jstor.org/stable/3693960>.
- Flanagan, Martin. “Things Are Complicated”: Paul Cornell at Marvel and DC”.
Authorship. 6 (2). (2017). doi:10.21825/aj.v6i2.7701.
- Mills, Nicolaus. “A Marshall Plan for the Middle East”. *World Policy Journal* 25. no. 3 (2008).
- Serra, Marcello. "Historical and Mythical Time In The Marvel And DC Series". *The Journal of Popular Culture*, 49 (3): 646-659. (2016).
doi:10.1111/jpcu.12421.
- Shaw, Tony & Denise J. Youngblood. “Cold War Sport, Film, and Propaganda: A Comparative Analysis of the Superpowers”. *Journal of Cold War Studies* 19. No. 1 (2017).
- Tække, Jesper & Michael Paulsen. "Luhmann And The Media: An Introduction". *Journal of Media And Communication Research* 26 (49): 10. Mediekultur. (2010). doi:10.7146/mediekultur.v26i49.2986.
- Volgy, Thomas J. “Hegemonic and Bipolar Perspectives on the New World Order”.
American Journal of Political Science. 39.4 (November 1995).
- Wood, James Small. "A Historical Debate Of The 1960S: World War II Historiography -The Origins Of The War, A.J.P. Taylor, And His Critics".
Australian Journal Of Politics & History 26 (3): 403-410. (2008).
doi:10.1111/j.1467-8497.1980.tb00542.x.

SITUS WEB

- “About”. *Marvel.com*. <https://www.marvel.com/corporate/about/>. Diakses pada tanggal 15 Mei 2020.
- Bremmer, Ian. “These Are the 5 Reasons Why the U.S. Remains the World's Only Superpower”. <https://time.com/3899972/us-superpower-status-military/>. Diakses pada tanggal 17 November 2019.
- "Captain America: The First Avenger (2011) Parents Guide". 2020. *Imdb*. <https://www.imdb.com/title/tt0458339/parentalguide>. Diakses pada tanggal 22 Juni 2020.
- "Captain America (Steve Rogers) Characters Marvel". 2020. *Marvel Entertainment*. <https://www.marvel.com/characters/captain-america-steve-rogers>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.
- Chicago Tribune. 2020. "MARVEL, DC ARE ABOUT TO RUMBLE!". *Chicagotribune.Com*. <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-1995-10-10-9510100224-story.html>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.
- Crossman, Ashley. “How Did Pop Culture Originate?”. *ThoughtCo*. <https://www.thoughtco.com/popular-culture-definition-3026453>. Diakses pada tanggal 9 Desember 2019.
- Dunn, Susan. 2020. "The Debate Behind U.S. Intervention In World War II". *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/national/archive/2013/07/the-debate-behind-us-intervention-in-world-war-ii/277572/>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020.
- Elder, Natalie. 2013. "Uncle Sam: The Man and the Meme". *National Museum of American History*. <https://americanhistory.si.edu/blog/2013/09/uncle-sam-the-man-and-the-meme-the-origins-of-uncle-sam.html>. Diakses pada tanggal 22 Juni 2020.
- Fuller, Steve. “Topic: Movie Industry.” *Statista*. <https://www.statista.com/topics/964/film/>. Diakses pada tanggal 17 November 2019.
- "Historic Resources Group :News". 2020. *Historicresourcesgroup.Com*. <http://www.historicresourcesgroup.com/news/?page=15>. Diakses pada tanggal 29 Mei 2020.
- Hussain, Sadaf. 2020. "Captain America Makes A Solid Point About Government Control". *Huffingtonpost.in*. <https://www.huffingtonpost.in/sadaf->

- hussain/captain-america-avenger-o_b_10000484.html. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.
- IMDbPro. 2020. "Captain America: The First Avenger - Box Office Mojo", *IMDb*. <https://www.boxofficemojo.com/release/r11900578305/>. Diakses pada tanggal 13 Juli 2020.
- Lindsay, Elizabeth. "The Internet Movie Database (Imdb)". *Electronic Resources Review* 1999, 56-57, doi:10.1108/err.1999.3.5.56.52. Diakses pada tanggal 22 Juni 2020.
- Lintala, Eeva Kaisa. 2017. "FROM PROPAGANDA TO A BLOCKBUSTER: The role of nationality in the reinterpretation of Captain America for modern, international audiences". Department of Language and Communications Studies University of Jyväskylä. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/54663/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201706253036.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020.
- McPherson, Alan. 2014. "Herbert Hoover, Occupation Withdrawal, and the Good Neighbor Policy." *Presidential Studies Quarterly* (2014). Diakses pada tanggal 16 Juni 2020.
- Melrose, Kevin. 2009. "DC Entertainment: What We Know So Far". *CBR*. <https://www.cbr.com/dc-entertainment-what-we-know-so-far/>. Diakses pada tanggal 31 Mei 2020
- Peitz, William. 2013. "Captain America: The Epitome of American Values and Identity". *Senior Capstone Theses*. Paper 6. Diakses pada tanggal 19 Mei 2020.
- "Production Used Crew Copy Storyboard From Captain America: The First Avenger (2011) - Charitystars". 2020. *Charitystars.Com*. <https://www.charitystars.com/product/production-used-crew-copy-storyboard-from-captain-america-the-first-avenger-2011-en>. Diakses pada tanggal 22 Juni 2020.
- Pruitt, Sarah. 2014. "The Lumière Brothers, Pioneers of Cinema". *History.com*. <https://www.history.com/news/the-lumiere-brothers-pioneers-of-cinema>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2020.
- Rosen, Stanley. "Hollywood, Globalization and Film Market in Asia: Lessons for China". https://www.asianfilms.org/china/pdf/rosern_pdf.pdf. Diakses pada tanggal 29 Mei 2020.

- Rothman, Michael. 2020. "'Avengers: Endgame': Beyond The Shield, Chris Evans Helps Kids Battling Cancer". *Good Morning America*.
<https://www.goodmorningamerica.com/culture/story/avengers-endgame-shield-chris-evans-dedicated-helping-kids-62733180>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020.
- Sadsayeed. 2015. "A List of Propaganda Movies". *IMDB*.
<https://www.imdb.com/title/tt0458339/parentalguide>. Diakses pada tanggal 22 Juni 2020.
- Sanderson, Peter. 2012. "Comics In Context #14: Continuity/Discontinuity". *IGN*.
<https://www.ign.com/articles/2003/10/11/comics-in-context-14-continuitydiscontinuity>. Diakses pada tanggal 31 Mei 2020.
- Shoard, Catherine. 2020. "Captain America changes its name in diplomatic bid for global domination". *the Guardian*.
<https://www.theguardian.com/film/2011/jul/06/captain-america-first-avenger-changes-name>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2020.
- Simon, Joe. "Captain America Comics (1941) #1: Comic Issues". *Marvel*.
https://www.marvel.com/comics/issue/7849/captain_america_comics_1941_1. Diakses pada tanggal 19 Mei 2020.
- Tadena, Nathalie. "Disney Acquires Distribution Rights to Four Marvel Films From Paramount". *The Wall Street Journal*. Diakses pada tanggal 25 Mei 2020.
- "The 1950S". 2020. HISTORY. <https://www.history.com/topics/cold-war/1950s>, Diakses pada tanggal 8 Juni 2020
- "Time: The Top 10 Tech Movies of the Millennium. <https://time.com/47699/the-top-10-tech-movies-of-the-millennium/>. Diakses pada tanggal 29 Mei 2020.
- "US National Edition Rates". 2017. <https://www.timemediakit.com/pdf/abc-statement-time-1H11.pdf>, Diakses pada tanggal 22 Mei 2020
- United States Holocaust Memorial Museum. 2006. "Nazi Medical Experiments". *Holocaust Encyclopedia*.
<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/nazi-medical-experiments>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020.
- Weisberger, Bernard. 2020. "United States - World War II". Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/place/United-States/World-War-II>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020.