



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: Film
*“Captain America: the First Avenger”***

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Oleh

Rafi Hugo Putra Pratama

2016330198

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: Film
“Captain America: the First Avenger”

Skripsi

Oleh

Rafi Hugo Putra Pratama

2016330198

Pembimbing

Sapta Dwikardana, Ph.D

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Rafi Hugo Putra Pratama
Nomor Pokok : 2016330198
Judul : Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus:
Film "*Captain America: the First Avenger*"

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 30 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Sukawarsini Djelantik, Dra., M.I.S., Ph.D. : 

Sekretaris

Sapta Dwikardana, Ph.D. : 

Anggota

Ratih Indraswari, S.IP., MA. : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rafi Hugo Putra Pratama

NPM : 2016330198

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: Film
“*Captain America: the First Avenger*”

Dengan ini menyatakan bahwa proposal skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Juli 2020



Rafi Hugo Putra Pratama

ABSTRAK

Nama : Rafi Hugo Putra Pratama
NPM : 2016330198
Judul : Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: Film “*Captain America: the First Avenger*”

Citra Amerika Serikat sebagai negara adidaya yang selama ini dikenal oleh dunia internasional tak lepas dari suatu proses yang dialami negara tersebut sebagai upaya untuk mendapatkannya. Hal ini tentunya didorong oleh kemajuan media massa, terkhususnya industri perfilman Hollywood yang memiliki dampak besar pada industri perfilman dunia. Penelitian ini memberi suatu ketertarikan sendiri bagi penulis karena melibatkan pembentukan citra positif pada suatu negara yang dibentuk melalui film. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah menganalisa media film yang dijadikan sebagai alat propaganda dalam upaya membentuk citra positif negara Amerika. Perumusan masalah pada penelitian ini adalah “**Bagaimana Film *Captain America: the First Avenger* Menjadi Sebuah Propaganda yang Mengandung Unsur *Nation Branding*?**”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana kritis dengan menganalisis adegan dan dialog dalam film. Penulis menggunakan tiga teori utama yaitu konstruktivisme yang digunakan untuk menjelaskan *power politics* Amerika, teori propaganda, serta media massa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa film *Captain America: the First Avenger* merupakan salah satu produk propaganda karena telah dianalisis melalui 7 faktor propaganda menurut *Institute of Propaganda Analysis* (IPA). Propaganda ini telah membangun citra positif negara Amerika yang dibuktikan melalui reaksi yang ditimbulkan oleh media internasional sehingga dapat dikatakan adanya unsur *nation branding* di dalamnya.

Kata Kunci: Propaganda, *Captain America*, *Nation Branding*, Amerika

ABSTRACT

Name : Rafi Hugo Putra Pratama
NPM : 2016330198
Title : American Propaganda Through the *Captain America* Figure.
Case Study: “*Captain America: the First Avenger*” Film

*The image of the United States as a superpower country that has been known by the international community cannot be separated from a process experienced by the country as an effort to get it. This is certainly driven by the progress of the mass media, especially the Hollywood film industry which has a huge impact on the world film industry. This study provides an interest of itself for the writer because it involves the formation of a positive image in a country formed through a film. Therefore, the purpose of this research is to analyze film media which is used as a propaganda tool in an effort to shape the positive image of the American nation. The formulation of this research problem is “**How’s the Captain America: the First Avenger Film Become a Propaganda That Contains the Elements of Nation Branding?**”. The research method used is a qualitative research method with a critical discourse analysis method by analyzing scenes and dialogue in films. This study uses three main theories such as constructivism which is used to explain American power politics, propaganda theory, as well as mass media. The results of this study indicate that the *Captain America: the First Avenger* film is a propaganda product because it has been analyzed through 7 propaganda factors according to the Institute of Propaganda Analysis (IPA). This propaganda has built a positive image of the American state as evidenced by the reactions generated by the international media so that it can be said there is an element of nation branding in it.*

Keywords: Propaganda, *Captain America*, Nation Branding, America

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya skripsi yang berjudul “Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: Film “*Captain America: the First Avenger*”” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana tokoh *Captain America* pada filmnya yang berjudul *Captain America: the First Avenger* diduga menjadi produk propaganda yang dapat menguntungkan negara Amerika. Industri perfilman Hollywood yang merupakan industri yang menunjukkan proyeksi sehat dengan tujuan utamanya adalah untuk menghibur para penontonnya digunakan sebagai kesempatan untuk mencapai kepentingan politik suatu negara. Penelitian ini dimaksudkan untuk menambah kepustakaan Ilmu Hubungan Internasional mengenai isu media film yang dijadikan sebagai alat propaganda. Tentu saja penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis bersedia menerima saran dan masukan agar kedepannya penulis tidak melakukan hal yang sama ketika menyusun penelitian. Penulis harap penelitian ini dapat berguna bagi pembaca. Terima kasih.

Bandung, 20 Juli 2020

Rafi Hugo Putra Pratama

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang menyertai perjalanan penulis sebagai mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan terutama pada saat penyusunan penelitian ini dari awal hingga akhir. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah menciptakan seluruh alam semesta beserta isi-isinya.
2. Kedua orang tua penulis yang telah membiayai perkuliahan sampai selesai.
3. Mas Sapta Dwikardana selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan penelitian dari awal hingga akhir.
4. System of A Down, Frank Ocean, DragonForce. Berkat lagu-lagu mereka penulis dapat mengerjakan penelitian dengan semangat. Sungguh musisi-musisi yang fenomenal.
5. **'Barudaks Sunda'** yang selalu berkumpul di kosan Kendri. Tanpa kalian penulis tidak dapat tersenyum setiap hari.
6. Anak-anak **'Ya kak'** yang tiap harinya memberikan candaan dengan tingkat imajinasi lanjutan. Tanpa kalian mungkin gw sekarang udah jadi anak ambis.
7. Keluarga Chevalier **Mentor**. Isinya orang-orang baik! Btw mentor kepanitiaan favorit gw.
8. Anak-anak **Kopisiologi**. Tanpa kalian penulis tidak akan dapat pengalaman sebanyak sekarang.

9. Kepada teman-teman SMP yang tidak putus silaturahmi dan saling nyemangatin sampe sekarang. Terimakasih kalian masih asik-asik sampe sekarang.
10. Teman-teman seperjuangan anak bimbingan Mas Sapta. Makasi kalian sudah banyak membantu hehe.
11. Terakhir kepada semua individu yang berkesan bagi penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	II
ABSTRACT.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
UCAPAN TERIMA KASIH.....	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR TABEL	IX
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.1 Pembatasan masalah.....	6
1.2.2 Perumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan penelitian	7
1.3.2 Kegunaan penelitian.....	7
1.4 Tinjauan pustaka	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	11
1.6 Metode penelitian dan Teknik Pengambilan Data	21
1.6.1 Metode Penelitian	21
1.6.2 Teknik Pengambilan Data	22
1.7 Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II	25
2.1 Amerika sebagai negara adikuasa	27
2.2 Dinamika Industri Perfilman Hollywood	31
2.2.1 Dinamika Industri Perfilman Hollywood Sebagai Alat Propaganda	32
2.2.2 Film sebagai alat propaganda.....	34
2.3 Awal Mula <i>Captain America</i> Sebagai Produk Industri Komik di Amerika	38
2.3.1 Sejarah tokoh fiksi <i>Captain America</i>	40
2.3.2 Amerika sebagai pelopor superhero.....	45
BAB III.....	49
3.1 Film <i>Captain America: the First Avenger</i>	51
3.1.1 Sinopsis	51
3.1.2 Komunikasi yang Digunakan Media Film.....	53
3.1.3 Tokoh <i>Captain America</i> Dalam Film <i>Captain America: the First Avenger</i>	55
3.2 Komponen Propaganda Dalam Film <i>Captain America: The First Avenger</i>.....	58
3.2.1 <i>Name Calling</i> (Pelabelan).....	58
3.2.2 <i>Glittering Generality</i> (Kemilau Generalitas)	61
3.2.3 <i>Transfer</i> (Pengalihan).....	65
3.2.4 <i>Testimony</i> (Kesaksian)	68
3.2.5 <i>Plain Folk</i> (Rakyat Biasa)	69
3.2.6 <i>Card Stacking</i> (Menimbang-nimbang kartu)	70
3.2.7 <i>Bandwagon</i>	71
3.3 Reaksi film.....	72

BAB IV	75
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Poster Film Captain America: The First Avenger	51
Gambar 3. 2 Penampilan teater sebagai kampanye Perang Dunia II di Amerika	58
Gambar 3. 3 Tempat pelatihan tentara Amerika yang dijadikan eksperimen.....	58
Gambar 3. 4 Tayangan bioskop yang ditonton oleh Steve Rogers	59
Gambar 3. 5 Poster Paman Sam yang dikenal sebagai ajakan menjadi relawan militer PD II	61
Gambar 3. 6 Poster Paman Sam yang tergantikan oleh <i>Captain America</i>	61
Gambar 3. 7 Penampilan teater oleh Steve sebagai peran pertama <i>Captain America</i>	62
Gambar 3. 8 Iklan tentang Perang Dunia II	62
Gambar 3. 9 Tokoh <i>Superhero</i> yang Sedang Berfoto Dengan Menteri Pertahanan Amerika di Pentagon.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengalihan	65
------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Sebelum terlibat dengan Perang Dunia II, Negara Amerika yang terikat Undang-Undang Netralitas yang disahkan oleh Kongres Amerika Serikat pada 1930-an membuat AS tidak memiliki kuasa untuk intervensi pada Perang Dunia II yang juga dipicu oleh paham isolasionisme. Pada awalnya undang-undang ini dibuat karena Amerika tidak ingin pasca Perang Dunia I terulang kembali dan berusaha untuk memastikan bahwa negaranya tidak akan terlibat pada konflik internasional lagi. Namun sepanjang periode panas terjadinya Perang Dunia II, Amerika yang memiliki sifat isolasionisme ternyata melakukan beberapa cara untuk membantu negara sekutunya yaitu Tiongkok dan sekutu baratnya. Pada bulan November 1939, Undang-Undang Netralitas diamandemen supaya AS bisa mengeluarkan kebijakan “*Cash and carry*” dan membantu untuk memungkinkan penjualan senjata militer kepada sekutunya. Namun, tetap saja mayoritas rakyat di Amerika tidak setuju dengan intervensi yang dilakukan negaranya hingga tahun 1941.¹²³

¹ Overy, Richard (1999). *The Road to War* (Revised and updated edition). London: Penguin. hlm. 328–330. ISBN 0-14-028530-X.

² Cantril, Hadley (September 1940). “*America Faces the War: A Study in Public Opinion*”. *The Public Opinion Quarterly*. 4 (3): 390.

Pasca Perang Dunia II seharusnya menandakan bahwa perang telah usai. Namun pada kenyataannya Amerika dan Uni Soviet yang tadinya adalah blok sekutu paling besar untuk melawan Jerman, Jepang, dan Italia sekarang memiliki perbedaan ideologis sehingga membuat mereka menimbulkan bibit persaingan. Walaupun tidak ada persaingan fisik diantara kedua Negara persaingan dan ketegangan tetap terjadi dan dikenal dengan istilah Perang Dingin.⁴ Hal ini mengakibatkan AS dan Uni Soviet saling memperebutkan pengaruh. Lalu Amerika pun memfokuskan negaranya pada kebijakan yang bisa membuat negara-negara di Eropa yang merupakan wilayah bekas jajahan Perang Dunia II untuk mendapatkan kemerdekaannya. Pada awalnya, persamaan nasiblah yang membuat AS terdorong untuk membantu wilayah-wilayah di Eropa ini. Namun alasan yang sebenarnya adalah *interest* Amerika untuk menjadikan negara-negara tersebut sebagai sekutunya. Tidak hanya sampai disitu, supaya dominasinya menggapai negara-negara miskin AS mulai menerapkan politik kebijakan luar negeri yang ekspansif.⁵ Hal-hal tersebut kemudian yang membuat citra dari negara adidaya ini kemudian menjadi kurang baik.

Industri perfilman di Amerika merupakan salah satu industri yang telah berkembang pesat dibandingkan dengan negara lainnya sehingga Amerika dapat dikatakan sebagai negara yang mendominasi dalam bidang perfilman. Media film

³ Warren F. Kimball, *The Most Unsordid Act: Lend-Lease, 1939-1941* (Johns Hopkins Univ Pr, 1969) ch 1.

⁴ John Lewis Gaddis, "*Grand Strategies in the Cold War*," *The Cambridge History of the Cold War*, 2010, pp. 1-21, <https://doi.org/10.1017/chol9780521837200.002>, p.54

⁵ Nicolaus Mills, "*A Marshall Plan for the Middle East*," *World Policy Journal* 25, no. 3 (2008): pp. 79-83, <https://doi.org/10.1162/wopj.2008.25.3.79>

atau komik sebagai bagian daripada Industri hiburan, telah menyumbang dari pengeluaran konsumen di Amerika Serikat dengan jumlah yang cukup signifikan.⁶ Bagaimanapun, industri hiburan menuai manfaat dari gejolak ekonomi di Amerika sehingga negara ini bisa mengandalkan industri ini pada masa krisis keuangan. Bahkan sebagai fakta pendukung, pada saat krisis keuangan pada tahun 2008, industri hiburan di AS telah berkinerja lebih baik daripada industri lainnya.⁷ Hollywood yang dikenal sebagai tempat produksi film layar lebar di Amerika telah berkembang dari tahun 1913 hingga 1969 dan membentuk ciri khas bagi beberapa film yang dibuat oleh negara ini dengan maksud untuk menjadi media penghibur masyarakat pada masa itu di kala perang terjadi. Dengan kata lain, industri film di Amerika telah terbentuk sebelum adanya Perang Dingin dengan tujuan yang sama dan telah memberikan efek yang baik karena menunjang perekonomian negara tersebut sebelum fenomena itu terjadi.⁸

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis mengambil judul “Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: Film “*Captain America: the First Avenger*””.

⁶ Fuller, Steve. “*Topic: Movie Industry.*” www.statista.com. <https://www.statista.com/topics/964/film/>. Accessed November 17, 2019.

⁷ Ibid.

⁸ Sarah Pruitt, “*The Lumière Brothers, Pioneers of Cinema,*” History.com (A&E Television Networks, October 3, 2014), <https://www.history.com/news/the-lumiere-brothers-pioneers-of-cinema>).

1.2 Identifikasi Masalah

Amerika yang masih menyandang status sebagai negara adikuasa pada saat berakhirnya Perang Dunia II tentunya memberi beberapa keuntungan bagi negara tersebut.⁹ Negara-negara yang bergantung pada Amerika dan Uni Soviet pada saat Perang Dingin secara tidak langsung akan tereksploitasi atau dipengaruhi secara moral, politik, bahkan dari media sekalipun karena kedua negara adikuasa ini sedang berada di masa yang mengharuskan mereka untuk berusaha menyebarkan idealisme masing-masing.¹⁰ Amerika Serikat kemudian memiliki pengaruh sebagai negara adikuasa terhadap negara-negara yang berkembang dalam berbagai sektor terkhususnya media film. Demi menjaga citra dan menyebarkan idealismenya, negara Amerika diduga menggunakan Hollywood yang merupakan pusat produksi film dunia selama beberapa dekade terakhir.¹¹ Disinilah kemudian media film memiliki tujuan yang baru selain untuk menghibur masyarakat dan tujuan tersebut mengandung kepentingan politik. Setelah memasuki era Perang Dingin, banyak film produksi barat yang mengangkat tema perang Amerika-Rusia, seakan ketegangan antara dua negara itu abadi. Contohnya film Rocky IV, film ini adalah film terkenal yang dibuat pada tahun 1985 sebelum era perang dingin selesai. Saat ini Rocky IV dipandang sebagai salah satu film klasik terbaik pada masanya. Padahal film tersebut merupakan gambaran simbolis dari sebuah konflik Timur-Barat, yang pada akhirnya

⁹ 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/>, Accessed November 17, 2019.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Schramm, Wilbur, “*The Process and Effects of Mass Communication*”, (University of Ilonois: Press Urbana, 1961), 74.

melihatkan secara implisit bahwa kebaikan mengalahkan kejahatan. Film ini kemudian dikenal sebagai “film olahraga Perang Dingin terlaris”.¹² Amerika Serikat sebagai negara yang sangat masif dalam menyebarkan paham demokrasinya kemudian memanfaatkan industri perfilmannya yang tidak mengandung unsur politik sebagai medium untuk mencapai tujuan mereka. Caranya dengan memanfaatkan keunggulan sinematiknya dengan melakukan propaganda film sebagai cara untuk menciptakan Komunis sebagai musuh.¹³

Industri hiburan AS terkhususnya sinematografi yang tujuan awalnya adalah untuk menghibur, pada akhirnya di masa Perang Dingin dijadikan sebagai instrumen “satir” atau menyindir. Hal ini sebenarnya berawal dari film-film olahraga Hollywood selama beberapa generasi secara konsisten mempromosikan nilai-nilai tradisional AS. Bentuk inilah yang mungkin bisa disebut sebagai “soft-propaganda”, banyak film AS yang dibuat selama Perang Dingin dengan menyelipkan pesan-pesan positif dan entah mengapa memiliki tema yang berhubungan dengan Uni Soviet.¹⁴ Seperti contoh, tokoh fiksi *Captain America* yang muncul pada era Perang Dunia II yang lalu diangkat menjadi film *Captain America: the First Avenger* (2011). Tokoh dan film ini mengandung banyak sekali kontroversi yang dinilai oleh masyarakat dan media dapat berpotensi sebagai propaganda yang dibuat untuk mewakili idealisme

¹² Tony Shaw and Denise J. Youngblood, “Cold War Sport, Film, and Propaganda: A Comparative Analysis of the Superpowers,” *Journal of Cold War Studies* 19, no. 1 (2017): pp. 160-192, https://doi.org/10.1162/jcws_a_00721.

¹³ Ibid.

¹⁴ Tony Shaw and Denise J. Youngblood, “Cold War Sport, Film, and Propaganda: A Comparative Analysis of the Superpowers,” *Journal of Cold War Studies* 19, no. 1 (2017): pp. 160-192, https://doi.org/10.1162/jcws_a_00721, p.160-163).

Amerika. Propaganda yang dijadikan salah satu cara untuk memanipulasi opini masyarakat, digunakan dalam bentuk film yang merupakan sebuah seni yang memiliki efek kuat terhadap emosi seseorang.¹⁵

1.2.1 Pembatasan masalah

Topik ini memiliki jangkauan yang luas dari berbagai aspek seperti banyaknya tokoh pada film, tujuan propaganda yang berbeda-beda, dan linimasa yang terlalu luas. Untuk itu penulis akan membatasi masalah ini dengan menggunakan peristiwa dan waktu. Awal terbentuknya karakter *Captain America* dan film *Captain America: The first Avenger* adalah batasan dari penelitian ini. Dikarenakan awal mula terbentuknya tokoh dan isu yang diangkat film *Captain America: The first Avenger* memiliki latar belakang yang sama yaitu fenomena Perang Dunia II. Penulis akan membatasi penelitian dengan menganalisa atau membedah film yang merupakan produk dari negara Amerika ini untuk membuktikan bagian-bagian mana saja yang diduga mengandung teknik propaganda. Lalu aspek-aspek lain seperti sejarah dan reaksi yang dihasilkan dari film merupakan faktor pendukung yang membuat film tersebut diduga sebagai instrumen propaganda.

¹⁵ Sastroseto, R. A. Santoso. “*Propaganda: Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*”. Bandung: Alumni, 1991.

1.2.2 Perumusan masalah

Dalam penelitian ini, pertanyaan penelitian yang akan dijawab penulis adalah:
“Bagaimana Film *Captain America: the First Avenger* Menjadi Sebuah Propaganda yang Mengandung Unsur *Nation Branding*”?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa tokoh fiksi *Captain America*, terkhususnya film *Captain America: the First Avenger* dengan mendeskripsikannya dari sudut pandang ilmu hubungan internasional. Juga untuk mengetahui bahwa ternyata dari sekian banyak produk industri perfilman Hollywood, salah satunya ada yang memenuhi faktor-faktor propaganda sehingga layak dikategorikan sebagai film propaganda yang menguntungkan bagi negara AS.

1.3.2 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan penulis dapat berkontribusi sebagai contoh dan memberikan pengetahuan yang detail serta komprehensif mengenai hubungan antara media dan ilmu hubungan internasional, terkhususnya pada topik propaganda film. Juga memberikan informasi yang bersifat akademis terhadap sesama mahasiswa prodi ilmu hubungan internasional mengenai peran industri perfilman sebagai sarana propaganda.

1.4 Tinjauan pustaka

Media adalah sebuah sarana yang menjadi perantara masyarakat guna mendapatkan informasi, maupun itu dalam bentuk cetak atau dalam bentuk visual. Media juga seringkali dijadikan sebagai sarana pembelajaran bagi rakyat sebagai edukasi akan bidang politik dan memang media sebagai sarana pembelajaran cukup efisien apalagi sekarang media sudah bebas dalam meraup informasi maupun mempublikasikannya. *Superhero* yang juga merupakan media yaitu media hiburan menjadi terkenal di masyarakat internasional. Membuatnya semakin mudah dijadikan sarana untuk melakukan propaganda negara asalnya yaitu Amerika.

Dalam debatnya mengenai kasus tokoh pahlawan super yang dijadikan tujuan politik, terdapat berbagai pendapat salah satunya adalah menurut bukunya *Marc DiPaolo (War, Politics and Superheroes: Ethics and Propaganda in Comics and Film)*. Buku ini adalah tentang bagaimana petualangan para *superhero* dalam mengomentari dan terkadang membentuk opini publik masyarakat Amerika dan kebijakan pemerintah AS.¹⁶ Sejak petualangan *superhero* telah dicetak dalam komik dan di filmkan selama lebih dari tujuh puluh tahun, dan telah melalui kebangkitan popularitasnya pada saat yang sama setelah serangan teroris 11 September 2001, analisis pengaruh cerita *superhero* ini pada generasi orang Amerika adalah pengaruh yang tepat waktu dan bisa dikatakan berhubungan dengan sejarah mereka.¹⁷ Pendapat *Marc DiPaolo* tentang munculnya tokoh pahlawan super di Amerika bisa dikatakan

¹⁶ DiPaolo, Marc. “*War, Politics and Superheroes: Ethics and Propaganda in Comics and Film*”. Jefferson, NC: McFarland, 2011.

¹⁷ Ibid.

sebagai cerminan dari apa yang sedang Amerika alami. Ia percaya bahwa tokoh-tokoh ini dibentuk berdasarkan cerita yang terjadi pada Amerika dan kenyataannya yang berarti komik, film dan media lainnya yang dibuat untuk menayangkan tokoh-tokoh super ini memiliki pesan tersirat didalamnya yang mengandung unsur politik dan tragedi nyata seperti pengeboman 9/11. Komik atau film ini kemudian juga menjadi alat propaganda untuk menyampaikan kebohongan dalam bentuk atau cara yang unik seperti contohnya *Captain America* tokoh fiksi yang mewakili kebaikan-kebaikan Amerika Serikat pada saat perang. Bahkan mengutip dari buku tersebut “tokoh politik seperti Barack Obama, Gloria Steinem, dan Edward Said semuanya mengaku telah terinspirasi oleh tokoh heroik dari pahlawan super klasik seperti *Wonder Woman* dan *Spider Man*”.¹⁸

Pendapat kedua berasal dari bukunya *Robert G. Weiner (Captain America and the Struggle of the Superhero: Critical Essays)*. Buku ini pada garis besarnya membahas tentang kelahiran *Captain America* sebagai pahlawan super Amerika, di *Captain America Comics 1* diberitahukan bahwa ia akan "menjadi salah satu penyelamat Amerika".¹⁹ Steve Rogers selaku nama manusia dari karakter ini menyambut baik kekuatan yang didapatnya dari sebuah serum dan laboratorium. Namun dia sangat politis, seperti kata pencipta komik tersebut Joe Simon menekankan: "tokoh-tokoh yang menentang perang semua telah menyampaikan

¹⁸ Ibid.

¹⁹ J. M. DeMatteis, John Shelton Lawrence, and Robert G. Weiner, “*Captain America and the Struggle of the Superhero: Critical Essays*” (Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2009).

aspirasinya dengan sangat baik, kami ingin memberi pendapat kami juga”.²⁰ Berawal dari seorang penulis komik, cerita *Captain America* berakhir dengan sentuhan politick dikarenakan sang penulis ingin menyampaikan sebuah pesan tentang tidak setujunya ia terhadap perang melalui karyanya.

Buku yang menceritakan tentang awal terbentuknya tokoh fiksi *Captain America* dan menjelaskan dengan detail bagaimana tokoh ini bisa menjadi sesosok patriot bagi masyarakat di Amerika sampai hubungannya dengan politik atau perang sangat menjelaskan bahwa ternyata sebuah tokoh fiksi yang dibuat seorang manusia bisa dijadikan sarana untuk kepentingan pribadi. Dengan mengikut sertakan kepentingan pribadinya dalam karyanya ini Joe Simon berarti adalah contoh nyata dari propaganda terbuka melalui media komik karena dalam pesannya terdapat isu politik yang menyinggung perang. Membuat karyanya secara tidak langsung menjadi propaganda.

Pendapat ketiga berasal dari bukunya *Mark D. White (The Virtues of Captain America: Modern-Day Lessons on Character from a World War II Superhero)*. Dalam buku ini, Mark D. White fokus pada filosofi dari karakter *Captain America*. Ia berargumen bahwa prinsip inti dari tokoh fiksi tersebut akan relevan jika di aplikasikan pada dunia modern. Prinsip inti *Captain America* menurutnya didasari oleh kasih sayang dan penilaian. Dalam bukunya, kita dikenalkan dengan konsep dasar filsafat moral dan politik yang diadaptasi dari sosok karakter komik yaitu

²⁰ Ibid.

Captain America. Karakter fiksi dapat menjadi contoh bagi manusia sebagai karakter baik yang menunjukkan konsekuensinya di dunia imajiner yang diidentifikasi oleh pembaca. Pembaca kemudian dapat berpegang teguh pada prinsip-prinsip baik tersebut. Hal ini kemudian dapat mempengaruhi konsepsi pribadi para pembaca atau penggemar yang disebabkan oleh karya penulis.²¹

Celah penelitian yang terdapat pada ketiga buku diatas yang perlu diisi dengan pengetahuan baru melalui penelitian ini adalah bagaimana tokoh fiksi terkhususnya *Captain America* mempunyai korelasi dengan media dan politik. *Captain America* juga merupakan tokoh imajiner yang dapat menjadi contoh sebagai kompas moral bagi para pembacanya dan hal ini sekaligus bisa mempengaruhi konsepsi para pembaca. Jadi penelitian ini berusaha untuk menggabungkan keduanya dengan membuktikan bahwa tokoh tersebut dapat mempengaruhi opini publik serta kaitannya dengan media dan politik.

1.5 Kerangka Pemikiran

Teori konstruktivisme digunakan untuk menjelaskan *power politics* yang dilakukan Amerika. Paradigma yang sering disebut sebagai paradigma yang memproduksi banyak makna dikarenakan setiap individu mempunyai pemahamannya tersendiri berdasarkan kategori-kategori membuat teori ini cocok untuk dipakai pada

²¹ 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.ch2>.

topik ini. Teori ini merupakan perspektif kajian ilmu hubungan internasional yang digunakan peneliti untuk mempelajari fenomena pada penelitian ini. Konstruktivisme dalam dunia hubungan internasional secara singkat dapat diartikan sebagai pandangan bahwa faktor historis atau sejarah dan masyarakat adalah faktor yang paling penting ketika dihadapkan dengan aspek-aspek penting hubungan internasional.²² Faktor-faktor inilah yang mengkonstruksi pemikiran masyarakat bisa menjadi seperti sekarang ini, dan hal ini tidak bisa semata-mata didasari oleh sifat manusia. Sebagai contoh sederhananya, dari kecil kita diajari untuk menulis dengan tangan kanan. Lalu kemudian apa yang salah menulis dengan memakai tangan kiri. pada peristiwa ini faktor historis yang mendukung hal sederhana tersebut bermain peran, karena di sini tidak ada yang salah maupun benar. Sejatinnya menulis menggunakan tangan kiri maupun kanan tidak menjadi masalah. seperti halnya penelitian ini yang berkaitan dengan tokoh fiksi *Captain America*. Penonton sadar bahwa tokoh ini membela negaranya dalam perang, akan tetapi di dalam perang tidak ada negara yang salah maupun benar. Namun tetap penonton di seluruh dunia masih menganggapnya pahlawan atau setidaknya tokoh protagonis.

Perspektif konstruktivisme menganggap bahwa nilai moral dan etika merupakan bagian yang tak dapat dipisahkan dalam suatu proses.²³ Dalam proses konstruksi realitas, banyak peran penting yang dipegang oleh aktor sosial

²² Thaddeus Jackson and Daniel H. Nexon, “*Whence Causal Mechanisms? A Comment on Legro: Dialogue IO*,” Cambridge Core (Cambridge University Press, April 24, 2003), <https://www.cambridge.org/core/journals/dialogue-io/article/whence-causal-mechanisms-a-comment-on-legro/BADEC0FA3CFD2322D48F8048A8102804>).

²³ Robert H. Jackson and George Sorensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches* (Oxford: Oxford University Press, 2003), p.208).

terkhususnya media massa. Media massa tidak asing lagi diketahui memegang peranan besar dalam menggiring opini publik. Dalam istilah media, pemingkanaan atau *framing* sering di sinonimkan dengan konstruksi realitas karena *framing* dapat juga diartikan sebagai mengkategorikan. *Framing* lalu melekat dengan pemberitaan media massa dan menjadi bagian yang tak dapat dipisahkan, seperti sudah menjadi sifat media massa untuk melakukan *framing*. Terlebih lagi jika suatu peristiwa yang sedang terjadi memiliki unsur kontroversial seperti layaknya Perang Dunia II yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Jika suatu peristiwa kontroversial maka peristiwa tersebut memiliki potensi untuk dijadikan sebagai sarana adu pemikiran.²⁴

Berbeda dengan teori realisme yang fokus pada *power* atau neorealisme yang membicarakan tentang kekuatan secara materi. Konstruktivisme menolak untuk fokus pada satu sisi seperti itu. Konstruktivisme berpendapat bahwa hal yang paling penting pada hubungan internasional adalah sosial bukan materi seperti itu. Terlebih lagi, konstruktivisme percaya sistem internasional bukanlah suatu hal yang ada pada sendirinya seperti tata surya. Dengan kata lain, sistem internasional dibentuk oleh gagasan yang adalah bukan materi, namun melalui sebuah proses yang dialami.²⁵

Penelitian ini juga mengikut sertakan suatu konsep guna untuk melihat dari berbagai sudut pandang untuk mengkaji topik ini. Konsep tersebut adalah propaganda. Propaganda adalah suatu penyebaran pesan yang terlebih dahulu telah

²⁴ Ibid.

²⁵ Robert H. Jackson and Georg Sorensen, "*Introduction to International Relations: Theories and Approaches*" (Oxford: Oxford University Press, 2003), p.208).

direncanakan secara seksama untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku dari penerimaan komunikasi sesuai dengan pola yang telah ditetapkan oleh komunikator.²⁶ Konsep propaganda yang banyak dipahami oleh masyarakat mungkin adalah usaha manipulatif secara politik. Namun jika dikaji lebih dalam, propaganda menurut ahli pun terdapat beberapa definisi yang sedikit berbeda. Maka dari itu penulis akan mengambil satu sosok ahli yang bernama Jacques Ellul, menurutnya propaganda dapat diartikan sebagai komunikasi yang diciptakan oleh suatu organisasi untuk bisa mendapatkan partisipasi dari massa yang terdiri dari individu-individu dengan menggunakan cara psikologis untuk menyatukannya.²⁷ Oleh karena itu, propaganda seringkali disebut memanipulasi pikiran. Usaha propaganda pada umumnya juga membutuhkan seni di dalamnya. Seperti contoh pada masa Perang Dunia II, bermunculan poster yang dibuat dengan gambar unik yang berisi pesan politik di dalamnya.

Alasan mengapa konsep propaganda sekiranya cocok untuk penelitian ini adalah media dan propaganda selalu berkaitan secara kuat. Media merupakan sarana komunikasi yang digunakan dalam hal propaganda ini. Fungsi dari media massa tersebut antara lain adalah untuk menayangkan atau memberikan hiburan, informasi atau bahkan mengedukasi, yang kemudian akan membentuk masyarakat tersebut ke dalam sebuah perilaku tertentu. Namun, di dalam dunia yang sudah di kuasai oleh

²⁶ Sastropoetro, R. A. Santoso. "*Propaganda: Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*". Bandung: Alumni, 1991.

²⁷ Jacques Ellul, Konrad Kellen, and Jean Lerner, "*Propaganda: the Formation of Mens Attitudes*" (New York: Vintage Books, a division of Random House, 2005).

orang-orang yang mampu secara finansial dan didukung dengan banyaknya konflik kepentingan mereka, muncul sebuah perilaku yang disebut dengan propaganda.²⁸

Propaganda dalam dunia politik merupakan sebuah alat dan metode yang biasanya digunakan untuk mendapatkan keuntungan bagi yang menggunakannya.²⁹ Menurut *the Institute of Propaganda Analysis* (IPA) yang merupakan organisasi berbasis di Amerika yang beroperasi dari tahun 1937, terdapat tujuh faktor propaganda yang telah diuraikan,³⁰

1. *Name-calling* (Pelabelan),
2. *Glittering generalities* (Kemilau Generalitas),
3. *Transfer* (Pengalihan),
4. *Testimonial* (Kesaksian),
5. *Plain folks* (Rakyat Biasa),
6. *Card stacking* (Menimbang-nimbang kartu untuk digunakan),
7. Dan yang terakhir adalah *Bandwagon* (Efek ikut-ikutan).

Alat ini efektif untuk menjatuhkan lawan bahkan efektif untuk meraih kepentingan tertentu. Komik pada masa sekarang ini telah dikenal banyak orang dan konten utamanya tidak lain adalah *superhero*. Propaganda yang sukses adalah apabila ia dapat mempengaruhi target penerimanya dengan halus, yang berarti propaganda ini

²⁸ Herman, Edward S.; Chomsky, Noam (2002). “*Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*”, (2nd ed.), New York: Pantheon Books. ISBN 978-0-375-71449-8.

²⁹ Ibid.

³⁰ McClung Lee, Alfred, and Elizabeth Briant Lee. 1939, “*The Fine Art Of Propaganda*”, New York: Harcourt, Brace and Co.

dijadikan senjata ampuh yang tidak disadari masyarakat. Sebagai contoh, apa pernah seseorang membeli komik dan bertanya-tanya “apakah komik ini mengandung konten propaganda?”.

Propaganda kemudian merupakan sebuah teori yang dijelaskan oleh Edward Herman & Noam Chomsky dalam buku mereka yang berjudul *'Manufacturing Consent – The Political Economy of the Mass Media'*. Dalam teori tersebut, Herman dan Chomsky kemudian mengatakan bahwa segala informasi, berita, atau bahkan hiburan diolah kembali bentuknya oleh para penguasa yang memiliki uang dan akses dalam melakukan propaganda tersebut.³¹

Lalu penulis juga memakai konsep *nation branding* sebagai konsep yang kedua. *nation branding* merupakan konsep yang sangat menarik. Konsep ini terkait dengan perdagangan internasional ataupun produk yang bisa dijual oleh suatu negara kepada Negara lainnya. Lalu konsep ini juga berhubungan dengan citra suatu negara. Kata “*nation*” pada konsep ini bisa diartikan sebagai negara atau spesifiknya adalah sebuah kelompok dengan bahasa, ras, dan budaya yang sama.³² Sedangkan “*branding*” yang secara bahasa didefinisikan sebagai produk, pada Konsep ini juga bisa mengarah pada simbol atau logo yang dapat membedakan produk hasil negara

³¹ Klaehn, Jeffery, Joan Pedro-Carañana, Matthew Alford, and Yigal Godler. "Interview with Edward S. Herman: Ideological Hegemony in Contemporary Societies." In *THE PROPAGANDA MODEL TODAY: Filtering Perception and Awareness*. (2018) Page 22

³² Robert Demaris, Al Ries, and Jack Trout, “Positioning: The Battle for Your Mind,” *Journal of Marketing* 56, no. 1 (1992): p. 122, <https://doi.org/10.2307/1252139>).

sendiri dengan produk negara pesaing.³³ Dengan kata lain, *nation branding* secara konsep dapat diartikan sebagai usaha penerapan pemasaran perusahaan ke dunia internasional untuk membangun citra suatu negara ke arah yang positif.³⁴ Konsep ini pada dasarnya memperhatikan keseluruhan “*image*” bagi suatu negara. Hal ini mencakup dari segi sejarah, politik, budaya, dan ekonomi, karena bisa dikatakan apa yang bisa merepresentasikan suatu bangsa bukanlah suatu produk yang konvensional.³⁵ Bangsa butuh sesuatu yang lebih dari itu. *nation branding* biasanya menawarkan sesuatu yang *tangible* (nyata). Sesuatu tersebut dapat berupa produk yang mewakili dan mencakup beberapa faktor dari sebuah negara seperti geografi, tempat wisata, ras, kelompok, sejarah, sumber daya alam, dan sebagainya. Dalam kasus ini, produk film adalah sesuatu yang ditawarkan oleh Amerika Serikat sebagai produk *nation brand* mereka. Reputasi negara mempengaruhi setiap interaksi yang mereka lakukan terhadap negara lain terkhususnya dalam dunia hubungan internasional.³⁶ Dengan kata lain, jika pemerintah dapat meningkatkan reputasi suatu negara maka setidaknya pemerintah melakukan layanan terhadap masyarakatnya yang ingin bekerja atau melakukan bisnis di luar negeri yang otomatis menguntungkan bagi negara asalnya. Berdasarkan hal ini, sudah menjadi keunggulan bagi pemerintah AS untuk mengembangkan citra negaranya di luar negeri. Terlebih lagi, AS adalah negara demokratis yang peduli dengan rakyatnya.

³³ John M. Murphy, “What Is Branding?,” *Branding: A Key Marketing Tool*, 1992, pp. 1-12, https://doi.org/10.1007/978-1-349-12628-6_1.

³⁴ Pauline Kerr and Geoffrey Wiseman, “*Diplomacy in a Globalizing World: Theories and Practices*” (New York: Oxford University Press, 2018), p.80).

³⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (London: Prentice Hall, 2005), p.253).

³⁶ *Ibid.*

Konsep selanjutnya yang ingin penulis gunakan dalam penelitian ini adalah konsep media massa dan model komunikasi. Media massa menurut Luhmann, merupakan salah satu sistem fungsional bagi masyarakat modern.³⁷ Media massa seperti sebuah sistem yang mempunyai otonomi tersendiri dan juga efektifitas yang bersumber dari diferensiasi.³⁸ Menurut media massa juga merupakan autopoeisis atau yang berarti sistem yang dapat memelihara dirinya sendiri seperti sel hidup. Lalu kemudian media massa menjaga autopoeisis ini dengan cara memenuhi fungsi sosial dari media massa itu sendiri dan secara sederhana menciptakan realitas untuk masyarakat. Seperti halnya aktor propaganda yang ingin menyebarkan pesan berencana untuk suatu tujuan tertentu, ditujukan kepada beberapa kelompok atau komunikasi dan dengan menggunakan media massa sebagai instrumennya.

Pada kasus ini aktor propaganda dapat menciptakan realitasnya tersendiri. Karakteristik dari konsep media massa Luhmann adalah gabungan dari fungsi media dan pandangan konstruktivis pada kenyataan. Namun, konsep media massa ini tidak menjabarkan apakah informasi yang diberikan bersifat akurat, dimanipulasi, apakah mengandung hiburan, atau apakah informasi ini bersifat baik atau buruk melainkan

³⁷ Gotthard Bechmann and Nico Stehr, "*Niklas Luhmann's Theory of the Mass Media*", *Society* 48, no. 2 (December 2011): pp. 142-147, <https://doi.org/10.1007/s12115-010-9410-7>.

³⁸ *Ibid.*

bagaimana realitas dibentuk oleh sistem seperti ini (media massa) dan efek yang ditimbulkan dikemudian hari.³⁹

Pada tahun 1948 model komunikasi diciptakan oleh Harold D. Lasswell, model ini digunakan untuk menganalisis efek yang diberikan oleh media massa terhadap terbentuknya opini publik.⁴⁰ Dengan kata lain, model ini dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara media dan propaganda seperti yang akan dibahas pada penelitian ini. Lasswell percaya bahwa media memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik dan membuat audiens percaya mengenai hal-hal yang diyakini benar oleh pembuat konten. Model ini juga disebut sebagai model komunikasi '*linear*', karena model ini menggambarkan proses komunikasi satu arah. Untuk itu, model ini dikatakan sebagai salah satu model komunikasi yang paling berpengaruh.⁴¹ Terdapat 5 (lima) komponen utama pada model komunikasi Lasswell yakni, '*Who*', '*Says what*', '*In which channel*', '*To whom*', dan '*With what effect*'.⁴² Komponen pertama, '*Who*' ditujukan kepada si pengirim pesan. Komponen kedua, '*Says what*' adalah isi dari pesan. Komponen ketiga, '*In which channel*' yaitu medium apa yang digunakan untuk si pengirim pesan untuk mengirim pesan tersebut. Komponen keempat, '*To whom*' adalah target penerima pesan bisa seperti suatu

³⁹ Tække, Jesper, and Michael Paulsen. 2010. "*Luhmann And The Media: An Introduction*". *Mediekultur: Journal of Media And Communication Research* 26 (49): 10. doi:10.7146/mediekultur.v26i49.2986.

⁴⁰ Harold D. Lasswell, "Communications Research and Public Policy" *Public Opinion Quarterly* (1972) 301-310.

⁴¹ Paul Hodkinson, "Media, Culture and Society" *SAGE Publication* (United Kingdom, 2011) 44-47

⁴² Lasswell, Harold (1948). Bryson, L. (ed.). *The Structure and Function of Communication in Society*. The Communication of Ideas. New York: Institute for Religious and Social Studies. p. 117.

golongan masyarakat, kelompok, ras atau individu. Terakhir, ‘*With what effect*’ adalah dampak yang dihasilkan dari pesan yang dikirim. Dampak tersebut dapat mempengaruhi pengetahuan, sifat, perilaku, atau pola pikir seseorang.

Pembahasan tokoh fiksi yang berhubungan dengan topik penelitian ini akan diwakilkan oleh teori penokohan. Konsep ini mengkaji gagasan tokoh fiksi dengan sudut pandang akademis. Penokohan adalah penggambaran yang jelas tentang seseorang yang ditampilkan dalam sebuah cerita.⁴³ Penokohan juga harus sejalan dengan tema, alur, dan waktu yang diceritakan. Berarti dalam hal ini penokohan erat hubungannya dengan penggambaran peristiwa yang terjadi di dalam suatu cerita. Jika peristiwa dan tokoh tidak berhubungan kuat atau tidak selaras dengan watak yang dimilikinya maka hal tersebut bisa dinamakan sebagai sekedar pengalaman yang tidak memiliki bentuk. Dalam kebanyakan cerita fiksi atau lebih tepatnya komik, tema belum tentu dinyatakan secara eksplisit dikarenakan terbatasnya kemampuan visual yang mampu diberikan kepada konsumen. Namun berbeda halnya dengan film *Captain America*. Film tersebut menggambarkan dengan jelas bahwa peristiwa pada saat itu adalah Perang Dunia II. Kemudian tugas para penonton atau pengonsumsi film-lah untuk menafsirkan hal tersebut. Usaha penafsiran ini tidak sepenuhnya acak, penulis cerita juga berperan untuk menampakkan sisi yang ingin ditonjolkan. Berarti melalui konflik utama suatu cerita yang berhubungan erat dengan tokoh utama, usaha

⁴³ Burhan Nurgiyantoro, *Teori Pengkajian Fiksi* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995).

penafsiran cerita konsumen dapat dilacak oleh pembuat karya.⁴⁴ Dengan kata lain, si pembuat cerita berperan dalam menyampaikan ceritanya yang akan berdampak pada penafsiran konsumen.

1.6 Metode penelitian dan Teknik Pengambilan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan metode kualitatif. Metode ini dirasa cocok untuk mengkaji penelitian ini dikarenakan kontennya yang kurang berhubungan dengan perihal angka dan grafik. Maka dari itu metode kualitatif yang merupakan sebuah metode untuk menekankan pada aspek pemahaman lebih mendalam akan membuat penelitian ini terlihat deskriptif, daripada memakai metode kuantitatif yang menurut penulis lebih menekankan pada aspek pemahaman untuk melihat suatu masalah. Dalam studi hubungan internasional, metode kualitatif cocok digunakan karena sifat dari metode ini yang idiografik, historis, dan juga cenderung subjektif.⁴⁵ Dalam metode kualitatif, penelitian menggunakan cara observasi untuk mengumpulkan data atau sumber yang deskriptif dan tidak dapat diukur dengan angka. Data tersebut lebih mengandung kata-kata seperti argumentasi atau pendapat, baik secara tertulis maupun lisan.⁴⁶ Salah satu cara untuk menganalisis suatu data dalam metode kualitatif adalah *case study*, dimana peneliti melakukan analisis secara

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Jack S. Levy. “*Qualitative Methods in International Relations*”. (Ann Arbor: The University of Michigan Press), halaman 116.

⁴⁶ Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2007), halaman 9.

komprehensif dari suatu kasus. Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini berupa buku, jurnal dan artikel, dan juga website dan laporan resmi dari pemerintah yang kredibel.⁴⁷ Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menunjukkan sebuah pemahaman dari perilaku atau interaksi sosial. Juga untuk memahaminya sekaligus menafsirkannya. Pada penelitian ini, penulis bertujuan untuk memahami proses serta makna pada kasus yang sedang diteliti. Maka dari itu penulis juga menggunakan metode analisis wacana kritis yang merupakan metode yang berhubungan tentang teks, ujaran atau bicara, dan gambar-gambar visual untuk menemukan atau mengungkapkan berbagai makna yang dibagikan serta berkontribusi atau mewakili struktur-struktur sosial dan ideologi.⁴⁸

1.6.2 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan data sekunder yang berarti data tersebut diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada. Sumber-sumber tersebut meliputi buku, jurnal, artikel, dan internet. Terkhususnya film, sebagai sumber yang akan digunakan untuk membedah studi kasus pada penelitian ini, teknik pengambilan data adegan dan juga dialog pada film menggunakan pengambilan *type of shot* seperti *medium close up*, *extreme close up*, dan *medium long shot* untuk

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Bakry, Umar Suryadi. *Metode penelitian hubungan internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016. Sound Recording.

mempertegas analisa suatu lambang atau simbol yang terdapat pada adegan di dalam film.⁴⁹

1.7 Sistematika Pembahasan

Bab I Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori dan konsep, metode penelitian, dan sistematika pembahasan masalah yang akan dijabarkan mengenai penelitian ini.

Bab II Menjelaskan tentang sejarah Amerika dalam Perang Dingin, situasi setelahnya, dan dampak dari peristiwa tersebut. Juga menjelaskan munculnya tokoh *Captain America* pertama kali sehingga film *Captain America: the First Avenger* bisa terbentuk dan apa yang sebenarnya diceritakan dalam film tersebut.

Bab III Berisikan penjelasan atas konsep yang telah dipilih oleh penulis dan mengelaborasikannya terhadap kasus dalam penelitian ini. Memberikan analisis yang komprehensif dengan mengaitkan teori – teori juga konsep yang telah dipilih oleh penulis dalam kasus ini dan menganalisis bagaimana film *Captain America: the First Avenger* ini dapat dijadikan propaganda bagi Amerika.

⁴⁹ Bordwell, David and Thompson, Kristin (2006). “*Film Art: An Introduction*”, New York: McGraw-Hill, ISBN 0-07-331027-1.

Bab IV Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan merangkum secara garis besar isi dari penelitian ini.

