

INTISARI

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang cara pandang masyarakat terhadap bentuk propaganda politik di dalam media komunikasi yang dibawa oleh media massa. Hal tersebut menciptakan karakter yang tidak sadari akan pengaruhnya kepada kehidupan dan sekitarnya. Penelitian ini akan dikaji secara komprehensif dan mendalam melalui perspektif Stanley Cohen dalam melihat pembentukan karakter baru dalam media komunikasi. Didasarkan oleh permasalahan tersebut, dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut: Esensi permasalahan filsafat komunikasi sebagai propaganda *Firehose of Falsehood*, Tujuan analisis permasalahan metode propaganda ditinjau dengan teori *moral panic* Stanley Cohen.

Model penelitian yang digunakan adalah penelitian filosofis yang bersifat kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah dan pustaka penunjang lainnya. Metode analisis penelitian ini antara lain: deskripsi, hermeneutik, koherensi internal, holistik, dan refleksi. Pemilihan metode tersebut didasarkan pada permasalahan telah dirumuskan dan digunakan untuk menemukan penyelesaian masalah yang dikaji. Langkah yang dilakukan dalam penelitian ini secara garis besar mendeskripsikan dengan komprehensif mengenai esensi media kampanye politik dengan analisis secara kritis menggunakan perspektif Stanley Cohen dalam *Folk Devils and Moral Panic*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan, tanggapan masyarakat umum terhadap informasi yang disajikan oleh media massa membuat masyarakat cenderung tidak menyadari. Cohen menggambarkan pengaruh dari media massa dalam konteks politik menciptakan ketidaksadaran masyarakat membentuk *folks devil* atau setan rakyat di kalangan masyarakat dari implikasi perkembangan cepatnya penyebaran teknologi informasi. Cohen melihat hal tersebut sebagai dampak dari muatan kebenaran dari informasi yang disebarkan bersifat non-faktual. Masyarakat perlu melihat bahwa media secara komprehensif karena masyarakat yang menciptakan subjek devian itu sendiri.

Kata Kunci: Filsafat Komunikasi, Kampanye, Moral Panic, Media

ABSTRACT

This study raises the problem of the public's perspective on the form of political propaganda in the communication media carried by the mass media. This creates characters who are not aware of their impact on life and their surroundings. This research will be examined comprehensively and in depth through Stanley Cohen's perspective in viewing the formation of new characters in communication media. Based on these problems, the following research formulation can be obtained: The essence of the problem of communication philosophy as Firehose of Falsehood propaganda. The purpose of analyzing the problem of the propaganda method is reviewed by Stanley Cohen's moral panic theory.

The research model used is philosophical research that is qualitative in nature. The data used in this study came from books, scientific journals, scientific articles and other supporting literature. Methods of analysis of this research include: description, hermeneutic, internal coherence, holistic, and reflection. The selection of this method is based on the problems that have been formulated and used to find solutions to the problems studied. The steps taken in this study broadly describe comprehensively the essence of political campaign media with critical analysis using Stanley Cohen's perspective in Folk Devils and Moral Panic.

The results of the research that has been done, the general public's response to the information presented by the mass media makes people tend to be unaware. Cohen describes the influence of the mass media in the political context to create public unconsciousness to form folk devils or people's devils among the people from the implications of the rapid development of the spread of information technology. Cohen sees this as the impact of the truth content of the information being disseminated which is non-factual. Society needs to see that the communication media is comprehensive because society creates the deviant subject itself.

Keywords: Communication, Philosophy, Campaign, Moral Panic, Media.