

Military-Themed Video Games Sebagai Alat Propaganda Amerika Serikat

Azhari Setiawan*

Abstract

This study describes the Military-themed Video Games as a means of United States of America's propaganda. Military-themed Video games was programmed as a 3D high definition game that serves a reality visualization. This feature on Military-themed Video Games then become a kind of propaganda tools for United States of America to shape public perceptions about United States power, especially the military power as the superpower country. These games slowly creates a general perceptions about US Military Power as the most unbeaten power in the world. Distribution of Military-themed Video Games have spread around the world considered by the high level of Military Games use in the world, especially children, teenagers, and some matured people. Military-themed Video Games are impacted directly and indirectly to the perceptions about US Military Power. Military-themed Video Games contains a number of great military power of US. This image then become a use of propaganda for US especially the military forces to shows its greatness and power. In summary, US can create and maintain its "great power" perception in the international system.

Keywords: *Propaganda, Video Games, Military-themed Video Games, United States of America, Video Games Industry.*

Latar Belakang

Tulisan ini disusun membahas bagaimana Amerika Serikat menggunakan industri *Video Games* sebagai sarana propaganda. Amerika Serikat lewat *Military-themed Video Games* mencitrakan kekuatan militernya sebagai negara *superpower*. Kesuksesan industri *Video Games* Amerika Serikat ditandai dengan penyebaran game-game produksinya yang menyebar ke seluruh dunia. Hal ini juga menjadi kesempatan bagi Amerika Serikat dalam menyebarkan sistem nilai dan pandangan Amerika Serikat terhadap dunia internasional ke seluruh dunia lewat *Video Games*, khususnya yang bertemakan perang. Segala hal dapat menjadi propaganda ketika penciptaannya memang ditujukan untuk merubah dan/atau mengkonstruksi opini publik, termasuk *video games*.

Perang merupakan suatu hal yang sering terjadi dalam pergelutan dan pergulatan *power* di sistem internasional. Sebut saja, perang peloponnesian, perang 100 tahun, perang salib, perang 30 tahun, perang dunia I dan II, serta perang dingin, dan perang-

* Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional Angkatan 2011

perang lainnya pasca perang dingin. Di abad ke-20, perang dianggap sebagai fenomena patologis, yang mewakili sebuah kehancuran, kemunduran, sebuah malfungsi, dari sistem internasional. Namun, perang juga memiliki persepsi lain yang memandangnya sebagai suatu hal yang normal dalam hubungan internasional, dan bukanlah suatu patologi, walaupun ia berkemungkinan akan memunculkan rasa penyesalan bagi negara yang berperang. Para sejarawan bersikeras bahwa abad 20 banyak ditandai dengan perang dan konflik militer.

Berita-berita tentang perang banyak beredar melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Bahkan, industri-industri hiburan mengemasnya dalam sebuah film yang menceritakan tentang perang-perang ini sehingga masyarakat lebih mudah untuk memahami perang yang terjadi, Film-film ini kebanyakan diproduksi oleh *Hollywood*.

Seiring perkembangan teknologi dan grafis yang semakin canggih, hiburan bagi masyarakat saat ini pun telah bervariasi dimulai dari musik, film, sinetron, serial, FTV dan *video games*. Masing-masing memiliki keunggulannya dalam menyediakan hiburan bagi masyarakat. Salah satu hiburan yang populer saat ini adalah *Video Games*.

Video Games merupakan salah satu sarana hiburan yang memberikan pengalaman unik tersendiri bagi si pemain, khususnya *game* dengan kualitas grafis tingkat tinggi saat ini. Si pemain seakan-akan masuk dan berada dalam game tersebut mengalami segala hal yang ia temui dalam game tersebut. Sensasi seperti ini ditemukan dalam game-game dengan kualitas grafis dan *gameplay* tinggi dengan settingan sudut pandang orang pertama.

Layaknya *Hollywood*, industri *video game* menempatkan sebuah langkah besar dalam penekanan realisme perceptual dengan hasrat untuk meningkatkan tingkat representasi fotorealistik dan akurat layaknya dunia nyata.

Lalu sensasi apa yang akan dialami jika *high quality games* ini bertemakan perang? Industri-industri game Amerika Serikat banyak memproduksi game-game yang bertemakan perang dan militer. Game ini dikenal dengan nama "*Military-themed Video Games*"¹. Sebuah genre game yang berbentuk simulasi peperangan. MVG bersettingkan pemain sebagai salah seorang dari tentara yang dilengkapi dengan senjata tertentu. Pada game ini seolah pemain game adalah seorang tentara yang bertugas membela negaranya. Selain beraksi sebagai tentara, pemain game juga dapat menjalankan perangkat-perangkat

¹ Istilah ini digunakan oleh David A. Clearwater dalam tesisnya *Full Spectrum Propaganda The U.S. Military, Video Games and the Genre of the Military-Themed Shooter*. 2006. Montreal. Tesis Department of Art History and Communications Studies, McGill University.

militer seperti tank baja, pesawat tempur, kapal tempur, kapal selam, dan lain-lain. Game seperti ini dinamakan sebagai *First Person Shooter Game*.

Ketika mendiskusikan realisme dalam game yang bergenrekan militer ini, jelas bahwa pembuat game berkonsentrasi pada aspek-aspek tertentu mengenai pengalaman pertempuran. Dimulai dari cara tentara bergerak, berjalan, tiarap, berlari, berbaku tembak dengan menggunakan senjata-senjata berlisensi militer Amerika Serikat, bahkan ketika tertembak dan berada dalam keadaan kritis. Semua dikemas dengan grafik berkualitas tinggi. Seakan-akan pemain game juga mengalami apa yang dialami oleh si tentara dalam video game.

Amerika Serikat dalam beberapa dekade terakhir masih dikenal sebagai negara *superpower* dengan kekuatan yang mendominasi di berbagai bidang, termasuk militer. Baik melalui bantuan media massa, pembicaraan masyarakat berbagai kalangan, predikat negara *superpower* Amerika Serikat telah tersebar di setiap belahan dunia. Sehingga seluruh dunia sampai saat ini masih mengenal Amerika Serikat sebagai negara maju dengan seluruh keunggulannya di berbagai bidang yang hampir tidak tertandingi oleh negara manapun di dunia. Pada rentetan sejarah *Balance of Power* sistem internasional, Amerika Serikat tidak pernah absen menjadi salah satu negara dalam distribusi *power* pada sistem internasional. Rusia digantikan oleh Cina, ditemani oleh Iran, dan India. Namun, Amerika Serikat tetap menjadi “pemain utama”.

Saat ini adalah masa dimana *hard diplomacy* tidak selalu memberikan jaminan keberhasilan dipomasi walaupun disertai dengan pengaruh yang besar. Amerika menggunakan *soft power* dalam diplomasinya. *Soft Diplomacy* melalui berbagai cara seperti film-film pencitraan tentang Amerika Serikat, musik, acara-acara reality show, program pertukaran pelajar, bantuan kemanusiaan, bahkan *Video Games*. Melalui jalur-jalur ini Amerika Serikat kemudian mencitrakan identitas dan sistem nilainya kepada negara-negara lain sehingga terjadi proses *values sharing*. Amerika Serikat dapat menyisipkan apa saja dalam jalur-jalur ini.

Secara umum, Amerika Serikat memiliki hubungan diplomatik yang baik dengan negara-negara sahabatnya. Penggunaan *soft power* ini dinilai mendukung keberhasilan hubungan diplomatik Amerika Serikat. Penanaman nilai-nilai budaya Amerika Serikat lewat bermacam-macam media terbukti berkontribusi besar bagi kelancaran diplomasi Amerika Serikat dengan berbagai aktor internasional di dunia.

Predikat Amerika Serikat sebagai negara *superpower* selain merupakan fenomena yang terjadi disebabkan karena pengaruhnya memang telah tersebar ke seluruh dunia, Amerika Serikat juga terus berusaha menciptakan keadaan dimana masyarakat dunia tetap mengenal Amerika sebagai negara kuat. Cara yang dilakukan tentu dengan terus menciptakan bagaimana persepsi dunia terhadap Amerika Serikat sebagai negara adidaya tetap ada dan terus berkembang. Terdapat banyak cara untuk menciptakan keadaan ini seperti diplomasi budaya, hegemoni, dan propaganda. Propaganda dinilai lebih *smooth* dan terselubung dalam menyampaikan maksud laten yang dilakukan oleh Amerika Serikat.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan penulis sebelumnya, pertanyaan yang muncul adalah bagaimana AS menggunakan *Military-themed Video Games* sebagai alat propaganda?

Hasil dan Pembahasan

Dalam tulisan ini, penulis menggunakan perspektif konstruktivis dalam penelitian ini. Konstruktivis memandang bahwa *shared ideas* dan *values* membentuk identitas (*ideational identity*) yang pada gilirannya mempengaruhi kepentingan. *Ideational identity* dan *interests* inilah yang pada akhirnya turut menentukan aksi politik². Dunia sosial adalah dunia yang dibentuk oleh ide, kepercayaan, bahasa, dan wacana-wacana. Identitas dan penyampaian gagasan ataupun pemikiran dari satu aktor dapat mempengaruhi perilaku aktor yang lain. Bentuk-bentuk interaksi dalam sistem internasional menurut konstruktivis ada tiga yaitu:

1. Budaya Hobbesian: Di dalam budaya ini, negara memandang negara lain sebagai musuh. Sikap yang terbentuk adalah '*war of all against all*'. Perang dalam hal ini adalah cara untuk keluar dalam kondisi yang konfliktual.
2. Budaya Lockean: Negara menganggap negara lain sebagai lawan, namun menjaga diri untuk menyerang. Masing-masing negara saling menghormati hak untuk eksis. (Masa di mana negara modern terbentuk)
3. Budaya Kantian: Di dalam budaya Kantian, negara menganggap negara lain adalah sahabatnya, jika terjadi masalah, maka penyelesaian masalah dilakukan melalui pihak ketiga dan dilakukan dengan cara damai.

² Andrew Linklater. *Theories of International Relations* 3rd Ed. 2004.(London: Palgrave Macmillan), hlm. 188

Shared ideas yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah persepsi tentang negara Amerika Serikat sebagai negara *superpower* yang memiliki *power* besar khususnya di bidang militer. Persepsi-persepsi ataupun pencitraan ini disebarakan melalui game-game bertemakan militer yang menempatkan Amerika Serikat sebagai tokoh utama. Apa yang dipropagandakan oleh Amerika Serikat dalam MVG adalah pencitraan mengenai kekuatan besar yang dimiliki oleh Amerika Serikat.

Propaganda merupakan salah satu instrumen diplomasi yang digunakan untuk menyebarkan berbagai ide dan informasi, dengan penekanan khusus pada instrument komunikasi³. Propaganda pada dasarnya adalah usaha untuk membuat para pendengar propaganda melakukan apa yang diinginkan oleh sang penyebar propaganda (propagandis); mengubah citra atau persepsi mengenai segala sesuatu yang disampaikan oleh propagandis. Kunci propaganda terletak pada usaha-usaha yang disengaja dilakukan oleh propagandis, dengan adanya kontrol sikap yang melahirkan aksi-aksi yang dilakukan oleh pendengar propaganda dan diinginkan oleh propagandis⁴. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan dalam propaganda tergantung pada apa yang diinginkan propagandis, tidak peduli informasi tersebut benar atau salah, demi tercapainya tujuan.

K.J Holsti menjelaskan propaganda cenderung efektif jika diarahkan kepada kelompok pemuda dan kelompok apatis. Kaum muda lebih mudah menerima petunjuk dan bujukan, karena kecil kemungkinan mereka mempunyai keyakinan atau sikap yang kaku⁵.

Pada kasus ini propagandis adalah Amerika Serikat. Amerika Serikat menggunakan MVG untuk menciptakan citra dan persepsi bahwa Amerika Serikat adalah negara *superpower* dengan kekuatan yang besar, khususnya pada *power* militer. Persepsi ini disebarakan ke seluruh dunia. Sedangkan target utama yang dijadikan sebagai objek propaganda adalah masyarakat anak-anak dan remaja. Selain itu juga propaganda ditujukan pada kalangan dewasa yang suka memainkan MVG.

Pencitraan merupakan salah satu perwujudan dari kepentingan nasional suatu negara. Kepentingan nasional dapat didefinisikan sebagai keadaan yang mencerminkan tuntutan dan kebutuhan dasar suatu negara sebagai hasil tafsiran dari kelompok-kelompok elit negara tersebut. Kepentingan nasional merupakan substansi utama yang menjadi pedoman dan rujukan bagi para pemimpin dan/atau *decision makers* suatu negara untuk

³ SL Roy, Diplomasi, 1991, (Jakarta: Rajawali Pers), hlm. 41

⁴ Terrence H. Qualter. *Propaganda and Psychological Warfare* (New York: Random House, 1962) Hal. 27

⁵ KJ. Holsti. 1977. *International Politics A Framework for Analysis*. New York: Prentice Hall. Hal 278.

mengambil keputusan. Viotti dan Kauppi merumuskan kepentingan nasional menjadi tiga kelompok antara lain:⁶

1. Eksistensi dan *Survival*
2. Kepentingan ekonomi dan kesejahteraan
3. *Preservation of society core's value.*

Terkait kepentingan nasional yang ketiga, Viotti dan Kauppi menyatakan dalam bukunya:

*“...the preservation of a society's core values can also be a vital interest. In many western states, for examples, democratic values and democracy are key elements of national identity. They not only are reflected in the structure and functioning of the political system, but also help answer the questions, “Who are we, and what do we stand for?” ”*⁷

Berdasarkan pemaparan Viotti dan Kauppi terkait kepentingan nasional dapat dilihat bahwa Amerika Serikat menggunakan *Military-themed Video Games* sebagai alat propaganda dalam mencapai kepentingan nasional yang ketiga, preservasi nilai-nilai inti tentang Amerika Serikat termasuk identitas dan *image*. Dalam kasus ini, Amerika Serikat ingin menyebarkan citranya sebagai negara *superpower* ke seluruh dunia lewat *Video Games*.

Gambaran Umum Produksi *Military-themed Game* Amerika Serikat

MVG atau *Military-themed Video Game* pada umumnya adalah game-game tentang peperangan-peperangan yang pernah terjadi dalam sejarah dunia dimulai dari abad 20. Perang-perang tersebut diantaranya adalah perang dunia I dan II, perang dingin, dan perang-perang pasca perang dingin dan perang-perang lainnya yang mengiringi peristiwa-peristiwa sejarah ini. Selain itu juga terdapat beberapa game yang mencitrakan sebuah prediksi tentang perang dunia ketiga dengan berbagai prediksi dan penafsiran. Semua dikemas dalam bentuk game sudut orang pertama dengan kualitas suara dan grafis yang tinggi sehingga si pemain seakan-akan mengalami setiap detil perang yang ada.

Selain hiburan yang disajikan, pada game-game ini juga terdapat beberapa hal yang menarik untuk dikaji. Pertama, adanya napak tilas sejarah peperangan di dunia dari masa ke masa dengan perubahan-perubahan dari setiap masa tersebut. Kedua, game yang notabene adalah simulasi ini juga difasilitasi dengan perangkat-perangkat militer yang

⁶Viotti & Kauppi. 2006. *International Relations and World Politics*. New York: Prentice Hall. Hal 89

⁷*Ibid.*

sama persis dengan aslinya bahkan berlisensikan militer Amerika Serikat⁸. Selain itu jika pemain dianalogikan sebagai pahlawannya, maka lawan-lawan yang harus dikalahkan dalam game tersebut adalah musuh dari negara yang si pemain game tersebut bela. Dari sini kita dapat melihat bahwa ada sebuah pembentukan persepsi siapa “si jahat” dan “si baik”, “si kuat” dan “si lemah”.

MVG yang kebanyakan menempatkan Amerika Serikat sebagai tokoh utama terlihat memperlihatkan bagaimana kehebatan dan keuletan para tentara Amerika Serikat dalam berperang. Militer Amerika Serikat dicitrakan sebagai kekuatan militer dengan teknologi tinggi didukung oleh personil-personil yang handal dalam menggunakan senjata.

MVG seperti serial dari game *Call of Duty* menempatkan tentara Amerika Serikat dan sekutunya sebagai tokoh utama (para *gamers* menyebut mereka sebagai “Pahlawan”). Sesuai dengan runtutan sejarahnya, game *Call of Duty* terdiri dari beberapa serial yang masing-masing mewakili sejumlah perang yang pernah terjadi di dunia seperti Perang Dunia I, Perang Dunia II, Perang Dingin dan pasca Perang Dingin. Selain itu game *Call of Duty* juga menciptakan cerita-cerita “ramalan” tentang perang yang akan terjadi di tahun 2020an.

Game *Call of Duty : World at War* menceritakan tentang prajurit bernama C. Miller yang ikut dalam *US State Marines Corps 1st Division*, saat masa-masa perang dunia kedua. Pada game ini diceritakan bagaimana Miller dengan gagah berani membela Amerika Serikat dalam perang pasifik. Dalam game ini Miller diskenariokan layaknya John Rambo dalam film Rambo yang berhasil membunuh tentara musuh dalam jumlah yang banyak. Game ini berakhir pada masa dimana Nazi jatuh dan pemerintahan fasisme dilengserkan⁹.

Sequel selanjutnya, *Call of Duty : Black Ops*, menceritakan tentang Alex Mason seorang agen CIA yang diberi tugas rahasia (*Black Operation*) di masa perang dingin. Salah satu dari operasi rahasia ini ialah percobaan pembunuhan Fidel Castro, Presiden Kuba. Selain itu juga diceritakan tentang eksperimen pembuatan senjata kimia pemusnah massal yang bernama “Nova-6”. Dalam game ini terdapat beberapa tokoh asli seperti Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy, Robert McNamara, dan Fidel Castro. Game ini juga menceritakan kehebatan agen rahasia CIA dan militer Amerika Serikat serta

⁸ David A. Clearwater dalam tesisnya *Full Spectrum Propaganda The U.S. Military, Video Games and the Genre of the Military-Themed Shooter*. 2006. Montreal. Tesis Department of Art History and Communications Studies, McGill University

hancurnya fasilitas senjata rudal Uni Soviet yang dimusnahkan oleh Alex Mason sendiri dari CIA.

Kemudian pada *Call of Duty : Modern Warfare*, menceritakan suasana pada tahun 2011. *Arab Spring* menjadi salah satu tema cerita yang diangkat dalam game ini. Game ini menceritakan tentang seorang pemimpin radikal yang telah mengeksekusi presiden suatu negara yang kaya akan minyak di Timur Tengah dan sebuah pergerakan ultranasionalis yang memulai perang sipil di Rusia. Konflik ini disetting berdasarkan perspektif *U.S Force Reconnaissance Marine* dan *British SAS Commando* dengan tokoh utama bernama John MacTavish salah seorang anggota *British SAS*.

Activision, sebagai perusahaan produksi game *Call of Duty* pada 30 November 2012 merilis sequel terbarunya, *Call of Duty : Black Ops 2*¹⁰. *Black Ops 2* mengambil latar waktu tahun 2025 yang disebut sebagai masa perang dingin kedua antara Amerika Serikat dan Cina¹¹. Game ini menceritakan David Mason, anak dari Alex Mason yang sebelumnya adalah tokoh protagonis pada *Black Ops 1* (Perang Dingin Pertama). Perang pada tahun 2025 ini diwarnai oleh perang berteknologi tinggi dengan menggunakan kendaraan-kendaraan militer bersifat robotik. Pada game ini Cina ditempatkan sebagai musuh dan Amerika Serikat sebagai tokoh utamanya.

MVG yang menceritakan sejarah perang tidak hanya *Call of Duty* saja. Terdapat beberapa MVG lain yang menceritakan tentang perang antara lain: *Serial Medal of Honour*, *Delta Force: Black Hawk Down*, *American Army*, *Kuma/War 1 & 2*, dan lain-lain.

Semua game ini adalah hasil produksi industri-industri game ternama di Amerika Serikat seperti Activision, Treyarch, Half Life-Valve, NovaLogic, dan EA Games. Aturan-aturan mengenai produksi game ini diatur dalam regulasi *Entertainment Software Rating Board* (ESRB) dan Pemerintah Amerika Serikat sendiri.

ESRB adalah sebuah organisasi regulator mandiri, dibentuk pada tahun 1994, yang menilai *video game*, panduan pengiklanan, konten, sensor, dan software hiburan lainnya di Kanada dan Amerika Serikat¹².

¹⁰ Kelly, Neon (2012-05-01). "Black Ops 2 officially confirmed by Activision". Videogamer.com. http://www.videogamer.com/xbox360/call_of_duty_black_ops_2/news/black_ops_2_officially_confirmed_by_activision.html. Diakses pada 24 Maret 2013 Pukul 22.28 WIB.

¹¹ "Black Ops 2 spans decades, offers branching missions and choice". Joystiq. May 1, 2012. <http://www.joystiq.com/2012/05/02/black-ops-2-spans-decades-offers-branching-missions-and-choice/>. Diakses pada tanggal 23 Maret 2013 pukul 23.50 WIB.

¹² Sejak tahun 2003, ESRB telah menilai 8,000 permainan yang di produksi oleh 350 penerbit *Video Games*.

Keikutsertaan Amerika Serikat dalam “mengatur” produksi MVG dapat dilihat pada beberapa catatan diantaranya: pertama, bekas direktur CIA, William Colby bekerja di sebuah perusahaan *video game* sebagai konsultan dan ikut dalam penyusunan skenario gamesetelah ia pensiun dari CIA¹³. Kedua, MVG American’s Army dan Cry Engine 3 adalah game bentukanbekerja sama dengan militer Amerika Serikat yang digunakan sebagai alat pendukung latihan militer AS¹⁴. Ketiga, Adanya lisensi persenjataan dalam game yang dikeluarkan oleh militer AS sendiri dengan berbagai syarat-syarat tertentu ketika game tersebut diproduksi dan didistribusikan ke seluruh dunia¹⁵. Dan keempat, seluruh game harus melewati sejumlah seleksi-seleksi tertentu yang dibuat oleh pemerintah AS dan seleksi-seleksi tersebut berisi syarat-syarat yang mengharuskan produsen game untuk terikat dengan aturan-aturan Pentagon¹⁶.

Military-themed Video Games sebagai alat propaganda Amerika Serikat: “We want the whole world know how great US military is!”

Amerika Serikat sangat serius dalam menggunakan sarana hiburan sebagai alat propaganda untuk menunjukkan bagaimana kebesaran dan kekuatan dari Amerika Serikat sendiri. Fokus propaganda memang berupa konstruksi pemahaman yang diinginkan oleh Amerika Serikat, dalam hal ini, Amerika Serikat menginginkan siapapun yang memainkan game ini pada akhirnya memiliki pemikiran yang diinginkan oleh Amerika Serikat.

Penulis mencoba menganalisis sebuah MVG yang khusus dibuat langsung oleh Militer Amerika Serikat. Game ini bernama *America’s Army*¹⁷. Berbeda dengan MVG lainnya, game khusus berada dibawah kuasa Militer Amerika Serikat. MVG yang lain seperti *Call of Duty*, *Medal of Honour*, dan lain-lain merupakan game buatan swasta namun berada dalam dukungan militer Amerika Serikat.

America’s Army adalah sebuah MVG buatan militer Amerika Serikat yang pada awalnya diproduksi untuk kalangan dalam militer Amerika Serikat sebagai saran bantu latihan atau simulasi. Kemudian setelah mengalami beberapa pengembangan, game ini

¹³Government Pushes Propaganda Through Video Games. Global Research.17 Januari 2013.Diakses dari globalresearch.ca/government-pushes-propaganda-through-video-games/5319342.Pada 24 Maret 2013 Pukul 23.14 WIB.

¹⁴ Dapat dilihat pada film dokumenter “Hollywood and Pentagon: A Dangerous Liasion”. 2003. Newsworld.

¹⁵ "America's Army Platform: Technology". 2005. U.S. Army. April 22, 2006.

<<http://info.americasarmy.com/technology.php>>.

¹⁶Robin Anderson & Marin Kurti.Spring 2009.*Democratic Communique. From America’s Army to Call of Duty:Doing Battle with the Military Entertainment Complex*. Vol 23 No 1.Hal 46.

¹⁷ America’s Army adalah salah satu dari game-game yang bertemakan militer dan khusus diproduksi oleh Militer Amerika Serikat. Game ini tersedia dalam bentuk *PC Game*, *Playstation*, dan *X-BOX 360*.

kemudian dikomersilkan untuk umum. Produksi game ini telah sampai ke seluruh penjuru dunia menyaingi MVG tingkat atas lainnya seperti *Call of Duty* yang menjadi game terfavorit tahun 2012¹⁸.

Penulis mengemukakan empat catatan penting yang terdapat dalam MVG antara lain: pertama, MVG dimanfaatkan sebagai produk pengiklanan militer Amerika Serikat (*Advergame*). Kedua, MVG sebagai sarana pengajaran kemiliteran (*Edugame*), Ketiga, sebagai alat pengujian alat kemiliteran, dan yang keempat, MVG digunakan sebagai sarana propaganda (*Propagme*).

Pada bagian *advergame*, dapat dilihat pada MVG yang beredar, memperlihatkan persenjataan Amerika Serikat yang lengkap dengan kehebatan-kehebatan masing-masing senjata yang digunakan oleh pemain game¹⁹. MVG dapat menghemat miliaran dollar untuk memasarkan produk-produk militer karena Amerika Serikat hanya perlu memasukkan produk-produk tersebut dalam *video games* yang biaya produksinya tidak sebesar produksi iklan militer. Beredarnya MVG keseluruh dunia sejalan dengan beredarnya merk-merk produk kemiliteran Amerika Serikat yang ada di dalam game tersebut²⁰. MVG ini tentu tidak ditargetkan pada kalangan anak-anak saja, karena MVG *America's Army* juga didistribusikan ke Instansi Pertahanan Negara-negara lain seperti Indonesia, Korea Selatan, Israel, dan lain-lain.

Sebagai *edugame*, MVG *America's Army* dapat dilihat dari dua sudut pandang. Pertama, game ini ditujukan sebagai alat latihan bagi personil-personil militer Amerika Serikat. Dan yang kedua, game ini dapat dijadikan sebagai simulasi latihan militer bagi pengguna game tersebut. Namun, khusus untuk produksi yang ditujukan pada pihak internal militer Amerika Serikat, game ini lebih bersifat simulative dari pada game yang dijual dipasaran²¹. Pada game ini pengguna seakan-akan berada di dalam medan perang dan merasakan atmosfer perang darat, udara, maupun laut.

Dimensi ketiga yang dapat dilihat pada MVG *America's Army* adalah MVG sebagai alat tes pengujian persenjataan-persenjataan Amerika Serikat. Setiap peralatan militer yang diproduksi oleh Amerika Serikat kemudian di tes melalui tes lapangan dan digital. Tes menggunakan *video game* dinilai lebih menguntungkan baik dari segi finansial

¹⁸"America's Army Platform: Technology". 2005. U.S. Army. April 22, 2006.

<<http://info.americasarmy.com/technology.php>>

¹⁹ Lihat MVG "*Call of Duty: Modern Warfare 1,2,3*" Produksi NovaLogic Tahun 2012.

²⁰ Nieborg David. 2005. *Changing the Rules of Engagement - Tapping into the Popular Culture of America's Army, the Official U.S. Army Computer Game*. Thesis.Faculty of Art. Uthrect Universtiy. Hal 104.

²¹ *Ibid*. Hal 129.

dan keamanan medan yang digunakan. Tes uji melalui game tidak memerlukan biaya yang terlalu besar dan juga tidak mengakibatkan atau dapat mengurangi resiko kerusakan²².

Keempat, game sebagai alat propaganda. Bagaimanakah Amerika Serikat dapat menggunakan *Military-themed Video Games* sebagai alat propaganda? Tentu saja jika dipandang sekilas, game hanya lah sebagai alat hiburan semata. Namun, jika dicermati dari berbagai sisi, terdapat beberapa catatan penting mengapa militer Amerika Serikat menggunakan MVG dengan menunjukkan substansi-substansi penting dalam perang seperti sejarah, negara-negara yang berperang, pemenang dan yang kalah, sampai pada canggihnya teknologi persenjataan Amerika Serikat yang ditunjukkan dalam MVG tersebut.

Pada kasus game *America's Army*, game ini digunakan sebagai alat propaganda dengan beberapa tujuan diantaranya: (1) Memberikan konstruksi pemikiran tentang kekuatan dan citra Amerika Serikat sebagai negara *superpower*, (2) Menyebarkan ideologi liberalisme dan demokrasi Amerika Serikat, (3) dan, sebagai pendukung propaganda Amerika Serikat yang lain yang telah dikemas dalam bentuk yang lain seperti *Hollywood Movies*.

MVG selalu memperlihatkan bahwa Amerika Serikat adalah negara pahlawan yang membawa bendera demokrasi dan liberalisme yang selalu menang melawan penjahat. Penjahat-penjahat ini sering diidentikkan dengan warna merah yang notabene adalah symbol dari komunisme. Jadi, MVG digunakan Amerika Serikat sebagai alat untuk melawan pemikiran dari negara-negara non demokrasi dan membawa para pengguna game dengan cara propaganda dan konstruksi pemikiran, anggapan, stigma, dan lain-lain.

***Rogue States* dan Amerika Serikat dalam MVG (Negara Demokrasi vs Negara Non-Demokrasi)**

Pasca perang dingin, Amerika Serikat memiliki sejumlah musuh-musuh yang secara ideology maupun kepentingan memiliki potensi konflik. Sally Totman dalam *How Hollywood Projects Foreign Policy* menyebut negara-negara musuh Amerika tersebut sebagai *Rogue States* atau negara bandit. Dalam buku tersebut, Sally mendeskripsikan negara-negara bandit ini yang dijadikan sebagai “penjahat” di dalam film-film *Hollywood* dan Amerika Serikat sebagai “pahlawan”nya.

²² *Ibid.* Hal 145.

Apa yang dilakukan Amerika Serikat dalam film juga dilakukan dalam MVG. Penempatan musuh-musuh Amerika Serikat dalam MVG sebagai negara bandit terlihat dalam sejumlah MVG buatan Amerika Serikat. Berikut adalah negara-negara bandit dan MVG yang memuat negara-negara tersebut:

1. Iran

Republik Islam Iran dimasukkan dalam daftar *rogue states* oleh AS karena Iran merupakan negara independen dan bukan merupakan negara aliansi AS. Walaupun AS menyatakan bahwa Iran merupakan negara yang mendukung terorisme dan memiliki nuklir, sebenarnya AS mengetahui bahwa Iran hanya tidak tunduk pada supremasi AS, dan hal ini mengingatkan AS bahwa terdapat negara-negara yang tidak tunduk padanya²³.

Iran dalam MVG dapat dilihat pada *Kuma War I* dan *Call of Duty: Modern Warfare 3*. Negara Iran dicitrakan sebagai negara pemilik nuklir yang tidak ingin menjaga perdamaian dan agen rahasia Amerika Serikat berhasil melacak keberadaan nuklir Iran dan mendesak Iran untuk melaporkan nuklirnya kepada IAEA.

2. Kuba

Kuba diidentifikasi oleh AS sebagai salah satu dari *rogue states* karena ancaman yang ditampakkan oleh Kuba ketika 50 tahun yang lalu, bukan karena Kuba yang sekarang²⁴. Kuba ketika 50 tahun lalu masih merupakan aliansi Uni Soviet, namun sekarang merupakan negara independen. Kuba terkenal dengan negara komunis yang menentang hegemoni Amerika Serikat.

MVG seperti *Call of Duty: Black Ops I* memperlihatkan Kuba sebagai negara yang kejam dengan pemimpin yang sadis dan suka menyiksa²⁵. Dalam *game* ini Alex Mason sebagai salah satu agen rahasia Amerika Serikat diceritakan gagal dalam membunuh Fidel Castro. Namun, militer Amerika Serikat berhasil memenangkan baku tembak di Kuba dan memojokkan Fidel Castro di dunia Internasional.

3. Irak

Irak pada masa lalu merupakan aliansi AS, sampai terjadinya insiden yang menyebabkan hubungan keduanya rusak. Hubungan antara Irak dengan AS semakin tidak harmonis karena invasi yang dilakukan Irak terhadap Kuwait. Hollywood juga

²³ Sally Totman. 2009. *How Hollywood Projects Foreign Policy*. New York: Palgrave Macmillan. Hal 51.

²⁴ *Ibid.* Hal 72

²⁵ Lihat pada MVG *Call of Duty : Black Ops I*

menggambarkan Irak dalam film-filmnya tanpa makna peyoratif hingga tahun 1991. Pada masa pemerintahan Presiden Clinton, Irak mulai digambarkan sebagai musuh AS dalam film-film Hollywood. Peristiwa 11 September juga meningkatkan ketegangan hubungan antara AS dan Irak, dan begitu pula yang digambarkan dalam film-film Hollywood.

Kuma War I merupakan MVG yang diproduksi pasca peristiwa 9/11. Dalam MVG ini, terdapat *scene* dimana Saddam Hussein presiden Irak saat itu ditangkap. Selain itu juga keluarga Saddam Husein yang berhasil ditangkap dan dibunuh oleh tentara Amerika Serikat. Di dalam MVG ini musuh-musuh Amerika Serikat adalah pasukan-pasukan berbaju gamis dan menggunakan sorban, mengenakan celana cingkrang, dan memiliki kumis serta janggut yang sangat tebal, dan yang paling tidak ketinggalan, memakai AK-47. MVG ini sangat menggambarkan orang Islam adalah musuh bagi Amerika Serikat.

4. Korea Utara

Korea Utara merupakan hasil pembagian Korea oleh AS dan Uni Soviet pada tahun 1948, di mana Korea Utara menjadi milik Uni Soviet dan Korea Selatan menjadi milik AS. AS memasukkan Korea Utara ke dalam daftar *rogue states* karena Korea Utara menganut komunisme, ditambah lagi dengan diteruskannya pengembangan senjata nuklir oleh Korea Utara²⁶.

MVG yang menjadikan Korut sebagai musuh adalah *Call of Duty: Black Ops I*. Terdapat *stage* perang antara Amerika Serikat dan Korea Utara dalam *game* tersebut. Dan tentu saja yang memenangkan peperangan adalah Amerika Serikat.

5. Cina

Cina pada tahun-tahun terakhir ini telah menjadi pesaing yang berat bagi Amerika Serikat. Akademisi politik internasional mengatakan bahwa Cina adalah ancaman bagi hegemoni Amerika Serikat di kawasan Asia. Amerika Serikat menunjukkan kejelekan Cina dalam MVG *Call of Duty: Black Ops II*.

Call of Duty: Black Ops II adalah arena pertempuran Amerika Serikat dan Cina dalam perang dingin kedua di tahun 2025. Dengan sangat percaya dirinya Amerika Serikat mendeskripsikan Cina sebagai musuh di masa depan Amerika. *Game* ini disetting dengan beberapa alternatif akhir cerita tergantung bagi si pemain memilih alur cerita. Namun tetap di akhir cerita lagi-lagi Amerika Serikat diceritakan sebagai negara yang

²⁶ Sally Totman. *Op.Cit.* Hal 120.

memenangkan perang dingin dengan menghentikan perang dingin tersebut layaknya di perang dingin pertama dengan Uni Soviet.

6. Vietnam

Apa yang ingin Amerika Serikat tampilkan dari Vietnam dalam MVG sama halnya dengan film *Rambo* yang menceritakan kehebatan satu orang bersenjata melawan beribu-ribu tentara Vietnam. Dalam *Call of Duty: Black Ops I*, Alex Mason adalah Rambo dalam *game*. Ia berhasil mengalahkan banyak tentara Vietnam dengan berbekal satu senapan mesin dan lima granat.

Berdasarkan penjelasan tentang *rogue state* dan MVG yang memuat negara-negara bandit tersebut dapat penulis tarik benang merah pemahaman antara lain:

1. Adanya perubahan dan/atau konstruksi opini publik terhadap perang dan persepsi terhadap *rogue state* yang dicitrakan Amerika Serikat dalam game-game tersebut.
2. Adanya gambaran atau pencitraan tentang Amerika Serikat sebagai negara pahlawan dengan kekuatan militer yang sangat besar dalam melawan para musuh.

Dengan kehebatan di bidang komputerisasi digital, MVG memberikan suatu peningkatan klaim pembenaran terhadap realisme, autentifikasi, serta keakuratan sejarah. Maksudnya disini ialah sensasi digital yang disajikan dalam MVG membuat pemain seakan-akan menghadapi dunia nyata sehingga apa-apa yang disampaikan dalam MVG mudah untuk diinternalisasikan sebagai objek propaganda.

Pemerintah Amerika Serikat menggunakan MVG sebagai sarana rekrutmen dan simulasi perang. Selain itu juga Amerika Serikat memanfaatkan MVG dalam mempromosikan kebijakan-kebijakan luar negeri Amerika Serikat khususnya kebijakan “*War on Terrorism*” dan Perang Dingin²⁷. Yang menjadi catatan penting dalam MVG adalah adanya keterlibatan dari pihak militer AS dalam pembuatan video games khususnya pada desain senjata, sejarah peperangan, skenario, desain personil dan perangkat militer lainnya²⁸.

Selain itu juga terdapat regulasi mengenai bagaimana *Video Games* harus menunjukkan nilai-nilai kebangsaan Amerika Serikat, salah satunya dengan menyertai embel-embel kebangsaan seperti bendera, lagu kebangsaan, kutipan pidato presiden, dan lain-lain.

²⁷ Andersen & Kurti. 2009. *From America's Army to Call of Duty: Doing Battle with the Military Entertainment Complex*. Democratic Communique. No 1. Spring. Hal 52.

²⁸ *Ibid.* 61

Antusiasme Masyarakat terhadap MVG

Game adalah salah satu dari banyak sarana hiburan bagi kalangan anak-anak dan remaja. Permainan saat ini mengikuti perkembangan teknologi yang meningkat pesat. Kemajuan industri *video game* ini dimanfaatkan oleh Amerika Serikat untuk memasukkan propaganda-propaganda yang berisi opini-opini yang dikonstruksikan kepada pemain *game* tersebut. Berikut adalah catatan-catatan penting mengapa *video games* khususnya MVG menjadi sarana propaganda yang mudah diterima dan disukai banyak kalangan masyarakat.

1. Tingginya antusiasme masyarakat khususnya penggemar game terhadap game-game bertemakan perang yang terbaru. Hal ini dikarenakan pada umumnya game-game perang tersebut diproduksi dalam bentuk sequel. Sehingga para penikmat MVG terus mengikuti episode-episode dalam *game*.
2. Munculnya klub-klub penggemar game-game produksi Amerika Serikat yang bertemakan perang. Fans club-fans club ini tersebar di seluruh dunia dan berhubungan dengan jejaring sosial. Dalam salah satu forum mereka akan membicarakan seluruh aspek-aspek menarik dari MVG yang dimainkan.
3. Pembahasan tentang Military-themed Video Games telah sampai pada tingkat media-media cetak dan elektronik baik mengenai fitur gameplay ataupun penjualan game-game tersebut.

Berdasarkan pada catatan-catatan di atas, antusiasme masyarakat dimanfaatkan oleh Amerika Serikat sebagai objek propaganda. Hal ini sangat persis dengan apa yang kita lihat pada film-film *Hollywood* yang juga adalah hasil dari pemanfaatan antusiasme masyarakat terhadapnya.

Simpulan

Tulisan ini telah menunjukkan bagaimana Amerika Serikat menggunakan *Military-themed Video Games* sebagai sarana propaganda untuk mencapai kepentingannya di tatanan komunikasi politik dunia. Amerika Serikat ingin menyebar luaskan persepsi tentang predikat negara *superpower* keseluruh kalangan masyarakat. Persepsi ini kemudian disampaikan melalui sarana hiburan seperti film, musik, dan tentunya *video games*.

Military-themed Video Games merupakan salah satu sarana propaganda yang mudah diterima sehingga muatan-muatan propaganda mudah untuk diinternalisasikan. Mudah diterimanya MVG di masyarakat dapat dilihat dari antusiasme para *gamers* seluruh

dunia yang terus membicarakan MVG dalam forum-forum komunikasi internasional. Selain itu juga media massa dan terus mengikuti perkembangan dari MVG tersebut.

Apa yang menjadi simpulan penulis terhadap tulisan ini adalah Amerika Serikat sebagai negara *superpower* akan terus menyebarkan pengaruhnya dengan berbagai cara yang dianggap relevan seperti MVG yang tidak disadari oleh banyak orang bahwa *game* ternyata dapat menjadi sarana propaganda.

Empat dimensi MVG (*advergame, propagame, edugame, dan test bad and tool*) merupakan substansi yang memberikan pemahaman bahwa *video games* yang saat ini hanya dikenal sebatas hiburan ringan semata akan menghasilkan suatu pemahaman kritis jika dikaji lebih mendalam. MVG selain hiburan telah digunakan sebagai alat propaganda bagi Amerika Serikat.

Penulis telah berusaha mengkaji mengapa Amerika Serikat sangat serius ikut serta dalam memproduksi *game* ini dibanding *game* lain yang bergenre bukan *military-themed*. Tulisan ini diharapkan dapat mengantarkan pembaca pada pemahaman bahwa *high politics* dapat dikemas dalam kemasan yang *soft*. Kehebatan militer suatu negara tidak selalu harus ditunjukkan secara nyata ke khalayak internasional. Gambaran nyata kekuatan militer yang besar, yang dikemas dalam bentuk simulasi *game* juga dapat menjadi alat untuk menunjukkan besarnya kekuatan dan hegemoni suatu negara dalam konstelasi politik internasional.

Reference

- Andrew Linklater. *Theories of International Relations* 3rd Ed. 2004. (London: Palgrave Macmillan)
- KJ. Holsti. 1977. *International Politics A Framework for Analysis*. New York: Prentice Hall.
- Maja, Zehfuss. 2002. *Constructivism in International Relations*. New York: Cambridge University Press.
- Roy, Samendra Lal. 1991. *Diplomasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sally Totman. 2009. *How Hollywood Projects Foreign Policy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Terrence H. Qualter. *Propaganda and Psychological Warfare* (New York: Random House, 1962)

Viotti & Kauppi. 2006. *International Relations and World Politics*. New York: Prentice Hall.

Wend, Alexander. 1999. *Social Theories of International Politics*. New York: Cambridge University Press.

Skripsi, Tesis, dan Disertasi

Achmad Reza Putra. 2013. *Hollywood Action Movies sebagai Sarana Diplmasi Kebudayaan Amerika Serikat*. Skripsi Sarjana. Pekanbaru: Universitas Riau

David A. Clearwater. Full Spectrum Propaganda The U.S. Military, Video Games and the Genre of the Military-Themed Shooter. 2006. Montreal. Tesis Department of Art History and Communications Studies, McGill University.

Nieborg David. 2005. *Changing the Rules of Engagement - Tapping into the Popular Culture of America's Army, the Official U.S. Army Computer Game*. Thesis. Faculty of Art. Uthrect Universtiy.

Jurnal

Robin Anderson & Marin Kurti. Spring 2009. Democratic Communique. From America's Army to Call of Duty: Doing Battle with the Military Entertainment Complex. Vol 23 No 1.

Stern, Frank. 2000. Screening Politics: Cinema and Intervention. *Georgetown Journal of International Affair*, hlm. 66 [pdf]. Diakses dari <<<http://journal.georgetown.edu/wp-content/uploads/1.2-Stern.pdf>>>, pada tanggal 3 Maret 2012

Situs Web

"Black Ops 2 spans decades, offers branching missions and choice". Joystiq. May 1, 2012. <http://www.joystiq.com/2012/05/02/black-ops-2-spans-decades-offers-branching-missions-and-choice/>. Diakses pada tanggal 23 Maret 2013 pukul 23.50 WIB.

Government Pushes Propaganda Through Video Games. Global Research. 17 Januari 2013. Diakses dari globalresearch.ca/government-pushes-propaganda-through-video-games/5319342. Diakses pada 24 Maret 2013 Pukul 23.14 WIB.

Kelly, Neon (2012-05-01). "Black Ops 2 officially confirmed by Activision". Videogamer.com.

http://www.videogamer.com/xbox360/call_of_duty_black_ops_2/news/black_ops_2_officially_confirmed_by_activision.html. Diakses pada 24 Maret 2013 Pukul 22.28 WIB.

"America's Army Platform: Technology". 2005. U.S. Army. April 22, 2006. <<http://info.americasarmy.com/technology.php>>. Diakses pada 24 Maret 2013 Pukul 23:19 WIB

Film

Hollywood and Pentagon: A Dangerous Liaison. 2003. Newsworld.

Video Games

America's Army : Operations. 2002.U.S Army.

Call of Duty : Black Ops 1. 2010.Treyach: Activision

Call of Duty : Black Ops 2. 2012. Treyach: Activision

Call of Duty : Modern Warfare 2. 2010. Infinity Word: Activision

Call of Duty : Modern Warfare. 2007. Infinity Word: Activision

Call of Duty : World at War. 2008. Treyach: Activision

Call of Duty 2. 2005. Treyach: Activision.

Call of Duty 3. 2006. Treyach: Activision.

*Delta Force Black Hawk Down.*2003. Nova Logic