

CERITA MILITER DI MEDIA MASSA UNTUK MENUMBUHKAN JIWA BELA NEGARA

PENULIS

¹⁾Abdul Malik Mubarak, ²⁾I Gede Sumertha, ³⁾I Wayan Midhio

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki dua tujuan utama: pertama, menganalisis upaya peningkatan peran cerita militer dalam menumbuhkan semangat bela negara, dan kedua, merumuskan strategi untuk mengoptimalkan potensi cerita militer dalam membangkitkan semangat bela negara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Unit observasi dalam penelitian ini terdiri atas artikel cerita militer di Sindonews.com dan konten kanal YouTube Kartika Podcast milik Tentara Nasional Indonesia Angkatan Darat (TNI AD) yang memperoleh jumlah penayangan terbanyak selama periode Januari 2023 hingga Oktober 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cerita militer di media massa dapat dimanfaatkan secara efektif untuk menyebarkan nilai-nilai bela negara, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya nilai-nilai bela negara.

Kata Kunci

Cerita Militer, Media Massa, Bela Negara, Komunikasi Massa, Nasionalisme

ABSTRACT

The objective of the present study is twofold: firstly, to analyze the efforts to improve the role of military stories in fostering the spirit of state defense, and secondly, to formulate strategies to improve the potential of military stories in fostering the spirit of national defense. The research employs a qualitative method with a descriptive approach. The unit of observation consists of military story articles on Sindonews.com and Kartika Podcast YouTube channel of the Indonesian National Defense Forces (TNI AD) that have garnered the highest number of views from January 2023 to October 2024. The results indicated that military stories in the mass media can be effectively utilized to disseminate the values of state defense, thereby fostering public awareness of state defense values.

Keywords

Military Stories, Mass Media, State Defence, Mass Communication, Nationalism

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

^{1,2,3)}Strategi Perang Semesta, Strategi Pertahanan

^{1,2,3)}Universitas Pertahanan

^{1,2,3)}Kampus Pascasarjana UNHAN RI, Jl. Salemba No. 14, Jakarta Pusat

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Abdul Malik Mubarak
mubaraksindo@gmail.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Dunia militer menjadi topik menarik yang sering dibahas oleh masyarakat, baik dari aspek sejarah, strategi, teknologi, maupun para tokoh yang terlibat di dalamnya. Ketertarikan masyarakat terhadap militer tidak hanya karena bidang pertahanan dan keamanan memberikan dampak emosional tertentu, tetapi juga lantaran tindakan militer berpengaruh terhadap bidang politik, ekonomi, dan budaya sebuah negara. Demikian juga perkembangan teknologi senjata misalnya, mendapat sorotan masyarakat karena dapat mengubah cara perang dan memengaruhi hubungan internasional (Singer, 2009). Operasi militer ke sebuah negara, dampaknya tidak hanya dirasakan oleh dua negara yang bertikai, tapi juga negara-negara di belahan dunia lain (COX, 1981).

Ketertarikan masyarakat terhadap dunia militer, selain mampu menumbuhkan rasa bangga dalam diri masyarakat, juga karena banyaknya media massa yang terus-menerus mempublikasi berita-berita militer. Pemberitaan dan tayangan konflik Palestina dan Israel di Timur Tengah, perang Rusia versus Ukraina di Eropa, ketegangan di Laut China Selatan, mutasi Perwira Tinggi Tentara Nasional Indonesia (TNI), hingga kisah-kisah heroik para pahlawan dan legenda militer, hampir setiap hari menghiasi layar televisi, surat kabar, portal berita, YouTube, dan media sosial lainnya. Beberapa media on-line bahkan membuka saluran khusus yang hanya berisi artikel-artikel militer. Seperti misalnya, Viva.co.id yang memiliki kanal Militer, Indonesiadefence.com yang berfokus mengulik dunia militer, atau Sindonews.com melalui kanal Hankam-nya. Tak ketinggalan situs-situs milik TNI berikut media sosialnya juga aktif mengabarkan kegiatan-kegiatan organisasi dan para prajuritnya.

Di era digital saat ini, berita yang diproduksi oleh media massa tidak saja didasarkan pada nilai berita yang terkandung di dalamnya, tetapi juga keminatan pembaca dan pemirsa pada isu-isu tertentu. Keminatan itu diukur oleh jumlah *traffic* kunjungan atas berita yang disajikan. Media massa akan terus-menerus memproduksi berita-berita terkait isu tertentu, jika mendapatkan *views* yang tinggi (Indainanto, 2021). Berita-berita militer memberikan kontribusi besar pada *traffic* kunjungan media massa. Di antara isu militer yang selalu mendapat banyak pembaca dan pemirsa adalah mengenai kisah heroik prajurit dan profil personel militer. Seperti video wawancara dengan Letkol (Purn) Untung Suroso, berjudul *Kisah Heroik Pembebasan Sandera Pesawat DC-9 Garuda Woyla* di kanal YouTube Puspen TNI yang mendapatkan 1,1 juta penonton (TNI, 2020). Artikel berjudul *Kisah Jenderal Kopassus Letjen Sutiyoso Menyamar: Jadi Sopir untuk Tangkap Pimpinan GAM di Pedalaman Aceh* yang diterbitkan Sindonews.com pada Oktober 2024 mendapatkan lebih dari 400.000 pembaca (Hastoro & Sucipto, 2024).

Media massa memiliki peranan penting dalam menyebarkan informasi dan membentuk opini publik. Menurut M Chaffe, ada tiga efek yang bisa dihasilkan oleh media massa, yakni efek kognitif, afektif, dan perilaku. Efek media massa tidak hanya memberikan pemahaman terhadap sesuatu, tapi juga mempengaruhi emosi serta perilaku *audiens* (Ardiano & Edinaya, 2007). Hal ini berarti cerita-cerita militer yang disajikan media massa dapat menjadi alat yang efektif untuk menanamkan nilai-nilai bela negara kepada masyarakat luas. Karena sebagai mana dijelaskan oleh Kementerian Pertahanan (Kemhan) RI, bahwa bela negara merupakan sikap masyarakat yang dijiwai oleh kecintaan pada Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Indonesia 1945 untuk menjamin kelangsungan hidup dalam berbangsa dan bernegara.

Meski cerita militer disukai masyarakat dan berpotensi menumbuhkan jiwa bela negara, tapi permasalahannya belum ter manfaatkan oleh media massa secara optimal. Cerita militer yang disajikan sering kali monoton, sekadar hiburan tanpa analisis mendalam, dan kurangnya sinergi antara media massa dan pemangku kepentingan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka, pertanyaan penelitian ini adalah: Pertama, bagaimana upaya meningkatkan peran cerita militer di media massa dalam menumbuhkan jiwa bela negara? Kedua, bagaimana strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas cerita militer dalam menumbuhkan jiwa bela negara?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya meningkatkan peran cerita militer untuk menumbuhkan jiwa bela negara, dan merumuskan strategi untuk meningkatkan potensi cerita militer dalam menumbuhkan jiwa bela negara masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya mengoptimalkan pemanfaatan media massa sebagai alat untuk meningkatkan sikap bela negara.

1.1 Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah suatu proses di mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-pesan secara luas dan terus-menerus menciptakan makna-makna, serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai cara (McQuail, 1996). Sementara

Effendy mendefinisikan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan terbuka, dan pengirim pesan biasanya adalah organisasi formal atau komunikator profesional. Inti dari komunikasi massa adalah penggunaan media untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas (Effendy, 2009).

1.2 Teori Agenda Setting

Teori *Agenda Setting* menekankan bahwa media memiliki peran dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Apa yang disajikan oleh media massa dapat dianggap oleh publik sebagai sesuatu yang penting, sehingga layak untuk diikuti. Hal itu oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw, media massa dianggap memiliki kemampuan untuk menggeser agenda berita mereka ke dalam agenda publik (McCombs & Shaw, 1993). Bernard C. Cohen lebih detail lagi dalam mendefinisikan Teori *Agenda Setting*. Menurutnya, media adalah pusat penentuan fakta, yang mengangkat dua elemen, yakni kesadaran dan pengetahuan, ke dalam agenda publik. Media massa mampu mengarahkan kesadaran dan perhatian publik terhadap isu-isu yang dianggap penting. Sementara Stephan W Littlejohn dan Karen A Foss menyatakan bahwa teori *agenda setting* adalah teori yang menjelaskan bagaimana media menciptakan citra atau tema penting dalam pikiran. Karena harus selektif dalam pemberitaan, maka media harus membuat pilihan mengenai isu apa yang harus dilaporkan dan bagaimana caranya (Littlejohn & Foss, 2009).

1.3 Teori Nasionalisme

Dalam buku berjudul *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (1983), Benedict Anderson mengajukan gagasan bahwa bangsa (*nation*) adalah komunitas imajiner (*imagined community*) yang dibentuk melalui proses sosial, politik, dan budaya. Anderson, lebih jauh berpendapat bahwa, bangsa adalah komunitas yang diimajinasikan, karena sebagian besar anggotanya tidak akan pernah saling bertemu atau berinteraksi secara langsung. Meskipun begitu, mereka merasa bagian dari suatu entitas yang lebih besar, yaitu bangsa (Kusumawardani & Faturachman, 2004). Anderson juga menekankan bahwa media cetak berperan penting dalam menyatukan bangsa melalui apa yang ia sebut sebagai kapitalisme cetak (*print capitalism*). Melalui distribusi informasi secara luas, orang-orang yang terpisah secara geografis dapat berbagi berita dan cerita yang sama, yang pada gilirannya menciptakan rasa solidaritas nasional. Sementara Slamet Muljono (1968) mendefinisikan nasionalisme sebagai manifestasi kesadaran bernegara atau semangat bernegara. Nasionalisme merupakan keadaan jiwa, di mana individu merasa bahwa setiap orang memiliki kesetiaan dan kedewasaan tertinggi kepada negara kebangsaan. Nasionalisme terdiri dari rasa ingin bersatu, persatuan perangai dan nasib serta persatuan antara orang dan tempat, dan rasa nasionalisme muncul pada bangsa yang memiliki cita-cita sama untuk suatu negara (Tedjo, 2018).

1.4 Konsep Bela Negara

Purnomo Yusgiantoro mendefinisikan bela negara sebagai suatu perilaku atau sikap yang dilakukan oleh warga negara yang mana berhubungan dengan kecintaan terhadap negara tersebut, dalam wujud melakukan segala hal yang dapat menjaga kelangsungan hidup bangsa. Perilaku tersebut bersifat konstan atau terus-menerus atau tidak hanya dilakukan satu atau dua kali saja (Yusgiantoro, 2010). Lebih jauh Yusgiantoro menekankan bahwa perilaku yang dilakukan atas dasar kecintaan kepada negara dilakukan secara berkelanjutan. Konsep serupa juga disampaikan Chaidir Basri (1998). Menurutnya, bela negara adalah sikap dan tekad serta tindakan suatu warga negara yang bersifat teratur, menyeluruh, terpadu, dan berlanjut, yang mana dilandaskan oleh kecintaan kepada tanah air dan kesadaran dalam berbangsa bernegara Indonesia serta kesaktian dan keyakinan terhadap Pancasila yang merupakan ideologi Negara Indonesia. Definisi Bela Negara juga terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia UU RI Nomor 23 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional (PSDN) untuk Pertahanan Negara. Di dalam undang-undang tersebut dikatakan bahwa Bela Negara adalah tekad, sikap, tindakan, dan perilaku warga negara, baik secara perseorangan maupun kolektif dalam menjaga kedaulatan negara, keutuhan wilayah, dan keselamatan bangsa dan negara yang dijiwai oleh kecintaannya kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam menjamin kelangsungan hidup bangsa dan negara Indonesia dari berbagai ancaman.

II. METODE PENELITIAN

Artikel ini disusun menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengetahui sejauh mana cerita militer di media massa menjangkau *audiens* dan berpotensi menumbuhkan jiwa bela negara. Metode deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang melukiskan, mendeskripsikan, dan

memaparkan apa adanya kejadian objek yang diteliti berdasarkan situasi dan kondisi ketika penelitian itu dilakukan (Sugiyono, 2009).

Unit amatan dalam penelitian ini adalah portal berita sindonews.com dan kanal YouTube TNI AD. Sedangkan unit analisis dalam penelitian ini adalah cerita militer yang dibuat oleh dua media massa tersebut. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pemberitaan sindonews.com dan Kartika Podcast yang diunggah di kanal YouTube TNI AD terkait cerita militer pada periode Januari 2023 hingga Oktober 2024. Artikel cerita militer yang diambil adalah artikel yang mendapatkan kunjungan pembaca tertinggi dari masing-masing unit amatan. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori dan hasil penelitian lain yang didapatkan melalui buku, jurnal, artikel di internet, dan sumber lainnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Upaya Meningkatkan Kesadaran Bela Negara

Di tengah beragamnya informasi yang disajikan media massa di era digital, cerita militer menjadi salah satu topik yang cukup banyak diminati masyarakat. Pemberitaan tentang sosok tentara, dari mulai karier hingga sepak terjang di medan operasi, sering mendapat atensi pembaca atau pemirsa yang ditunjukkan dengan jumlah kunjungan pada artikel tersebut. Bahkan media massa menjadikan artikel cerita militer sebagai salah satu strategi untuk menarik pembaca di tengah persaingan di era digital. Berikut ini disajikan 10 judul artikel cerita militer di portal berita *Sindonews.com* dan 10 tayangan video *Kartika Podcast* yang diunggah kanal *YouTube TNI AD*. Judul artikel dan video yang disajikan adalah yang mendapatkan kunjungan pembaca atau pemirsa terbanyak pada periode Januari 2023 hingga Oktober 2024.

Tabel 1. Artikel Berita Cerita Militer di *Sindonews.com*

No	Judul Artikel	Tanggal Terbit	Isi Artikel	Jumlah Kunjungan (Views)
1	Karier Militer Richard Tampubolon, Jenderal Kopassus yang Perintahkan Tembak Anggota TNI Pembelat Jadi OPM	20 Juni 2024	Artikel mengulas tentang karier militer Letjen TNI Richard Tampubolon sejak lulus Akmil 1992 hingga menjadi Pangkopalwilhan III. Richard secara tegas memerintahkan pasukan TNI untuk bertindak tegas terhadap Anggota TNI yang membelot ke OPM	293.417
2	Mengharukan, Jenderal Kopassus Ini Bertemu Bekas Musuh Paling Ditakuti di Medan Operasi Kalimantan	5 Oktober 2023	Artikel mengisahkan perjuangan Jenderal TNI AM Hendropriyono menumpas pemberontak PGRS/Paraku di belantara Kalimantan. Pemimpin pemberontak, Boong Kee Chok berhasil menyelamatkan diri. Hendropriyono untuk pertama kalinya bertemu dengan Boong Kee Chok di Singapura setelah masa damai.	180.266
3	Profil Mayjen TNI Djon Afriandi, Danjen Kopassus yang Menjadi Komandan Upacara HUT ke-79 TNI	5 Oktober 2024	Artikel membahas profil Danjen Kopassus Mayjen TNI Djon Afriandi yang menjadi Komandan Upacara HUT ke-79 RI. Profil yang diangkat dari sisi karier militer Djon Afriandi sejak lulus Akmil 1995 hingga menjabat Danjen Kopassus	179.433
4	62 Kolonel Naik Pangkat Jadi Jenderal Bintang Satu TNI, Ini Daftar Namanya	17 Mei 2024	Artikel memberitakan tentang upacara kenaikan pangkat perwira TNI pada 15 Mei 2024. Sebanyak 62 perwira AD, AL, dan AU pecah bintang karena naik pangkat bintang 1. Di dalamnya dirinci nama-nama penerimanya dan jabatan yang diemban	173.686
5	30 Kolonel TNI AD Pecah Bintang Jadi Brigjen, Ini Daftar Namanya	3 Agustus 2024	Artikel merinci 30 kolonel TNI AD yang pecah Bintang atau meraih pangkat Brigadir Jenderal (Brigjen) setelah mutasi TNI pada 24 Juli 2024. Tidak hanya memuat nama perwira yang pecah bintang, artikel melengkapinya dengan jabatan sebelum dan sesudah mutasi	134.936
6	Jenderal Kopassus Ini Perintahkan Anak Buah Habisi Nyawanya saat Bertemu Musuh di Timor Timur	11 September 2023	Artikel mengisahkan Letjen TNI Soegito saat bertugas dalam Operasi Seroja di Timor Timur. Kelompok bersenjata yang berafiliasi dengan Fretilin, pimpinan Mauk Muruk, memutuskan berdamai dengan pasukan TNI. Soegito berpesan kepada pasukannya untuk	119.085

			menghamburkan tembakan ke arah tempat duduknya jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan saat serah terima senjata. Soegito memerintahkan anggotanya menghabiskan semua musuh meski risikonya, ia ikut tertembak. Beruntung serah terima senjata berjalan mulus.	
7	Kisah Hidup Jenderal Dudung, Mantan KSAD yang Pernah Ditempeleng Mayor Gegara Koran Jatuh	16 September 2024	Artikel menceritakan masa kecil Jenderal TNI Dudung Abdurachman yang bekerja untuk membantu ekonomi keluarga. Saat menjadi loper koran, Dudung pernah ditempeleng anggota TNI berpangkat Mayor karena menjatuhkan koran. Artikel juga mengulas perjuangan Dudung hingga akhirnya sukses menjadi KSAD	106.785
8	Jenderal TNI Pecah Bintang 3 Belum Genap Setahun, Nomor 4 Peraih Adhi Makayasa Akmil 1991	9 Agustus 2023	Artikel mengulas tentang Perwira Tinggi TNI AD meraih pangkat jenderal bintang 3 dalam setahun terakhir. Artikel juga melengkapinya dengan karier militer masing-masing Pati TNI AD tersebut	105.431
9	Kisah Jenderal Kopassus Soegito Perintahkan Luhut Pandjaitan Cari Makanan saat Peristiwa Malari	22 Agustus 2024	Artikel mengisahkan Letjen TNI Soegito dalam peristiwa Malari pada 15 Januari 1974. Soegito yang menjabat Wadan Grup 1 RPKAD memerintahkan anak buahnya, Luhut Binsar Pandjaitan mencari makanan untuk anggota TNI yang bertugas karena tidak dibekali logistik saat mengamankan kekacauan di Jakarta.	76.093
10	Sempat Jadi Berandalan, Surat Yasin Ubah Kehidupan Kelam Panglima TNI Jenderal Agus Subiyanto	28 Juni 2024	Artikel menceritakan kehidupan masa kecil hingga dewasa Panglima TNI Jenderal Agus Subiyanto. Agus pernah kehilangan arah karena ditinggal ibunya. Buku Surat Yasin lusuh pemberian teman membuat kehidupan Agus kembali ke jalan yang baik, hingga akhirnya masuk tentara dan berkarier cemerlang hingga menjadi Panglima TNI.	59.057

Sumber: Sindonews.com, Diolah Sendiri oleh Peneliti (2024)

Tabel 2. Tayangan Kartika Podcast di YouTube TNI AD

No	Judul Podcast	Tanggal Tayang	Isi Podcast	Jumlah Kunjungan (Viewer)
1	Cerita Jenderal Ahmad Yani Ditembak PKI	25 Maret 2023	Podcast menghadirkan Untung Mufreni Ahmad Yani, putra Jenderal TNI Ahmad Yani. Untung menceritakan ayahnya diseret dan ditembak pada 30 September 1965 (Peristiwa G30S/PKI). Untung secara rinci menceritakan detik-detik pembunuhan ayahnya.	1.132.229
2	Letda Inf Enzo Allie Siap Ikut Pendidikan Komando	29 Juli 2023	Podcast menghadirkan Letda Inf Enzo Allie yang waktu itu baru dilantik menjadi Perwira Remaja TNI AD. Enzo merupakan WNI keturunan Prancis yang pernah dituduh terpapar radikalisme. Dalam podcast itu, Enzo menceritakan latar belakang keluarganya hingga perjuangannya selama menjalani pendidikan di Akmil	780.263
3	Babinsa Sumpiuh Kaget, Ada Apa Dipanggil Kasad	22 Februari 2023	Podcast menghadirkan Serda Gunawan, Babinsa Kelurahan Sumpiuh, Banyumas, Jawa Tengah yang berhasil meringkus buronan curanmor Polda Jateng. Dengan menggunakan bahasa Ngapak Banyumasan, Gunawan menceritakan detik-detik meringkus buronan karena membantu warga yang resah karena maraknya aksi curanmor. Gunawan kaget karena dipanggil KSAD Jenderal TNI Dudung Abdurachman ke Mabesad untuk diberikan apresiasi	424.984
4	Kopka Azmiadi, Babinsa Viral Dapat Penghargaan dari Kasad	1 Februari 2023	Podcast menghadirkan Kopka Azmiadi, Babinsa Kelurahan Sungai Dama, Koramil 02/Sungai Pinang, Kodim 0901/Samarinda, Kalimantan Timur (Kaltim). Azmiadi viral karena rela menggadaikan sepeda motor	393.557

			untuk menyewa ekskavator demi mengevakuasi truk yang tidak kuat menanjak. Truk itu membuat kemacetan di Jalan Otto Iskandardinata, Samarinda hingga 16 jam. Azmiadi menceritakan alasannya rela melakukan hal itu hingga akhirnya mendapat Kenaikan Pangkat Luar Biasa dari KSAD Jenderal TNI Dudung Abdurachman	
5	Praka Jingko, Belajar Otodidak dan Ambil Kesempatan Jadi Siswa Terbaik Latihan Militer Lintas Negara	17 Juli 2024	Podcast menghadirkan Praka Jingko Lewi Kase, prajurit TNI yang bertugas di Satuan 181 Kopassus Batalyon 811. Jingko merupakan siswa internasional terbaik lulusan kursus militer lintas negara di Australia. Tentara asal Desa Naop, Kecamatan Noemuti Timur, Kabupaten Timur Tengah Utara (TTU), NTT itu menceritakan persiapan dirinya mengikuti seleksi kursus militer lintas negara hingga menjadi yang siswa terbaik.	204.012
6	Letjen TNI Purn Sjafrie Sjamsoeddin, Sishankamrata Masih Relevan Apa	11 Maret 2023	Podcast menghadirkan Letjen TNI (Purn) Sjafrie Sjamsoeddin, yang waktu menjadi Asisten Khusus 1 Kementerian Pertahanan. Sjafrie berbagi pengalaman dan prinsip-prinsip yang harus dimiliki oleh Perwira TNI. Sjafrie juga menjelaskan mengapa Sishankamrata yang dianut Indonesia masih relevan hingga saat ini hingga perlu dikembangkan	137.086
7	Letda Inf Sawung Setyawan, Peraih Adhi Makayasa 2023 "Jatuh 1000 Kali, Bangkit 1001 Kali"	31 Juli 2023	Podcast menghadirkan Letda Inf Sawung Setyawan, lulusan terbaik peraih peraih Adhi Makayasa Akmil 2023. Sawung Setyawan yang pernah gagal menjadi taruna pada 2018, menceritakan perjuangannya selama belajar di Akmil hingga menjadi lulusan terbaik	128.902
8	TNI AD Juara Umum AARM-31 di Thailand, "Dari Angin 10 Knot, Pistol Rusak Sampai Jadi Juara"	4 Desember 2023	Podcast menghadirkan Mayor Inf Nurwahid dan Serka Sugeng Widodo. Keduanya menceritakan persiapan Kontingen TNI AD mengikuti Kompetisi Menembak AARM-31 tahun 2023 di Thailand. Nurwahid dan Sugeng bercerita tantangan yang dihadapi selama kompetisi hingga menjadi juara umum dengan meraih 4 trofi dan 27 medali, yang terdiri dari emas, perak dan perunggu.	121.572
9	Perjuangan Anak Petani Lulusan S2, 3 Kali Gagal... Coba Lagi...	23 Agustus 2023	Podcast menghadirkan Letnan Caj Hiras Valentinus Manurung, lulusan terbaik Pa PK TNI AD tahun 2023. Anak petani itu pantang menyerah meski tiga kali gagal mengikuti pendidikan Perwira Prajurit Karier TNI AD. Usaha kerasnya membawanya menjadi lulusan terbaik dan membuat bangga orang tuanya	101.769
10	Cerita Jenderal Kelahiran Timor-Timur Tentang Cegah Konflik Sosial dan Bantuan Tali Asih Kasad	8 Oktober 2023	Podcast menghadirkan Brigjen TNI Antoninho Rangel da Silva, yang waktu itu menjabat sebagai Waasintel Kasad Bidang Jemen Intel. Antoninho menjelaskan mengenai Program Pembinaan Komunikasi (Binkom) untuk mencegah konflik di seluruh wilayah Indonesia.	91.355

Sumber: YouTube TNI AD, Diolah Sendiri oleh Peneliti (2024)

Data yang disajikan pada Tabel-1 dan Tabel-2 menunjukkan bahwa artikel berita dan podcast tentang cerita militer mendapat antusiasme tinggi masyarakat. Misalnya artikel di Sindonews.com berjudul *Karier Militer Richard Tampubolon, Jenderal Kopassus yang Perintahkan Tembak Anggota TNI Pembelot Jadi OPM* mendapatkan 293.417 views, sementara Kartika Podcast di YouTube TNI AD berjudul *Cerita Jenderal Ahmad Yani Ditembak PKI* meraih 1.132.229 viewer. Meskipun berbeda jenis, sindonews.com merupakan portal berita umum berbasis teks, sedangkan Podcast Kartika di YouTube TNI AD berbasis audio visual, tapi konten cerita militer di kedua media massa tersebut sama-sama mendapat views yang tinggi. Hal itu menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat terhadap cerita-cerita militer tidak dipengaruhi oleh jenis media massa tapi karena konten militer menawarkan berbagai aspek yang menarik perhatian publik.

Artikel berita dan podcast tentang cerita militer yang disajikan pada Tabel-1 dan Tabel-2 mengandung nilai-nilai bela negara. Misalnya, kisah ketegasan Letjen TNI Richard Tampubolon terhadap Anggota TNI yang membelot ke OPM mencerminkan kecintaan pada tanah air. Lalu penjelasan Letjen TNI Purn Sjafrie

Sjamsoeddin mengenai Sishankamrata mengandung nilai kesadaran berbangsa dan bernegara. Cerita Letda Inf Enzo Allie yang sempat dituduh terpapar paham radikal menunjukkan keyakinannya pada ideologi Pancasila. Kisah Kopka Azmiadi yang menggadaikan motor untuk membantu evakuasi truk demi kelancaran transportasi masyarakat memperlihatkan kerelaannya berkorban bagi bangsa. Sementara, cerita Letda Inf Sawung Setyawan yang gagal menjadi taruna pada 2018 namun berhasil bangkit dan meraih Adhi Makayasa pada 2023 menunjukkan semangat pantang menyerah sebagai bagian dari kemampuan awal bela negara.

Banyaknya *views* artikel atau konten cerita militer di media massa seperti ditunjukkan data pada Tabel-1 dan Tabel-2, membuka peluang penyebaran nilai-nilai bela negara kepada masyarakat luas. Cerita militer di media massa merupakan bagian dari komunikasi massa yang oleh John R. Bittner (1980) didefinisikan sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Hadi et al., 2021). *Sindonews.com* dan *YouTube TNI AD* sebagai bentuk dari new media (media baru) mampu menjangkau audiens tanpa terbatas wilayah dan dalam waktu singkat. Selama terdapat alat dan terkoneksi internet, maka siapa pun dan di manapun dapat mengakses konten-konten yang disajikan media massa tersebut. Denis Mc Quail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) menjelaskan ciri utama dari new media adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana (Muchlis & Fakhurrazi, 2022). Menurut Alexis S. Tan (1981), komunikasi massa memiliki empat fungsi, yakni memberi informasi, mendidik, mempersuasi, dan menyenangkan atau memuaskan kebutuhan komunikasi (Hadi et al., 2021). Sementara M Chaffe mengidentifikasi adanya tiga efek yang bisa dihasilkan oleh media massa, yakni efek kognitif, afektif, dan perilaku. Efek media massa tidak hanya memberikan pemahaman terhadap sesuatu, tapi juga mempengaruhi emosi serta perilaku *audiens* (Ardiano & Edinaya, 2007).

Berdasarkan teori komunikasi massa, maka ada beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran bela negara melalui cerita militer di media massa. Pertama, melakukan pembingkai (*framing*). Konten menampilkan cerita militer dari sudut pandang yang mendukung pesan patriotism dan pengorbanan. Pembingkai ini akan membantu audiens melihat peristiwa dan cerita melalui lensa tertentu yang mendorong kesadaran bela negara. Kedua, penokohan (*character development*). Konten memperkenalkan tokoh-tokoh militer yang inspiratif. Penggambaran tokoh yang relatable dan memiliki nilai-nilai yang kuat dapat membangun empati dan koneksi emosional dengan audiens. Ketiga, menggunakan narasi emosional (*emotional storytelling*). Konten menceritakan kisah-kisah yang mengunggah emosi, seperti kisah pengorbanan, keberanian, dan persatuan. Narasi emosional dapat memengaruhi persepsi dan sikap audiens, membuat mereka lebih menghargai dan memahami pentingnya bela negara. Keempat, penyebaran melalui berbagai saluran (*multiplatform distribution*). Konten yang dibuatkan disebarluaskan melalui berbagai platform, sehingga pesan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Masing-masing platform memiliki audiens spesifik yang dapat disentuh dengan cara yang sesuai.

Peningkatan kesadaran bela negara melalui cerita militer juga dapat dilakukan dengan teori agenda setting. Morissan (2015) menjelaskan, teori agenda setting menyatakan bahwa aktor-aktor media massa, seperti editor dan pengelola media penyiaran, memiliki peran krusial dalam membentuk realitas sosial di tengah masyarakat melalui proses seleksi dan produksi berita. Pengaruh media massa ini dapat memicu perubahan kognitif pada individu serta membentuk pola pikir mereka. Inilah esensi utama dari komunikasi massa: kemampuannya untuk secara mental mengatur dan menyusun pemahaman kita tentang dunia di sekitar kita (Laksono, 2023). Teori ini menjelaskan bagaimana media massa memiliki kekuatan untuk menentukan isu-isu apa yang dianggap penting oleh publik. Melalui pemilihan berita, penempatan, dan frekuensi pemberitaan, media massa dapat membentuk persepsi publik dan mengarahkan perhatian pada isu-isu tertentu. Dalam konteks ini, media massa dapat memilih untuk sering menampilkan cerita militer dan isu-isu bela negara sebagai berita utama. Dengan memberikan penekanan yang konsisten pada cerita-cerita militer, media massa dapat membentuk persepsi publik bahwa bela negara adalah isu penting yang perlu diperhatikan. Media massa juga dapat memilih aspek-aspek tertentu dari kehidupan militer, seperti pengorbanan, keberanian, atau inovasi teknologi militer, untuk membangun narasi yang lebih jelas dan menarik bagi audiens. Fokus ini membantu audiens memahami aspek-aspek penting dari pertahanan nasional. Media massa juga dapat menerbitkan cerita-cerita militer berulang-ulang dalam berbagai format dan platform, seperti berita harian, program dokumenter, dan liputan khusus. Pengulangan ini memperkuat pesan dan memastikan bahwa topik bela negara tetap dalam kesadaran publik.

Kesadaran dan kebanggaan bernegara yang menimbulkan sikap dan perasaan yang lebih mementingkan kehidupan nasional di atas kepentingan pribadi, golongan, daerah ataupun partai yang diwakili, diartikan sebagai nasionalisme. Sebagaimana dijelaskan oleh Martaniah (1990) bahwa nasionalisme adalah usaha *nation*

building yang berarti mengubah loyalitas masyarakat dari loyalitas yang sempit, yaitu loyalitas terhadap suku, agama, ras dan sebagainya, menjadi loyalitas yang lebih luas, yaitu bangsa (Kusumawardani & Faturachman, 2004). Ilmuwan politik Irlandia yang juga seorang Indonesianis, Benedict Anderson menyatakan bahwa media cetak berperan penting dalam menyatukan bangsa. Melalui distribusi informasi secara luas, orang-orang yang terpisah secara geografis dapat berbagi berita dan cerita yang sama, yang pada gilirannya menciptakan rasa solidaritas nasional (Kusumawardani & Faturachman, 2004). Didasarkan penjelasan tersebut, maka cerita militer dapat digunakan untuk memperkuat identitas nasional dengan menonjolkan nilai-nilai kebangsaan, sejarah perjuangan, dan simbol-simbol negara. Dengan menekankan elemen-elemen ini, audiens dapat merasa lebih terhubung dan bangga terhadap identitas mereka sebagai bagian dari bangsa. Narasi yang digunakan cerita militer ditekankan pada persatuan dan solidaritas di antara anggota masyarakat. Penggambaran kerja sama antara berbagai kelompok etnis, agama, dan sosial dapat meningkatkan rasa persatuan dan komitmen bersama untuk mempertahankan negara. Penggunaan simbol-simbol nasional, seperti bendera, lagu kebangsaan, dan upacara kenegaraan dalam cerita militer dapat menegaskan rasa kebanggaan dan loyalitas terhadap negara. Ritual dan simbol ini memiliki kekuatan emosional yang dapat memperdalam rasa cinta tanah air.

Bela negara juga merupakan wujud nyata dari nasionalisme. Nasionalisme menjadi motivasi bagi warga negara untuk melakukan bela negara yang didasarkan pada rasa cinta terhadap bangsa dan negara serta kesadaran menjaga keutuhan wilayah Republik Indonesia dari segala macam ancaman, baik militer maupun nonmiliter. Purnomo Yusgiantoro mendefinisikan bela negara sebagai suatu perilaku atau sikap yang dilakukan oleh warga negara yang mana berhubungan dengan kecintaan terhadap negara tersebut, dalam wujud melakukan segala hal yang dapat menjaga kelangsungan hidup bangsa (Yusgiantoro, 2014). Ada lima nilai dasar bela negara, yaitu cinta tanah air, sadar berbangsa dan bernegara, setia pada Pancasila sebagai ideologi negara, rela berkorban untuk bangsa dan negara, dan kemampuan awal bela negara (RI, 2022). Karena itu untuk menumbuhkan kesadaran bela negara, maka cerita militer harus mengandung nilai-nilai bela negara. Dengan mengenalkan nilai-nilai ini, audiens dapat memahami pentingnya bela negara dalam konteks menjaga kedaulatan dan keselamatan bangsa. Media massa dapat menyajikan kisah-kisah anggota militer yang melakukan pengorbanan besar demi negara, serta kisah inspiratif dari anggota militer yang menunjukkan keberanian, ketangguhan, dan dedikasi. Penggambaran pengorbanan, keberanian, ketangguhan, dan dedikasi dapat membangkitkan rasa hormat dan penghargaan terhadap upaya-upaya bela negara, serta menjadi teladan bagi audiens dan mendorong mereka untuk mengambil peran aktif dalam menjaga keamanan dan stabilitas negara.

3.2 Strategi Tumbuhkan Jiwa Bela Negara

Tingginya *views* konten cerita militer di media massa seperti ditunjukkan pada Tabel-1 dan Tabel-2 menjadi modal dasar untuk menumbuhkan jiwa bela negara di kalangan masyarakat. Konten-konten militer dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai bela negara dengan menyisipkan pesan-pesan cinta tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara, setia pada ideologi Pancasila, rela berkorban untuk bangsa dan negara, dan kemampuan awal bela negara. Pesan-pesan tersebut dapat dikemas dalam bentuk narasi yang menginspirasi, video dokumenter, atau wawancara dengan anggota militer yang telah menunjukkan dedikasi dan keberanian mereka. Selain itu, penggunaan elemen-elemen visual yang kuat, seperti cuplikan aksi nyata dan simbol-simbol nasional, dapat memperkuat pesan yang disampaikan.

Dalam buku *Techniques for Effective Communication*, R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M Dallas Burnett menyatakan bahwa tujuan utama dari komunikasi adalah untuk memberikan pemahaman, untuk membangun penerimaan, dan untuk memotivasi tindakan (Effendy, 2009). Karena itu diperlukan strategi komunikasi agar pesan yang ingin disampaikan efektif dapat diterima dengan baik dan mampu memengaruhi *audiens*. Onong (2009) menjelaskan, strategi pada dasarnya merupakan proses perencanaan dan pengelolaan yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta yang menunjukkan arah, tetapi juga harus bisa menjelaskan taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan kombinasi dari perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menjelaskan cara pelaksanaannya secara praktis, dengan mempertimbangkan bahwa pendekatan bisa berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada (Effendy, 2009).

Teori strategi komunikasi memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kampanye komunikasi yang efektif. Dalam konteks ini, bagaimana menggunakan cerita militer sebagai alat untuk mencapai tujuan komunikasi yaitu meningkatkan kesadaran bela negara. Harold Lasswell mengajukan rumusan untuk pengembangan strategi komunikasi *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Effendy, 2000). Rumusan itu berarti siapa mengatakan apa,

melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan dampak apa. Berikut ini tahap-tahap yang dapat dilakukan untuk mencapai keberhasilan strategi komunikasi (Effendy, 2009):

1) Pemilihan Sumber (Komunikator)

Sumber atau komunikator adalah individu, kelompok, atau organisasi yang berperan sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi. Komunikator yang menyampaikan pesan tidak boleh asal-asalan tapi harus memiliki kredibilitas dan daya tarik. Kredibilitas yang dimaksud adalah komunikator memiliki pengetahuan atau kompetensi, otoritas, dan kepercayaan di mata audiens. Sementara daya tarik adalah komunikator mampu mengkomunikasi pesan secara jelas, menarik, dan relevan, sehingga pesan yang dikomunikasikan dapat dengan mudah sampai kepada publik.

Dalam konteks cerita militer di media massa, maka sumber atau komunikator yang dipilih adalah individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kompetensi di bidang militer. Misalnya, tokoh-tokoh militer yang memiliki kapasitas menyampaikan pesan-pesan bela negara, seperti Panglima TNI, Menteri Pertahanan, dan para tokoh militer lain, baik yang masih aktif maupun telah purnawirawan. Pemerintah melalui Kementerian Pertahanan (KEMHAN) juga dapat menjadi komunikator yang menyampaikan pesan-pesan pentingnya bela negara kepada khalayak umum. Media massa dapat bekerja sama dengan pemerintah atau pemangku kebijakan dalam penyediaan sumber yang kredibel, baik tokoh maupun buku atau literatur resmi yang dapat dipercaya.

2) Analisis Audiens

Dalam strategi ini, perlu dilakukan pembagian kelompok-kelompok yang lebih spesifik berdasarkan demografi, minat, dan nilai-nilai. Setelah itu, membuat profil yang detail mengenai segmen audiens untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan menentukan bahasa yang efektif untuk menjangkau mereka. Dengan melakukan analisis audiens, kita dapat menyesuaikan pesan cerita militer agar lebih relevan dan menarik bagi target audiens.

Dalam konteks bela negara, target audiens dapat mencakup generasi muda (pelajar, mahasiswa, dan profesional muda yang cenderung aktif di media sosial), masyarakat umum (warga negara dari berbagai usia yang memerlukan pemahaman dasar tentang pentingnya bela negara), dan pemangku kepentingan (organisasi kemasyarakatan, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal). Perhatikan preferensi, kebutuhan, dan perilaku audiens, seperti platform yang sering digunakan, misalnya Instagram untuk generasi muda atau televisi untuk masyarakat umum.

3) Pemilihan Media

Pemilihan media dilakukan dengan memilih satu media atau gabungan beberapa media sebagai medium penyampaian pesan. Pemilihan media yang tepat sangat penting untuk memastikan pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Pendekatan multi-platform dilakukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dengan menyesuaikan jenis konten pada masing-masing media.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, X cocok untuk menyampaikan cerita militer melalui video pendek, infografis, atau dokumentasi. Media tradisional seperti televisi dan radio dapat menjangkau masyarakat yang tidak aktif di dunia digital, sementara surat kabar dan majalah tepat bagi audiens yang mencari konten mendalam. Adapun media digital, seperti portal berita online dan YouTube dapat digunakan untuk menyebarkan cerita militer berbasis fakta maupun kisah inspiratif dari veteran atau anggota militer.

4) Mengetahui Tujuan Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan kepada khalayak dengan berbagai macam makna. Pesan ini dapat berupa simbol atau lambang dan isi pesan atau informasi. Tujuan pesan harus dirumuskan dengan jelas agar komunikasi memiliki arah yang efektif. Dalam konteks ini tujuan pesan adalah membangkitkan kesadaran bela negara, meningkatkan pengetahuan bela negara, membangun kebanggaan nasional, dan mendorong partisipasi publik dalam bela negara.

Cerita militer di media massa dapat mengangkat kisah inspiratif seperti keberanian prajurit dalam menjaga perbatasan, peran militer dalam melindungi kedaulatan negara, baik dalam operasi militer maupun kontribusi kemanusiaan, cerita heroik militer, dan informasi mengenai program bela negara yang diselenggarakan oleh pemerintah. Dengan pesan yang jelas di dalam konten cerita militer, maka audiens akan mudah menerima pesan yang diinginkan.

5) Menetapkan Metode

Metode komunikasi yang digunakan harus disesuaikan dengan tujuan dan media yang dipilih. Menurut Onong, ada empat metode yang dapat diterapkan. Pertama, Metode Informatif, yaitu metode yang menyampaikan informasi dengan memberikan penjelasan sesuai dengan fakta di lapangan untuk mempengaruhi audiens. Kedua, Metode Edukatif, yang mendidik dan menyampaikan pesan melalui pengalaman, pendapat, dan fakta yang dapat dipercaya untuk mengubah sikap audiens. Ketiga, Metode Koersif, yang menggunakan paksaan sehingga audiens merasa harus menerima ide atau gagasan tertentu, baik dalam bentuk pendapat maupun ancaman. Keempat, Metode Persuasif, yang mengajak atau membujuk audiens secara halus dengan mempengaruhi harapan dan kepercayaan mereka, sehingga mereka terpengaruh secara tidak sadar (Effendy, 2009).

Dari pembahasan di atas, cerita militer di media massa menjadi alat penting untuk menumbuhkan kesadaran bela negara karena daya tariknya yang tinggi di kalangan masyarakat. Beberapa upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan pembingkaihan atau *framing*, yakni menampilkan cerita militer dari perspektif yang mendukung nilai patriotisme dan pengorbanan. Kemudian melalui penokohan atau *character development*, yakni menghadirkan tokoh militer inspiratif untuk menciptakan koneksi emosional dengan audiens. Selanjutnya menggunakan narasi emosional atau *emotional storytelling*, yakni mengangkat kisah-kisah yang menggugah emosi untuk memengaruhi persepsi dan sikap audiens. Dan menyebarkan konten melalui berbagai platform media untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Sementara strategi untuk menumbuhkan kesadaran bela negara melalui cerita militer di media massa adalah dengan memilih sumber atau komunikator yang kredibel, menganalisis audiens, memilih media yang tepat, mengetahui tujuan pesan yang disampaikan, dan menentukan metode yang sesuai.

IV. KESIMPULAN

Cerita militer tidak hanya menjadi alat komunikasi massa yang informatif, tetapi juga memiliki fungsi edukatif, persuasif, dan emosional, sesuai teori komunikasi massa. Melalui pembingkaihan (*framing*), penokohan, narasi emosional, dan penyebaran multiplatform, konten-konten militer dapat membangun kesadaran dan kebanggaan bernegara. Media massa juga memiliki kekuatan untuk mengarahkan perhatian publik terhadap isu bela negara melalui teori agenda setting, memastikan bahwa topik ini menjadi bagian penting dari wacana masyarakat. Lebih dari itu, cerita militer dapat memperkuat identitas nasional dengan menonjolkan sejarah perjuangan, simbol-simbol negara, dan nilai-nilai kebangsaan. Dengan menanamkan nilai-nilai bela negara melalui cerita-cerita inspiratif, media massa dapat berkontribusi pada pembentukan sikap cinta tanah air dan kesiapan masyarakat dalam mendukung kedaulatan dan keselamatan bangsa. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengukur secara lebih mendalam dampak dari cerita militer terhadap perubahan sikap dan perilaku individu dalam konteks bela negara. Selain itu, penelitian juga dapat fokus pada efektivitas berbagai strategi yang telah disebutkan di atas dalam mencapai tujuan tersebut.

REFERENSI

Book

- Ardiano, E., & Edinaya, L. K. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, O. U. (2000). *Dinamika Komunikasi* (T. Surjama (ed.)). Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2009). *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktik*. PTREMAJA PTREMAJA ROSDAKAR ROSDAKARYA. 979-514-030-2
- Yusgiantoro, P. (2014). *Ekonomi Pertahanan*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singer, P. W. (2009). *The Robotics Revolution and conflict in the 21st Century*. Penguin.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

e-book

- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Inri Indrayani, I. (2021). *Buku Ajar Komunikasi Massa* (T. Q. Media (ed.); Cetakan Pe). CV. PENERBIT QIARA MEDIA. https://repository.petra.ac.id/19098/2/Publikasi4_96022_7071.pdf
- McQuail, D. (1996). *Teori komunikasi massa: suatu pengantar*. Erlangga. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20128929>

e-Journal

- COX, R. W. (1981). Social forces, states and world orders: beyond international relations theory. *Millenium*, 10(2), 126–155.
- Indainanto, Y. I. (2021). Masa Depan Media Massa di Era Digital. *JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH*, 5(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31604/jim.v5i1.2021.24-37>
- Kusumawardani, A., & Faturachman. (2004). NASIONALISME. *Buletin Psikologi*, XII(2), 61–72. <https://doi.org/10.22146/bpsi.7469>
- Laksono, P. (2023). RISALAH TEORI-TEORI KOMUNIKASI MASSA. *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/altsiq.v8i1.3634>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory (Vol 1)*. Sage.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43(2), 58–67. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5524492/mod_resource/content/3/Aula_9a_McCombs_Shaw_The Evolution of Agenda-Setting Research.pdf
- Muchlis, & Fakhruurazi. (2022). KETERGANTUNGAN NEW MEDIA PADA MASYARAKAT ACEH (DEPEDENCY THEORY). *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 8(2), 181–188. <https://doi.org/10.29103/jsds.v8i2.9248>
- Yusgiantoro, P. (2010). Pencapaian Pembangunan Pertahanan Keamanan Setelah 65 Tahun Indonesia Merdeka. *Jurnal Negarawan Kementerian Sekretariat Negara*.

Magazine

- Tedjo, P. (2018). NASIONALISME DAN JIWA KEBANGSAAN BANGSA DAN NEGARA INDONESIA DI JAMAN GLOBALISASI MASA KINI. *Majalah Ilmiah FISIP UNTAG Semarang*, 13(18), 78–92. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/mia/article/viewFile/908/809>

Artikel dari Website

- Hastoro, S., & Sucipto. (2024). Kisah Jenderal Kopassus Letjen Sutiyoso Menyamar Jadi Sopir untuk Tangkap Pimpinan GAM di Pedalaman Aceh. *Sindonews.Com*. <https://daerah.sindonews.com/read/1469605/29/kisah-jenderal-kopassus-letjen-sutiyoso-menyamar-jadi-sopir-untuk-tangkap-pimpinan-gam-di-pedalaman-aceh-1728385851>
- RI, P. M. P. (2022). Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Tentang Pedoman Pembinaan Kesadaran Bela Negara (Permenhan Nomor 8 Pasal 5 Ayat 2 Tahun 2022) (p. 4). *Kemhan.go.id*.

YouTube

- NI, P. (2020). Kisah Heroik Pembebasan Sandera Pesawat DC – 9 Garuda Woyla. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=HbITQeAybqk>