

# Kampanye Anti Minyak Sawit Uni Eropa Dalam Perspektif Information Warfare dan Hybrid Warfare: Studi Politik Media = Anti-Palm Oil Campaign of European Union in Information Warfare and Hybrid Warfare Perspectives: Media Politica Study

Dewi Kartika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20512894&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini adalah analisis terhadap data audio video mengenai kampanye anti minyak sawit yang dilakukan oleh aktor-aktor tertentu yang memiliki hubungan dengan Uni Eropa secara langsung maupun tidak langsung. Media memainkan sebuah peran tertentu di tengah masyarakat modern kapitalis. Perkembangan teknologi media seperti internet dan media sosial yang semakin maju telah membuat ruang lingkup media semakin meluas dan fleksibilitas hubungan sosial meningkat. Hal ini yang dimanfaatkan oleh Uni Eropa dan Aliansi Baratnya dalam membangun sebuah ideologis dan persepsi masyarakat dunia terhadap industri minyak kelapa sawit. Kampanye anti minyak sawit ini telah berlangsung jauh sebelum RED II dan delegated regulation pada tanggal 18 Maret 2019. Analisis data audio visual ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif serta analisis konten Klaus Krippendorff dalam pengolahan datanya. Untuk melihat apakah adanya propaganda yang terjadi, penelitian ini menggunakan teori propaganda model Herman-Chomsky serta pendekatan information warfare dan hybrid warfare dan dampak ekonomi yang dihasilkan oleh kampanye anti-sawit ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya upaya propaganda dalam mengubah ideologi target audiens mengenai minyak kelapa sawit. Kampanye anti-minyak sawit yang berupa audio visual ini menunjukkan tidak berpengaruh kepada harga pasar minyak sawit di pasaran

<hr>

This study is an analysis of audio-visual data on anti-palm oil campaigns carried out by certain actors who have direct or indirect relations with European Union. Media plays a particular role in modern capitalism society. Development of media technology such as the internet and social media with amazing progress and innovation. These factors have made the scope of media more comprehensive and flexibility of social relation is increasing. This is utilized by the European Union and its Western Alliance in building an ideology and perception of the world community towards the palm oil industry. Anti-palm oil campaign has been started since before RED II and Delegated Regulation on March 18 2019. The audio-visual data analysis uses both qualitative and quantitative methods as well as content analysis by Klaus Krippendorff in processing data. Theory of propaganda today by Herman-Chomsky and perfective of information & hybrid warfare are used to see whether probability of any propaganda and the economic impact generated by this anti-palm oil campaigns. The results of this study indicate that there are propaganda efforts in changing the ideology of target audience regarding palm oil. The audio-visual anti palm oil campaign shows that there is no effect on the market price of palm oil