

Ilmu Komunikasi

Sekarang dan Tantangan
Masa Depan

Pengantar:

Prof. Deddy Mulyana, Ph.D., M.A.

Prof. Dr. Anwar Arifin

Prof. Dr. Hafied Cangara, M.Sc.



Editor:

Dr. Farid Hamid, M.Si. • Heri Budianto, S. Sos., M.Si.

B.3

ILMU KOMUNIKASI

Sekarang dan Tantangan Masa Depan

Turun mesy 10
05 2011

Pengantar:

Prof. Deddy Mulyana, Ph.D., M.A.

Prof. Dr. Anwar Arifin

Prof. Dr. Hafied Cangara, M.Sc.

ILMU KOMUNIKASI

Sekarang dan Tantangan Masa Depan

Editor:

Dr. Farid Hamid, M.Si.

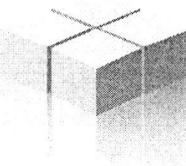
Heri Budianto, S.Sos. M.Si.

Sanksi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang HAK CIPTA, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1987 jo. Undang-Undang No. 12 Tahun 1997, bahwa:

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau menyebarkan suatu ciptaan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,- (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,- (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).



Pengantar Editor



Dr. Farid Hamid, M.Si., & Heri Budianto, S.Sos., M.Si.

ILMU KOMUNIKASI: SEKARANG DAN TANTANGAN MASA DEPAN

© 2011 Farid Hamid & Heri Budianto

Edisi Pertama, Cetakan ke-1

Kencana. 2011.0317

Hak Penerbitan pada Prenada Media Group

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit.

Desain Cover	Circlestuff Design
Percetakan	Kharisma Putra Utama
Lay-out	Suwito

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

DR. FARID HAMID, M.SI., & HERI BUDIANTO, S.SOS., M.SI.

Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan

Jakarta: Kencana, 2011

Ed. 1. Cet. 1; xviii, 570 hlm; 23 cm

ISBN 978-602-8730-67-9 302. 201

Cetakan ke-1, Mei 2011

K E N C A N A
PRENADA MEDIA GROUP
Jl. Tamra Raya No. 23
Rawamangun - Jakarta 13220
Telp: (021) 478-64657, 475-4134
Faks: (021) 475-4134
Email: ping@prenadamedia.com
Http: www.prenadamedia.com
INDONESIA

Pertama-tama kami panjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-NYA, sehingga buku dengan judul *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan* dapat diterbitkan.

Buku ini merupakan kumpulan tulisan baik hasil penelitian maupun kajian literatur yang ditulis oleh akademisi dan praktisi di bidang komunikasi, yang telah berpartisipasi dalam Kegiatan Konferensi Nasional Komunikasi yang diselenggarakan dalam Rangka LUSTRUM ke-V (25 Tahun) Universitas Mercu Buana Jakarta.

Spirit untuk memublikasikan buku ini sangat tinggi mengingat kenyataan bahwa ilmu komunikasi telah mengalami perkembangan sangat pesat. Perkembangan ini juga sangat terasa di Indonesia dengan tumbuh suburnya perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi, dan tingginya minat masyarakat untuk menempuh pendidikan di bidang ini.

Tidak itu saja, perkembangan teknologi komunikasi/informasi, perkembangan demokratisasi, dan arus globalisasi mempunyai andil besar dalam perkembangan ilmu komunikasi secara teori dan praktis.

Kondisi inilah yang mendasari Program Studi Magister Ilmu Komunikasi (M.KOM) Universitas Mercu Buana Jakarta, merasa sangat perlu untuk membahas, mendiskusikan, dan memberikan kontribusi dengan menyelenggarakan Konferensi Nasional Komunikasi yang pertama, yang kemudian mengilhami terbitnya buku ini.

Kegiatan Konferensi Nasional Komunikasi diikuti oleh 27 pema-kalah dari 18 perguruan tinggi dan praktisi media seluruh Indonesia, yakni Universitas Lampung, Universitas Tirtayasa Banten, Universitas

Tarumanegara Jakarta, Universitas Persada YAI Jakarta, Universitas Sahid Jakarta, Universitas Prof. Dr. Moestopo Jakarta, Institut Pertanian Bogor, Universitas Islam Bandung, Institut Manajemen Telkom Bandung, AKINDO Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Negeri Sebelas Maret (UNS) Surakarta, Universitas Airlangga Surabaya, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Universitas Mercu Buana Jakarta selaku tuan rumah, serta praktisi media dari RCTI dan TVRI.

Kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tinggi kepada peserta pemakalah yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini. Semoga partisipasinya dalam kegiatan ini dapat memberikan kontribusi dan warna tersendiri bagi literatur ilmu komunikasi.

Dalam buku ini juga mengetengahkan tulisan dari Prof. Dr. Deddy Mulyana (Guru Besar Ilmu Komunikasi UNPAD Bandung), Prof. Dr. Anwar Arifin (Guru Besar Ilmu Komunikasi UNHAS Makassar) yang telah menjadi pembicara dalam sesi panel seminar dalam kegiatan tersebut. Serta menampilkan pemikiran dari Prof. Dr. Hafied Cangara (Guru Besar Ilmu Komunikasi UNHAS Makassar). Tentu ketiga guru besar ini sudah tidak diragukan lagi kepakarannya di bidang ilmu komunikasi.

Buku ini sangat bermanfaat bagi para dosen, mahasiswa pascasarjana dan mahasiswa sarjana Ilmu Komunikasi, praktisi media, pemerhati komunikasi, dan semua kalangan yang mempunyai kepentingan dan mempunyai minat dalam bidang komunikasi.

Pada kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada: Prof. Dr. Deddy Mulyana, Prof. Dr. Anwar Arifin, dan Prof. Dr. Hafied Cangara yang telah memberikan kontribusi yang besar dalam buku ini di tengah-tengah kesibukan masing-masing. Selanjutnya, para penulis tentunya, atas kontribusinya.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Rektor Universitas Mercu Buana, Prof. Dr. H. Suharyadi, M.S., Wakil Rektor Dr. Ir. Aris-setyanto Nugroho, M.M., Direktur Program Pascasarjana Ir. Dana Santoso, M.Eng., Sc., PhD., Wakil Direktur Pascasarjana Dr. Wiwik Utami, dan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Dra. Diah Wardhani, M.Si., yang telah membantu, memberikan dukungan dalam kegiatan Konferensi

Nasional Komunikasi dan penerbitan buku ini. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala dukungan dan bantuananya.

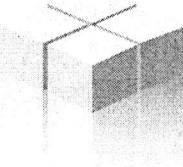
Semoga ilmu komunikasi terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman.

Jakarta, 29 September 2010

Editor

Dr. Farid Hamid, M.Si.
Heri Budianto, S.Sos. M.Si.





Daftar Isi

PENGANTAR EDITOR DAFTAR ISI

v

IX

1 PENGANTAR

1

Mau ke Mana Ilmu Komunikasi Kita?.....	2
<i>Oleh: Dddy Mulyana</i>	
Komunikasi sebagai Ilmu	4
Komunikasi sebagai Penelitian	6
Komunikasi sebagai Keterampilan	11
Penutup	14
Daftar Pustaka	15

Ilmu Komunikasi: Kini dan Tantangan Masa Depan (sebuah Pengantar Diskusi)	17
--	----

<i>Oleh: Anwar Arifin</i>	
Paradigma Modernisasi	17
Globalisasi dan Masyarakat Informasi.....	20
Masalah dan Tantangan Ilmu Komunikasi	23
Penutup	28

Pendidikan Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan	30
--	----

<i>Oleh: Hafied Cangara</i>	
Pendahuluan.....	30
Pendidikan Ilmu Komunikasi di Indonesia	31
Tantangan Pendidikan Ilmu Komunikasi di Indonesia	33
Akan ke Mana Pendidikan Ilmu Komunikasi di Indonesia.....	33
Daftar Pustaka	15

2 PROFESIONALISME MEDIA, REGULASI, DAN POLITIK	41
"Media-Scapes" Era Konglomerasi Media.....	42
Oleh: Atmadji Sumarkidjo	
Pendahuluan.....	42
Peta Besar Awal.....	43
Peta Media di Era Reformasi	48
Sejarah Media (Conglomerate or Concentration of Media Ownership) Konglomerasi Media di Indonesia	49
Konglomerasi Media.....	52
Peta Konglomerasi Media di Indonesia	58
Kesimpulan	60
Daftar Pustaka	63
Layanan Penyiaran Televisi Digital di Indonesia	
Possibilities dan Problem	65
Oleh: Andi Fachrudin	
Pendahuluan.....	65
Permaslahan	75
Kesimpulan	84
Daftar Pustaka	88
Dinamika Pers Politik di Indonesia.....	90
Oleh: Afdal Makkuraga Putra	
Era Orde Lama	91
Orde Baru	95
Era Reformasi	97
Daftar Pustaka	101
Profesionalisme Pers Islam dalam Menjalankan Jurnalisme Dakwah.....	103
oleh: Kiki Zakiah	
Pendahuluan.....	103
Profesionalisme Pers Islam dalam Menjalankan Jurnalisme Dakwah.....	106
Kesimpulan	116
Daftar Pustaka	107

Penerapan Komunikasi Multikultural dan Jurnalisme Damai dalam Media di Indonesia.....	119
oleh: Hadi Ismanto	
Pendahuluan.....	119
Bagaimana Mewujudkan Media Massa yang Multikultur?.....	120
Penutup	125
Daftar Pustaka	126
3 CORPORATE AND MARKETING COMUNICATIONS	127
Iklan Politik (Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Islam)	128
Oleh: Chairiawaty	
Latar Belakang.....	128
Pembahasan	130
Iklan Politik	135
Analisis Iklan Politik dalam Etika Islam	138
Kesimpulan	142
Daftar Pustaka	143
Urgensi Pengelolaan Reputasi bagi Lembaga Non Profit.....	145
oleh: Endri Listiani	
Pendahuluan.....	145
Daftar Pustaka	158
Perspektif Budaya pada Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	159
oleh: Leila Mona Ganiem	
Latar Belakang.....	159
Riview Teratur.....	162
Kesimpulan	172
Daftar Pustaka	173
Sebuah Feasibility Study: Pemanfaatan Mobile Marketing pada Layanan Jasa Kantin Utama (Mensa)	
Universitas Teknik Ilmenau-Jerman	175
oleh: Y. Bambang Wiratmodjo	
Marketing	175
Mobile Marketing	177



Jenis-jenis Mobile Marketing.....	179
Sales Promotion PEPSI Light Jerman	181
SMS Parking di Jerman	184
Feasibility Study Program Mobile Marketing MENSA, Universitas Teknik Ilmenau.....	185
Pelaksanaan Penelitian.....	189
Kesimpulan	190
Daftar Pustaka	190
 Iklan Media Luar Ruang di Kota: Antara Kekuatan Penyampaian Pesan dan Pertimbangan Konteks Lingkungan	193
oleh: Ike Junita Triwardhani	
Iklan dan Pemasaran Produk	193
Iklan MLR: Prinsip, Keunggulan, dan Kelebihannya	194
Masalah Iklan MLR di Indonesia:	
Kekuatan Komunikasi Versus Estetika Kota	196
Etika dan Kreativitas Komunikasi dalam Iklan MLR.....	199
Penutup	203
Daftar Pustaka	203
 Arti Penting Komunikasi bagi Organisasi dan Public Relations... 205	205
oleh: Muharto Toha	
Pendahuluan.....	205
Kajian Teoritik	206
Informasi.....	207
Persuasi	209
Dialog.....	210
Kajian Praktis	211
Kesimpulan	216
Daftar Pustaka	217
 4 KOMUNIKASI POLITIK	219
 Rasionalitas Manusia dan Media Massa, Analisis Manusia Komunikatif Jurgen Habermas Terhadap Proses Pilkada Pasca Reformasi 2010	220
Oleh: Umaimah Wahid	
Pendahuluan.....	220



Rasionalitas Manusia dan Otonomi Masyarakat.....	222
Tindakan Komunikatif.....	231
Diskursus, Media Massa, dan Public Sphere.....	237
Analisis Pilkada dan Masyarakat Komunikatif	244
Daftar Pustaka	256
 Dari Regulasi Sampai Dramatisasi: Tinjauan Komunikasi Politik Indonesia dalam Perspektif Strukturali	258
oleh: Wisnu Martha Adiputra	
Pengantar	258
Komunikasi Politik Indonesia Terkini	260
Strukturasi: Menjembatani, Epistemologi Memahami Ontologi	264
Strukturasi: Menghubungkan Aktor dan Struktur.....	267
Strukturasi: Kecakapan Bermedia, dan Mediografi.....	272
Penutup	275
Daftar Pustaka	276
 Elite In Contemporary Politic Communication In Indonesia..... 278	278
Oleh: Dr. Widodo Muktiyo	
Mekanik Elite Politik	279
Perjalanan Elite Politik dari Masa ke Masa	280
Peranan Elite Politik dalam Komunikasi Politik Kontemporer di Indonesia	289
Penutup	295
Daftar Pustaka	296
 Komunikator di Panggung Politik Indonesia	298
Oleh: Agustina Zubair, M.Si.	
Komunikator Politik	298
Tokoh Komunikator Politik di Panggung Politik di Indonesia.....	301
Daftar Pustaka	314
 Komunikasi Politik Kepala Daerah	315
Oleh: Andy Corry Wardhani	
Pengantar	315
Komunikasi Politik	319
Persoalan di Daerah.....	321
Dialog.....	323



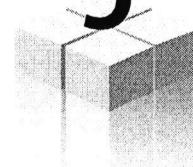
Kepedulian Kepala Daerah.....	324
Mendengarkan dan Groupthink	325
Penutup	326
Daftar Pustaka	327
5 KOMUNIKASI, INFORMASI PUBLIK, DAN PEMBANGUNAN	329
Media Relations dan Transparansi Informasi (Tinjauan Terhadap Kesiapan Badan Publik dalam Pemberlakuan UU Keterbukaan Informasi Publik).....	330
Oleh: Eko Harry Susanto	
Pendahuluan.....	220
Dinamika Pers Pasca-Reformasi.....	332
Eksistensi Informasi Publik	337
Media Relations Lembaga Pemerintah.....	341
Penutup	347
Daftar Pustaka	349
Pengembangan Pusat Informasi Pembangunan Pertanian Melalui Peningkatan Peran Radio Pertanian Ciawi dalam Komunikasi Inovasi Pertanian	352
Oleh: Amiruddin Saleh dan Retno Sri Hartati Mulyandari	
Pendahuluan.....	352
Perumusan Masalah.....	353
Konsep Komunikasi Inovasi Pertanian.....	354
Konsep Pusat Informasi Pembangunan Pertanian (PIPP).....	356
Peran RPC dalam Komunikasi Inovasi Pertanian	359
Peningkatan Peran RPC dalam Komunikasi Inovasi Pertanian untuk Pengembangan PIPP	368
Kesimpulan	372
Daftar Pustaka	373
Peran Komunikasi dalam Pengembangan Modal Sosial dan Kelembagaan	375
Oleh: Eni Kardi Wiyati	
Gambaran Masyarakat Miskin Pedesaan	375
Paradigma Pembangunan.....	376

Modal Sosial dalam Komunitas Masyarakat Indonesia	378
Kelembagaan dalam Perencanaan Program.....	380
Peran Komunikasi dalam Pengembangan Modal Sosial dan Kelembagaan	384
Kesimpulan	388
Daftar Pustaka	389
Akses Universal: Sebuah Pendekatan Teoretis	390
Oleh: Deviani Setyorini	
Pendahuluan.....	390
Definisi Akses Universal.....	392
Jenis-jenis Akses Universal dan Fungsinya dalam Masyarakat Informasi	395
Mekanisme dan Pendanaan Pelayanan Universal	397
Regulasi Pemerintah dan Masa Depan Akses Universal	399
Kesimpulan	401
Daftar Pustaka	402
Keterbukaan Informasi Publik: Menuju "Revolusi" Kultural	404
Oleh: O. Hasbiansyah	
Pendahuluan.....	404
Urgensi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik	406
Interaksi Pemerintah dan Masyarakat.....	410
Problematika Penerapan UU-KIP	413
Menuju Revolusi Kultural.....	417
Sekilas Isi UU-KIP: Ancaman dan Denda	419
Penutup	421
Daftar Pustaka	422
6 NEW MEDIA DAN CULTURAL STUDIES	425
Relasi Tanda dalam Aplikasi Permainan Pasif pada Jejaring Sosial Facebook	426
Oleh: Donny Trihanondo	
Latar Belakang.....	426
Landasan Teori.....	427
Tinjauan Ilmu Semiotika dari Saussure dan Pierce	428
Komunikasi Secara Simbolik dalam Permainan Pasif.....	444

Kesimpulan	446	Metodologi	523
Daftar Pustaka	446	Temuan dan Analisis Data	534
Kekerasan Perempuan dan Kuasa Patriarkis dalam Sinetron Religi di Indonesia	447	Daftar Pustaka	535
Oleh: Santi Indra Astuti		Budaya Media Anak di Indonesia Kajian Budaya Kritis Mengenai Idolising Children dalam Tayangan “Idola Cilik” dan Rubrik “Profil” Majalah Bobo	537
Perempuan Berkuasa, Perempuan Menderita.....	448	Oleh: Dede Lilis Ch., Subandy Chaerowati	
Rumah Tangga: A Site of Conflict	451	Pendahuluan.....	538
Kuasa, Negosiasi, dan Resistensi.....	452	Pembahasan	540
Kuasa Industri Patriarkis.....	457	Penutup	553
Daftar Pustaka	460	Daftar Pustaka	554
Komunikasi dan Konstruksi Masyarakat Konsumen (Suatu Perspektif Cultural Studies)	461	TENTANG PENULIS	557
Oleh: Yerry Panji Setianto, S.Sos., M.Si.		TENTANG EDITOR	570
Masyarakat Indonesia, Masyarakat Konsumen?	461		
Komunikasi dan Cultural Studies	462		
Budaya Konsumsi.....	465		
Media Massa, Iklan, dan Konstruksi Konsumsi.....	470		
Kesimpulan	476		
Daftar Pustaka	477		
Berpisah-Menyatu dan Berbagi Ruang Rindu di Media Baru: Pengalaman Komunikasi Online Tiga Nettie-Family Indonesia.....	479		
Oleh: Ahmad Muntaha			
Pendahuluan.....	479		
Kerangka Teori.....	481		
Metode Penelitian	487		
Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	489		
Diskusi.....	503		
Kesimpulan	504		
Daftar Pustaka	505		
Representasi Relasi Kekuasaan pada Tata Ruang Publik Kota Tua di Pulau Jawa (Studi Semiotik Sosial pada Alun-alun Kota Malang di Masa Kolonial)	507		
Oleh: Santi Isnaini, S.Sos., M.M., Dina Septiani, M.Comm., IGAK Satrya Wibawa, MCA.			
Kerangka Teori.....	514		



5



Komunikasi, Informasi Publik, dan Pembangunan

Media Relations dan Transparansi Informasi

(Tinjauan Terhadap Kesiapan Badan Publik
dalam Pemberlakuan UU Keterbukaan Informasi Publik)

Oleh:
Eko Harry Susanto

Pendahuluan

Dalam dinamika reformasi politik yang mengunggulkan demokratisasi kehidupan berbangsa dan bernegara, badan publik dalam konteks ini lembaga pemerintah diharapkan lebih adaptif terhadap tuntutan masyarakat yang menghendaki pelayanan publik lebih baik. Sebagai entitas yang bertanggung jawab terhadap kesejahteraan seluruh rakyat, setiap institusi pemerintah harus menjalankan tugas pokok dan fungsi yang telah ditetapkan berdasarkan peraturan yang berlaku.

Namun dalam bingkai kebebasan, tidak mudah menjalankan roda organisasi tanpa kritik dan pengawasan dari berbagai elemen yang terdapat di masyarakat. Terlebih lagi, organ-organ pemerintah, terbiasa menjadi sebuah institusi kekuasaan unggul yang memiliki pengaruh kuat di masyarakat. Dengan demikian, kritik dan pengawasan masyarakat, diasumsikan sebagai upaya menghambat kinerja pemerintah. Kendati demikian, mengingat semangat demokratisasi dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat terus menggelinding, sudah selayaknya jika lembaga pemerintah, mengikuti dan

menyelaraskan dengan situasi politik kenegaraan yang berkembang di Tanah Air.

Untuk menunjukkan eksistensi bahwa badan publik subordinat kekuasaan negara memiliki kesungguhan dalam menjalankan tuntutan kesejahteraan masyarakat, maka harus bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang melekat. Agar kinerjanya juga diketahui oleh publik, tentu harus membentuk unit kerja yang berkaitan dengan relasi publik, yang mampu menjembatani tugas pokok dan fungsi kelembagaan dengan kepentingan masyarakat.

Membentuk unit *public relations* yang efektif dan efisien, harus dilandasi dengan kemampuan membangun media *relations* yang kuat. Apalagi posisi media di era kebebasan pers, memiliki kemandirian dan bebas dari pengendalian kekuasaan negara sebagaimana yang berlaku dalam model pers pembangunan. Dengan kata lain, humas lembaga pemerintah memiliki tugas berat untuk memublikasikan kinerja pemerintah. Sebab media massa yang “credible” tidak mungkin “dipaksa” untuk memberitakan berbagai kegiatan kepemerintahan. Karena itu, pemahaman terhadap karakteristik media menjadi mutlak diperlukan oleh Humas Kementerian

Selain itu, dalam kerangka kebebasan pers dan upaya menciptakan masyarakat informasi yang memiliki hak dalam mengawasi jalannya pemerintahan, maka dijalankan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP). UU ini menjadi payung hukum upaya masyarakat dalam mencari, memilih sumber, dan menyalurkan informasi yang faktual dan dapat dipercaya. Melalui ketentuan UU No. 14/2008, berbagai masalah transparansi informasi, khususnya yang terikat ataupun dikuasai oleh badan-badan publik, harus dibuka untuk masyarakat sebagai pemohon atau pengguna informasi publik. Dalam konteks ini, yang paling sering dihadapi oleh badan-badan publik adalah para wartawan yang mencari berita tentang kinerja pemerintah. Jika sebelumnya, humas departemen cenderung memperoleh perlindungan untuk tidak membuka informasi tertentu, maka UU KIP memberikan berbagai macam batasan dan kategori terhadap informasi publik.

Dinamika Pers Pasca-Reformasi

Sejak reformasi kenegaraan di Indonesia, kehidupan pers yang semula terperangkap dalam konsep media pembangunan, yang wajib mengedepankan kepentingan pemegang kekuasaan, semakin tergeser oleh tuntutan masyarakat yang menghendaki transparansi dan demokratisasi komunikasi informasi.

Upaya mencari, memperoleh, dan menggunakan informasi yang berkembang di masyarakat, diantisipasi oleh media massa, yang masuk dalam dinamika pers bebas. Media mengeksplorasi dan mengkonstruksi berbagai peristiwa dalam kemasan pesan yang transparan. Dengan prinsip kemerdekaan berpendapat, berekspresi, maka kehidupan pers di Indonesia semakin dinamis. Namun sikap media yang menjunjung tinggi keterbukaan informasi, tidak selalu memperoleh respons positif dari elite badan publik dan kekuasaan negara.

Padahal sejatinya aparat harus memahami bahwa demokrasi dan transparansi informasi bersumber kepada pikiran universal, sebagaimana yang tercantum dalam Pernyataan Umum tentang Hak Asasi Manusia Perserikatan Bangsa-Bangsa, "Setiap orang berhak atas kebebasan mempunyai pendapat dengan tidak mendapat gangguan, dan untuk mencari, menerima, dan menyampaikan keterangan dan pendapat dengan cara apa pun dan dengan tidak memandang batas-batas" (Asasi, Juni 1999). Adapun dalam UUD 1945 Pasal 28F, menyebutkan "Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia."

Dengan demikian, tidak ada alasan untuk menolak kebebasan informasi dengan berlindung kepada aspek integralistik yang dikaitkan dengan konsep bebas bertanggung jawab yang menyiratkan kebebasan semu, dan sejumlah alasan lain yang sering disuarakan yaitu kinerja badan publik yang masuk dalam kategori rahasia negara. Namun transparansi informasi dan demokratisasi dalam kehidupan pers tidak dapat serta merta muncul dengan diberlakukannya

aneka perturan yang mendukung kebebasan dalam berkomunikasi. Sudibyo (2009: 46), menyebutkan, "jika DPR masih relatif membuka diri terhadap ide-ide demokrasi media, tidak demikian dengan unsur-unsur pemerintah. Meskipun zaman sudah berganti dan kondisi politik jauh berubah, tidak demikian cara pandang pemerintah terhadap media." Belum terjadi transformasi kultur yang membuat para pejabat pemerintah lebih apresiatif terhadap hak publik atas informasi dan kebebasan pers. Padahal Danilwan (dalam Razali Agus dkk, 2005: 217), mengingatkan, bahwa perubahan harus selalu diikuti oleh perubahan peran lembaga dalam proses meningkatkan ke sejahteraan masyarakat.

Mengingat problem kultur politik organisasi pemerintah yang tidak responsif terhadap kebebasan pers dan berupaya melembagakan ketertutupan informasi, maka bukan hal yang aneh jika birokrasi pemerintahan sering kali menuju pers kebablasan karena tidak mendukung kinerja badan publik tetapi justru mengganggu "kenyamanan" sebagai kelas dominan yang memiliki hak kontrol kepada masyarakat yang amat kuat.

Hakikatnya, perbedaan orientasi antara kepentingan badan publik, media, dan kemauan masyarakat yang menghendaki pelayanan publik yang lebih baik, tidak dapat lepas perjalanan pers Indonesia. Selama pemerintahan Orde Baru, ada kecenderungan menggunakan model media pembangunan, yang menggunakan pers sebagai instrumen politik pemerintah untuk memengaruhi masyarakat dalam pola komunikasi yang linier kursif. Didi Prambadi dkk (1994: 5), mengungkapkan, "untuk membatasi 'bahaya' pengaruh pers, pemerintah lalu melakukan kontrol terhadap pers. Bentuknya dapat macam-macam, mulai dari aturan, anjuran, lembaga 'telepon', sampai larangan terbit."

Selanjutnya Goenawan Mohamad (dalam Prambadi, dkk., 1994: 8), menegaskan, "Pers bukanlah lembaga suci. Sama seperti yang lain juga, pers bukan Tuhan. Pers pun dapat melakukan kesalahan." Apalagi wartawan dan penerbit bekerja bukannya tanpa pamrih. Surat kabar dan majalah harus menghidupi dirinya dengan menjual berita yang menarik untuk dibaca. Dan dalam arena kompetisi yang



ketat, berita yang eksklusif menjadi modal untuk sukses. Sebenarnya berita sensasi tak ada salahnya, asalkan disajikan secara berimbang dan tidak bohong (kejujuran adalah syarat utama pekerjaan wartawan). Namun adakalanya sebagai manusia-seperti juga aparat pemerintah-wartawan dapat khilaf dan melakukan kesalahan dalam pemberitaan. Untuk itu, hukum menyediakan mekanisme pertanggungjawaban redaksi atas kesalahan pemberitaan tanpa perlu memberedel. Dikaitkan dengan lingkungan media massa, Hamzah (2001: 2), menyebutkan, "media tidak boleh dilihat secara terasing daripada konteks sosial, sejarah, dan komersial."

Memang jargon-jargon mendukung profesionalisme jurnalis tetap muncul dan selalu dikedepankan dalam berbagai retorika elite dalam kekuasaan negara, tetapi sesungguhnya yang lebih menonjol adalah kebebasan semu yang secara struktural melalui kekuatan politik negara dilembagakan. Implikasinya, media tidak bebas sehingga sisi gelap dari sebuah entitas badan-badan pemerintah tidak pernah muncul dalam pemberitaan. Media lebih banyak diwarnai oleh aneka pemberitaan yang menunjukkan keberhasilan pemerintah dalam bingkai harmoni integralistik dengan penafsiran sepihak, tanpa menghiraukan kebutuhan informasi faktual untuk menyemai benih demokrasi.

Dengan kata lain, elite dalam lembaga-lembaga pemerintah terbiasa dalam lingkaran pemberitaan yang datar, dan serasi sela-ras seimbang sebagaimana sering disuarakan pemerintah. Menurut John Corner (1980: 161), "asumsi massa tidak lepas dari kebodohan, ketidakstabilan dan mudah untuk dipengaruhi." Dengan demikian, kekuatan negara pun dengan mudah dapat memberangus media massa jika dinilai menyebarkan pesan yang tidak sejalan dengan kemauan pemerintah kepada masyarakat.

Secara historis, menurut Prambadi (1994: 2), memberangus pers, baik melalui undang-undang hukum pidana maupun peraturan di luar itu, sebenarnya dapat dibilang tradisi kolonialisme." Maskapai dagang Belanda VOC (*Verenigde Oost-Indische Compagnie*), yang menjadi penguasa di Betawi, tercatat melakukan pertama kali saat melarang sebuah rencana penerbitan surat kabar pada tahun 1712.

Alasannya tak jelas, padahal calon surat kabar pertama nusantara itu hanya ingin memuat berita kapal dan semacamnya.

Sejalan dengan itu, Escarpit (dalam Corner, 1980: 163), menyatakan, komunikasi massa dipakai oleh kelas yang berpengaruh (kelas dominan) untuk memperkuat eksistensi struktur sosial dan kesadaran kelas." Dalam konteks ini, media massa dipakai oleh pemerintah untuk melestarikan dan memperkuat kekuasaannya.

Berpjik kepada perjalanan pers yang terpasung, maka ketika reformasi politik membuka peluang munculnya transparansi informasi yang didukung oleh kebebasan pers, maka entitas yang semula memperoleh perlindungan "manajemen pemberitaan pemerintah", merasa tidak nyaman karena eksistensinya mudah dikuliti oleh media. Memang, dapat saja, ada media yang terlampau bebas, dan tidak menghiraukan UU Pers maupun kode etik jurnalistik, tetapi transparansi informasi setidak-tidaknya membawa berbagai perubahan yang signifikan dalam kehidupan bernegara yang demokratis.

Dalam dinamika pers bebas, secara substansial tidak ada kewajiban memublikasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan kinerja badan publik, tidak ada sensor pihak ketiga dan berbagai hal yang menghambat kebebasan dalam komunikasi. Menurut Denis McQuail (1991 : 112), dalam teori pers bebas, media seyoginya bebas dari penyensoran pendahuluan oleh pihak ketiga, dan tindakan penerbitan dan pendistribusian sebaiknya terbuka bagi setiap orang atau kelompok, tanpa memerlukan izin atau lisensi.

Kecenderungan tidak sejalan antara badan publik yang cenderung bertahan dan paradigma pers pembangunan dan media yang sudah melakukan lompatan besar menuju demokratisasi pemberitaan, dapat diminimalisasi jika jurnalis berpedoman kepada ketentuan yang merujuk kepada Kode Etik Jurnalistik (KEJ), yaitu himpunan atau kumpulan mengenai etika di bidang jurnalistik, yang dibuat oleh, dari, dan untuk para jurnalis (Wina Armada Sukardi, 2008). Menurut UU No. 40 Tahun 1999, Kode Etik Jurnalistik adalah kode etik yang disepakati organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers. Hakikatnya terdapat empat asas dalam KEJ, yaitu (1) Asas moralitas, yaitu nilai-nilai moral yang terkandung didalamnya,



(2) Asas profesionalitas, yang meliputi membuat berita yang akurat, faktual, jelas sumbernya, dapat membedakan fakta dan opini, tidak membuat berita bohong dan fitnah, dan menghargai *off the record*, (3) Asas demokratis, wartawan harus bertindak adil, fair, dan berimbang (4) Asas Supremasi Hukum, yang menyangkut wartawan tidak boleh melakukan plagiat, menghormati praduga tidak bersalah, memiliki hak tolak dan tidak menyalahgunakan profesi

Namun persoalannya, meskipun dalam bingkai profesionalisme dan dukungan peraturan yang memadai, secara empirik tidak mudah untuk menjalankan pers bebas pascareformasi, mengingat institusi pemerintah diisi oleh kelompok elite yang tidak mau menerima kebebasan pers dan masih terjebak budaya komunikasi paternalistik (Susanto, 2009: 33), maka media harus tetap berjuang untuk menjalankan fungsi pemberitaan yang demokratis. Artinya, meski pemberitaan media yang sudah berpijak kepada kaidah jurnalistik dan didukung oleh sikap profesionalisme wartawan, tetap saja akan dikritik dan sewaktu-waktu akan menuai persoalan dengan kelompok dominan dalam kekuasaan negara. Walaupun saat ini, tidak dapat menggunakan kekuasaannya untuk menundukkan media yang sudah berjalan sesuai dengan demokrasi pemberitaan sebagaimana diatur dalam UU Pers.

Menurut Leon Rosten (dalam Jacob, 1992: 113), kaum intelektual karena keterbatasan pengetahuan terhadap media massa, mereka mudah mengkritik aspek negatif media massa seperti dangkal, naif, kurang akurat dalam memberikan informasi. Alhasil, apa pun yang diberitakan oleh media, jika menyangkut badan publik dari aspek negatif, terlebih lagi jika berita itu diklaim sepihak sebagai rahasia negara, maka tidak akan diterima oleh elite dalam birokrasi kekuasaan.

Namun dalam perkembangannya, sejalan dengan tuturan transparansi informasi, maka institusi pemerintah wajib membuka informasi kepada media sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008, tentang Keterbukaan Informasi Publik. Di pihak lain, untuk mendukung profesionalisme, jurnalis dapat menggunakan UU No. 14/2008 sebagai peraturan yang dapat mendukung

kebebasan dan profesionalisme dalam menjalankan tugas. Menurut Sudibyo (2008), ada hubungan memadai antara UU KIP dan UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, karena UU Pers secara spesifik mengatur segi-segi kebebasan pers, tercakup di dalamnya, pengaturan tentang fungsi untuk mencari, mengolah, dan menyebarluaskan informasi.

Eksistensi Informasi Publik

Semangat transparansi informasi yang diunggulkan oleh UU No. 14 Tahun 2008 harus diantisipasi oleh badan publik agar sejalan dengan terbentuknya masyarakat informasi yang demokratis. Badan publik, dalam konteks ini lembaga pemerintah harus memahami substansi transparansi informasi yang berpijak kepada kepentingan masyarakat ataupun pengguna informasi. Dengan menerapkan mekanisme akses informasi publik yang efisien, cepat, dan terjangkau publik maupun pers, maka organ pemerintah diharapkan peduli terhadap transparansi informasi untuk kesejahteraan dan keadilan masyarakat.

Namun demikian, tidak dapat diabaikan bahwa, eksistensi dari undang-undang yang sangat mengunggulkan terciptanya masyarakat informasi itu tidak mudah dijalankan, mengingat model pengelolaan informasi di lingkungan badan publik, khususnya lembaga pemerintah terdapat dalam hegemoni kerahasiaan, berjenjang, dan birokratis. (Susanto, 2010: 105). Sejalan dengan itu, diegaskan oleh Reddin (dalam Myers dan Myers, 1988), model organisasi birokrasi memang gemar berlindung di balik peraturan dan prosedur demi kepentingan kelembagaan mereka sendiri. Artinya, peraturan dijalankan bukan untuk kepentingan *public service* yang memadai, tetapi untuk mendukung kinerja lembaga yang lepas dari gangguan masyarakat ataupun lingkungan organisasional lainnya.

Karena itu, persoalan yang akan terus muncul terkait dengan diberlakukannya keterbukaan informasi adalah kegagalan badan publik dalam menjalankan transparansi. Kendati demikian, badan publik lembaga pemerintah, yang senantiasa berhubungan dengan



masyarakat, selayaknya jika dapat meminimalisasi hambatan historis-kultural yang mewarnai sistem birokrasi dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

Dalam koridor keterbukaan, informasi publik menjadi suatu entitas yang tidak dapat mengalir dengan bebas, tetapi memiliki batasan-batasan. Pada satu sisi, memberikan aspek positif dalam mendukung keterbukaan informasi, tetapi di sisi lain, justru berpotensi untuk mendukung ketertutupan dengan dalih informasi yang dikecualikan.

Perbedaan penafsiran dapat saja dijembatani oleh Komisi Informasi ataupun ketentuan teknis di tingkat badan publik yang melindungi informasi yang tidak dapat dibuka kepada khalayak. Namun bukan berarti badan publik dapat seenak sendiri menutup informasi dengan dalih rahasia, sebab ada batasan yang jelas dan pertimbangan yang matang terhadap informasi yang dikecualikan.

Untuk mengantisipasi berlakunya UU KIP, paling tidak segenap entitas badan publik yang berhubungan bertanggung jawab terhadap pengelolahan informasi, harus memahami informasi dari berbagai informasi yang wajib disediakan dan diumumkan kepada publik untuk mendukung terciptanya masyarakat informasi yang sejahtera.

A. Informasi yang Wajib Diumumkan Secara Berkala

Instansi pemerintah sebagai badan publik, wajib menyediakan informasi di bawah kewenangannya, yang mengandung kebenaran dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Informasi publik yang harus diumumkan secara berkala meliputi: informasi yang berkaitan dengan badan publik, kinerja, laporan keuangan, dan informasi lain yang diatur oleh peraturan perundungan.

Kewajiban memberikan dan menyampaikan informasi publik, paling singkat enam bulan sekali. Disampaikan dengan cara yang mudah dipahami masyarakat ataupun pengguna informasi.

B. Informasi yang Wajib Diumumkan Serta-Merta

Mencakup informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum. Ketentuan ini, jika tidak ada penjelas-

an secara teknis dari peraturan di bawahnya, akan berpotensi sebagai pasal yang dipakai untuk berlindung badan publik, yang tidak mau membuka informasi tertentu yang ditafsirkan secara subjektif untuk kepentingannya.

Informasi yang bersifat serta-merta adalah informasi yang spontan pada saat itu juga. Informasi ini tidak boleh ditahan dan direkayasa untuk kepentingan pencitraan badan publik, mengingat sifatnya yang mendesak dan penting untuk segera diketahui oleh masyarakat atau pengguna informasi.

C. Informasi yang Wajib Tersedia Setiap Saat

Badan publik wajib menyediakan delapan macam informasi publik, yang meliputi: (1) daftar informasi publik di bawah pengelolaannya; (2) hasil keputusan dan pertimbangan badan publik; (3) kebijakan berikut dokumen pendukung; (4) rencana kerja proyek; (5) perjanjian badan publik dengan pihak ketiga; (6) kebijakan badan publik; (7) Prosedur kerja pegawai; dan (8) laporan pelayanan akses informasi

Informasi yang telah dinyatakan terbuka bagi masyarakat yang sebelumnya menjadi sengketa, dapat diakses oleh pengguna informasi publik, dengan ketentuan teknis dari Komisi Informasi.

D. Informasi yang Dikecualikan

Setiap badan publik wajib membuka akses bagi setiap pemohon informasi publik, kecuali delapan informasi publik yang menyangkut : (1) Informasi publik, jika dibuka akan menghambat proses penegakan hukum, (2) Mengganggu kepentingan perlindungan hak atas kekayaan intelektual dan perlindungan dari persaingan usaha yang tidak sehat, (3) Membahayakan pertahanan dan keamanan negara, (4) Mengungkapkan kekayaan alam Indonesia, (5) Merugikan ketahanan ekonomi nasional, (6) Merugikan hubungan kepentingan luar negeri, (7) Mengungkapkan isi akta autentik yang bersifat pribadi, dan (8) Mengungkap rahasia pribadi.

Materi perkecualian informasi publik yang terdapat dalam UU KIP, bukanlah sebagai ketentuan yang dipakai sebagai alat untuk



menghindar dari kewajiban menyampaikan informasi kepada publik. Tetapi digunakan sebagai pedoman untuk memilih-milah informasi yang bersifat terbuka atau yang tertutup untuk diakses publik.

Dalam paradigma komunikasi, pasal perkecualian informasi publik, juga tidak diposisikan sebagai upaya mengulur-ulur waktu, karena merekayasa informasi sebelum disampaikan kepada khalayak. Dengan kata lain, informasi badan publik yang muncul ke permukaan atau yang disampaikan kepada publik tidak natural lagi, karena sudah direkayasa.

Sebenarnya informasi dalam telaahan ilmiah komunikasi (Littlejohn dan Karen Foss, 2007), dapat berjalan linier secara terus-menerus menembus berbagai macam lapisan khalayak tanpa menghiraukan implikasinya. Informasi juga berjalan secara interaktif, yang mampu dengan cepat menghasilkan umpan balik untuk membentuk persepsi yang sama terhadap masalah yang didiskusikan, penting untuk mengurangi (mereduksi) ketidakpastian terhadap suatu persoalan masyarakat yang menyangkut badan publik.

Dengan berpijak pada hak hidup informasi tersebut, maka pasal-pasal pengecualian, jika tidak didukung oleh peraturan teknis dibawahnya, berpotensi membelenggu kebebasan informasi. Khususnya dalam model komunikasi interaktif yang banyak dilakukan di masyarakat, lembaga-lembaga swadaya masyarakat dan pers, ketika melakukan pengawasan terhadap pelayanan informasi publik. Jika mengelola informasi dengan prinsip pengorganisasian pesan yang baik untuk memberikan kejelasan kepada pengguna informasi, tidak menjadi persoalan besar. Ini sejalan dengan pendapat Pearce dan Cronen (dalam West dan Turner, 2008: 116), yang menyatakan, "komunikasi harus ditata ulang dan disesuaikan kembali terhadap konteks, demi perilaku manusia." Tetapi bagaimana apabila setiap informasi harus ditahan terlebih dahulu, dikemas dengan prinsip kepatutan untuk mengelabui atau mengalihkan perhatian, sehingga substansi untuk mengklarifikasi suatu persoalan menjadi menghilang. Pengguna maupun pencari informasi tidak akan berkutik menghadapi pasal-pasal pengecualian yang ditegaskan dalam UU

Keterbukaan Informasi Publik. Dalam bingkai kebebasan komunikasi yang saat ini dinikmati oleh masyarakat, pengecualian informasi sebagai rahasia negara, secara esensial berpengaruh terhadap kualitas hubungan antara masyarakat dan pemerintah, yang sesungguhnya sudah berjalan cukup baik pada pascareformasi politik, di-khawatirkan kembali memburuk, karena diwarnai oleh perbedaan kepentingan dalam menyuarakan informasi yang faktual

Namun yang perlu dipahami, KIP bukan berarti harus menyebarkan kesuksesan, keunggulan, dan kehebatan saja, tetapi semua informasi yang terkait dengan kinerja organisasi, harus dipublikasikan kepada masyarakat. Kendati demikian, UU KIP yang mengatur aspek kebebasan informasi dan menjamin hak publik atas informasi, tetap berpotensi mengalami masalah dalam urusan akses informasi, akibat informasi yang tidak tersedia, terlambat diberikan humas badan publik, diklaim secara sepahak sebagai rahasia negara dan ketentuan lain yang berpotensi menghambat kebebasan informasi.

Media Relations Lembaga Pemerintah

Ketika Indonesia masuk pada era pers bebas, tugas berat sesungguhnya menghadang para praktisi hubungan masyarakat (*public relations*) di lembaga pemerintah. Humas pemerintah yang sering kali diasumsikan sekadar penyambung pesan penguasa kepada masyarakat harus memahami kehendak masyarakat untuk memperoleh pelayanan informasi yang lebih transparan. Menurut Sandra Braun (dalam Stacks, 2004: 7), terdapat lima variabel lingkungan praktik humas, yaitu: (1) Sistem hukum dan sistem politik yang berlaku, (2) Taraf aktivisme, (3) Aspek kultural, (4) Faktor ekonomi, dan (5) Praktik media.

Berpijak kepada hal tersebut, peran humas pemerintah harus mampu mengantisipasi dan mengelola lingkungan untuk mendukung kinerja relasional dengan publik yang beragam secara sosial, ekonomi, dan kultural. Faktor yang sangat penting dalam menjalankan humas pemerintah adalah bagaimana membina hubungan dengan media sebagai entitas yang diharapkan mampu mendukung



pemberitaan kinerja organisasi yang menjalankan kebijakan maupun pelayanan kepada publik yang lebih baik. Jadi media sangat diperlukan oleh humas pemerintah.

Dalam pembahasan tentang media *relations* di lembaga pemerintah, akan dititikberatkan kepada kompleksitas tugas-tugas PR dalam hubungannya dengan pers. Menurut Frank Jefkins (dalam Nuruddin, 2008: 12), media *relations* adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan.” Publikasi yang maksimum harus didukung oleh media. Karena itu, media *relations* merupakan salah satu bagian dari kegiatan PR. Namun secara faktual, hubungan antara kegiatan humas dan media pada satu kutub, memang menghasilkan sinergi dalam penyebaran informasi, tetapi pada kutub lainnya sering terjadi ketidaksepahaman dalam menyikapi problem pemberitaan, khususnya yang merugikan kepentingan organisasi di mana Unit PR itu berada.

Dalam konstelasi perkembangan pers pasca-reformasi politik yang mengunggulkan demokrasi informasi, media massa tidak dapat sepenuhnya diharapkan, untuk ikut serta memberitakan kegiatan-kegiatan pemerintah sebagaimana pada masa sebelum reformasi politik di Indonesia. Beragam informasi yang dalam kacamata badan pemerintah dinilai sangat penting untuk diketahui masyarakat seperti aneka keberhasilan kinerja organ-organ pemerintah, sangat mungkin tidak dihiraukan oleh media massa. Terlebih lagi media yang didukung oleh para jurnalis yang menjunjung tinggi Undang-Undang Pers dan taat terhadap kode etik jurnalistik tidak dapat dengan mudah mewartakan keberhasilan ataupun kesuksesan kinerja badan publik subordinat kekuasaan negara.

A. Meningkatkan Kohesivitas dengan Media

Dalam ikatan profesionalisme jurnalis dan kemandirian media, humas pemerintah, melalui fungsi media *relations* harus memiliki strategi penyampaian berita yang mampu menarik media untuk mewartakan pencapaian positif dari pemerintah. Sebab, bukan rahasia

lagi bahwa yang diberitakan oleh media, lebih banyak yang mengandung kritik dan berita-berita negatif dari instansi pemerintah. Karena itu, teramat klise jika mendengarkan retorika yang mengingatkan agar hubungan masyarakat (humas) pemerintah, jangan lagi membuat *press release* atas peristiwa yang kedaluarsa karena tidak akan dimuat di media. Ini dapat dimaklumi, mengingat humas pemerintah memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi kepada publik. Bukan karena kemampuan dalam berkomunikasi yang tidak memadai, tetapi lebih banyak disebabkan oleh eksistensi berbagai peraturan internal dalam organisasi pemerintah yang membatasi transparansi informasi.

Untuk dapat “menundukkan” media agar bersedia memuat berita pemerintah, tentu bukan dalam bentuk “advertisorial ataupun inforial;” humas pemerintah harus menjalankan fungsi *public relations* secara konsisten. Menurut Carter Mc. Namara (dalam Iriantara, 2005: 10), *public relations* adalah aktivitas berkelanjutan untuk menjalin relasi yang baik, sehingga tercapai tujuan untuk membangun, membina, dan menjaga citra yang positif atau reputasi baik dari organisasi. Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, paling tidak ada empat langkah yang harus dilakukan, yaitu: (1) pengumpulan fakta, (2) merumuskan permasalahan, (3) perencanaan dan penyusunan program dan (4) menjalankan rencana melalui tindakan dan komunikasi. Kegiatan ini bermuara kepada suatu upaya untuk menjaga relasi dengan publik ataupun masyarakat.

Adapun menurut Curril W. Plattes (dalam Rivers, dkk., 2003), humas adalah tanggung jawab dan fungsi-fungsi manajemen untuk: (1) menganalisis kepentingan publik dan memahami sikap publik (2) mengidentifikasi dan menafsirkan berbagai kebijakan dan program kerja dari organisasinya, dan (3) melaksanakan serangkaian program tindakan yang dapat diterima dan didasarkan pada niat baik. Ringkasnya, humas menjembatani organisasi pemerintah dengan media untuk menciptakan makna bersama terhadap suatu permasalahan.



Oleh sebab itu, diperlukan fungsi media *relations* yang baik dari humas pemerintah, agar tercipta hubungan saling mendukung antara humas lembaga pemerintah dan para jurnalis media massa. Dalam pandangan Lesly (1991: 7), media *relations* berhubungan dengan media komunikasi, untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap organisasi. Media *relations* berkenaan dengan pemberian informasi atau memberi tanggapan pada media pemberitaan, atas nama organisasi atau klien. Berpijak kepada pengertian ini, humas pemerintah sebagai faktor penting yang selalu berhubungan dengan pemberitaan media selayaknya, jika membangun hubungan yang baik dengan jurnalis media, namun bukan menciptakan hubungan dalam konotasi kolutif yang merugikan khalayak dalam memperoleh berita yang dipercaya kebenarannya.

Secara umum, harapan agar humas pemerintah mampu bertindak profesional dalam mengelola transparansi informasi tidak mudah diwujudkan, sebab struktur birokrasi cenderung memperlakukan publikasi informasi berjenjang, sehingga tidak mudah bagi aparat humas dapat dengan bebas menyampaikan kepada publik. Dengan kata lain, jika informasi itu menunjukkan prestasi pemerintah atau kabar lain yang dapat menaikkan citra, para humas pemerintah tidak canggung dan dengan cepat akan mengungkapkannya di depan publik. Tetapi kalau pesan yang akan dipublikasikan adalah berita buruk, akan mengemas serapih mungkin dengan validasi dari pejabat yang terkait untuk memastikan bahwa berita itu layak untuk disebarluaskan kepada masyarakat.

Tentu saja proses untuk mematut-matut informasi memakan waktu dan berimplikasi terhadap pesan yang disampaikan sudah dianggap kedaluarsa. Padahal dalam perspektif komunikasi massa, justru pesan transparan yang disampaikan dengan cepat sangat disukai oleh khalayak. Perilaku ini tidak aneh dalam koridor birokrasi pemerintahan, sebab dalam beberapa pengkajian terhadap komunikasi publik, kegiatan humas pemerintah bukannya menyebarkan informasi, tetapi cenderung menyembunyikan informasi yang merugikan kinerja kekuasaan negara. Kendati demikian, dengan diberlakukannya UU KIP, maka pengelolaan informasi tidak dapat lagi dilaku-

kan sesuai dengan “kehendak” lembaga pemerintah. Sebab terdapat berbagai kategori informasi publik yang wajib diberikan oleh badan publik kepada masyarakat sebagai pengguna informasi.

Hakikatnya, humas pemerintah harus dapat mengantisipasi UU KIP sejalan dengan semangat menciptakan masyarakat informasi yang peduli terhadap tercapainya demokratisasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Adapun yang memiliki urgensi tinggi untuk diperhatikan oleh humas pemerintah adalah kemampuan menganalisis karakteristik khalayak yang beragam. Dalam realitas kemajemukan dan asumsi perbedaan, maka strategi komunikasi publik yang seyoginya dijalankan oleh humas pemerintah adalah, mengedepankan empati sebagai salah satu sisi paling asasi di lingkungan masyarakat majemuk. (Samovar, Porter, dan Mc. Daniel, 2007). Menjawab pertanyaan pers yang mengedepankan keanekaragaman sosial, ekonomi, dan kultural adalah syarat mutlak dalam prinsip humas kekuasaan negara. Empati menjauahkan kebiasaan mengeluarkan *press release* dalam menanggapi suatu peristiwa dari sudut pandang subjektif dengan memosisikan bahwa pemerintah selalu benar, yang salah adalah masyarakat ataupun entitas di luar birokrasi pemerintahan.

Pernyataan sepihak yang mengunggulkan pemerintah, adalah representasi ketiadaan empati dalam komunikasi publik yang berpotensi menciptakan kerenggangan hubungan antara penguasa dengan rakyatnya. Kebiasaan melakukan komunikasi linier dari humas pemerintah ini lebih banyak mengunggulkan paksaan untuk menerima informasi ketimbang mengedepankan transparansi pesan yang dituntut khalayak. Jika pola ini berlanjut, maka peran humas pemerintah tidak lebih dari pelengkap dari manajemen pemerintahan yang tidak dihiraukan oleh masyarakat sebagai sumber informasi yang dipercaya.

Dalam kajian komunikasi publik, sebagaimana dikemukakan oleh Rivers, Jensen, dan Peterson (2003: 147), “James Hagerty pejabat humas pemerintahan Dwight Eisenhower adalah orang yang diandalkan di Gedung Putih, Hagerty selalu tattgap terhadap para jurnalis yang meminta berita tentang presiden. Dia akan segera



memasoknya sedemikian rupa sehingga berita yang muncul selalu menguntungkan bagi pemerintahan Eisenhower. Saat berita sedang sepi dan para wartawan mengais berita dari sana sini, Hagerty akan segera muncul. Ketika ada peristiwa buruk yang memojokkan Gedung Putih, Hagerty pula yang akan memastikan hal itu tidak akan tersiar. Kalau sama sekali tidak ada berita, ia akan membuatnya sendiri.

Artinya sebagai humas pemerintah, diperlukan kepiawaian mengelola informasi, mengorganisasikan pesan, dan memilah dengan cermat dalam mempublikasikan berita kepada masyarakat. Tetapi dengan segala keterbatasan belenggu aturan, humas dalam birokrasi pemerintahan di Indonesia sulit untuk meniru Hagerty. Meski demikian, bukan berarti harus bertindak kaku dalam memosisikan informasi, sebab reformasi politik tetap menghendaki transparansi dalam penyampaian pesan.

Kalaupun ada konflik antara humas lembaga pemerintah dan jurnalis dalam masalah informasi, sesungguhnya dapat saja melaporkan kepada Komisi Informasi. Tetapi peran dan fungsi Komisi Informasi, yang harus mengawal kebebasan informasi, dapat saja terbentur dengan eksistensi dari ketertutupan badan publik yang sudah mengakar. Bahkan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, juga potensial untuk menafikan informasi publik, dalam bingkai informasi yang strategis dan “rahasia”. (Susanto, 2010: 142)

B. Menyiapkan Pengelola Informasi

Menurut UU KIP, badan publik wajib menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan informasi publik yang berada di bawah kewenangannya kepada pemohon informasi publik, selain informasi yang dikecualikan. Untuk mengantisipasi hal itu, diperlukan kesiapan lembaga pemerintah dalam menyikapi transparansi informasi, bukan sebaliknya menilai sebagai hambatan dalam pelaksanaan kegiatan.

Salah satu antisipasi tuntutan kebebasan informasi yang dilegalkan adalah mempersiapkan pengelola informasi. Bukan berarti

harus membentuk unit baru, tetapi menyelaraskan unit yang ada dengan karakter pengelolaan informasi. Misalnya secara kelembagaan unit humas, diperluas tugasnya. Jika selama ini mengendalikan informasi dilakukan berjenjang sangat bergantung kepada pimpinan, maka dengan dasar UU No.14/2008 diberi kewenangan untuk mengelola informasi publik.

Untuk mendukung kinerja unit pengelola informasi publik harus didukung oleh sumber daya manusia berkualitas yang didukung oleh tersedianya fasilitas teknologi komunikasi-informasi yang memadai. Faktor lain yang harus menjadi perhatian adalah mengubah karakter yang mematut-matut sebagai kelas dominan menjadi pelayan publik di bidang pemenuhan informasi kepada media massa maupun masyarakat pada umumnya sebagai pengguna informasi.

Tersedianya unit pengelola informasi publik dan sumber daya manusia, fasilitas memadai yang efisien dengan kecepatan memadai, maka badan pemerintah diharapkan dapat menyediakan informasi yang akurat untuk kepentingan media massa.

Secara esensial, keterbukaan informasi publik, harus mendorong pelaksanaan media *relations* di lingkungan humas pemerintah untuk memosisikan informasi sebagai sumber daya organisasi, yang mampu meningkatkan produktivitas kerja. Dengan kata lain, UU KIP memosisikan badan publik dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya harus terbuka, dan semua kegiatan dapat diakses oleh jurnalis maupun pengguna informasi lainnya. Sepintas keterbukaan akan membuka berbagai kekurangan, ketidakberhasilan dan hal negatif lain kepada publik, tetapi sesungguhnya UU KIP mampu memberikan jalan terbaik, agar pengelola informasi di lembaga pemerintah tidak khawatir berhubungan dengan media massa.

Penutup

Media *relations* sebagaimana memegang peran kunci dalam menyikapi diberlakukannya UU KIP. Perwujudan dari asas keterbukaan informasi, memberikan kepastian hukum terhadap hak masyarakat,



khususnya jurnalis media massa untuk memperoleh informasi yang akurat tentang tindakan pemerintah.

Namun persoalannya, transparansi informasi tampaknya tidak dapat seketika diantisipasi oleh humas lembaga pemerintah, mengingat belenggu ketertutupan masih melekat dan secara terselubung birokrasi pemerintahan cenderung melembagakan serba rahasia terhadap berbagai hal yang menyangkut tugas dan tanggung jawabnya. Bahkan upaya membentengi akses informasi terhadap media masih menjadi gejala umum dari aparat humas pemerintah. Kondisi ini muncul, setidaknya karena karakteristik patronase yang masih kuat di lingkungan birokrasi dan keterikatan informasi berjenjang yang melekat pada struktur organisasi lembaga pemerintah.

Hakikatnya, sambil menunggu ketentuan teknis sebagai turunan UU KIP, yang terkait dengan regulasi transparansi informasi publik, lembaga pemerintah tetap harus secepatnya mengantisipasi keterbukaan informasi yang memberikan hak atas akses informasi kepada praktisi media massa maupun masyarakat sebagai pengguna informasi. Dengan demikian, lembaga pemerintah bukan mengulur-ulur waktu membentuk unit pengelola informasi publik, dan berlindung di balik peraturan yang melindungi ketertutupan dalam bingkai rahasia negara.

Jika lembaga pemerintah sudah menjalankan transparansi informasi sesuai dengan UU KIP, maka masyarakat tidak ragu-ragu untuk mencari informasi yang dibutuhkan, dan melalui fungsi media *relations* yang mendukung semangat keterbukaan, para jurnalis juga dapat secara mudah memperoleh berbagai macam informasi untuk mendukung akurasi pemberitaan sejalan dengan demokratisasi informasi.

Daftar Pustaka

- Agus, Razali, dkk. 2005. *Man and Society*, New Series Volume 14, Kuala Lumpur: Jurnal Jabatan Antropologi dan Sosiologi Fakulti Sastera dan Sains Sosial University Malaya.
- Corner, John. 1980. *Mass in Communication Research*. Dalam *Mass Communication Research Year 1*.
- Delia, Jesse G. (1987). *Communication Research: A History*. Dalam Charles R. Berger (ed.), *Handbook of Communication*, California Newburry: Sage Publication.
- Dewan Pers. 2008. *Keterbukaan Informasi dan Kebebasan Pers*. Jakarta: Dewan Pers dan UNESCO.
- ELSAM. 1999. *Majalah bulanan "Asasi"* Analisis Dokumentasi Hak Asasi Manusia, Edisi bulan Juni tahun 2009, Jakarta: Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat (ELSAM).
- Jacob, N. (Ed.). 1992. *Mass Media in Modern Society*, "The Intellectual and the Mass Media. by Leon Rosten.
- Hamzah, Azizah. 2001. *Kaedah Penyelidikan Media: Beberapa Pendekatan*. Jurnal Malaysia Journal of Media Studies. Jilid 3 No.1. Kuala Lumpur: Jabatan Pengajian Media Universiti Malaya.
- Iriantara, Yosal. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Lesly, Phillip (ed.). 1992. *Lesly's Handbook of Public Relations and Communication*, Chicago: Probus Publishing Company.
- Littlejohn, Stephen W. and Karen Foss. 2007. *Theories of Human Communication*, Seventh Edition, Belmont California, Wadsworth Publishing Company.
- Mc. Leod, Jr. Raymond. 1995. *Management Information System: A Study Computer-Based Information System*, atau Sistem Informasi Manajemen, terjemahan Hendra Teguh, Jakarta: PT Prehallindo.
- McQuail, Denis. 1987. *Mass Communication Theory: An Introduction*, second edition, London: Sage Publication
- Myers, Michele Tolela and Gail E. Myers. 1988. *Managing By Communication*, New York, New Newsey, London, McGraw Hill-Int.



- Book. Co.
- Nurudin.2008. *Hubungan Media: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Prambadi, Didi, dkk.1994. *Buku Putih Tempo: Pemberedelan Itu*, Jakarta: Penerbit Alumni Majalah Tempo.
- Rivers, William L., Jay W. Jensen, and Theodore Peterson. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Samovar, Larry A., Ricahard E. Porter, & Edwin R. Mc.Daniel. 2007. *Communication Between Culture*, Sixth Edition, Australia: Thomson-Wadsworth International Student Edition.
- Sudibyo, Agus. 2008. *Informasi Publik dan Kebebasan Pers*, Jakarta: USAID, DRSP dan Yayasan SET.
- 2009. *Kebebasan Semu: Penjajahan Baru di Jagad Media*, Jakarta: Penerbit Buku KOMPAS.
- Sukardi, Wina Armada. 2008. *Kode Etik Jurnalistik dan Dewan Pers*, Jakarta: Dewan Pers.
- Surat Keputusan Dewan Pers No. 03/SK-DP/III/2006 tanggal 24 Maret 2006, tentang Kode Etik Jurnalistik.
- Susanto, Eko Harry. 2009. *Komunikasi Politik dan Otonomi Daerah: Tinjauan Terhadap Dinamika Politik dan Pembangunan*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- 2010. *Komunikasi Manusia: Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Undang-undang

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Undang-Undang Dasar 1945. "Sejarah UUD 1945 Sejak Pembentukan hingga Amendemen pada Zaman Reformasi," Jakarta: Penerbit Visi Media.
- Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang *Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta: Penerbit Departemen Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- West, Richard dan Lynn H.Turner. 2008. *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.