

Fungsi humas dalam komunikasi politik kebijakan pemerintah: Kasus Departemen Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi kebijakan kenaikan harga BBM

Anton Dailami, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=111542&lokasi=lokal>

Abstrak

Salah satu kebijakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang paling tidak populer di mata rakyat adalah kebijakan kenaikan harga BBM. Dalam satu tahun masa pemerintahannya, Presiden Yudhoyono telah menaikkan harga BBM dua kali. Pertama, pada bulan Maret 2005 dan kedua, pada bulan Oktober 2005. Dua keputusan Presiden Yudhoyono ini, merupakan keputusan yang sangat berani dan hesaran kenaikannya di luar perkiraan banyak pihak, sehingga memancing reaksi yang cukup keras.

Untuk mendapatkan dukungan dan pengertian rakyat serta untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan terburuk yang mungkin terjadi, Presiden Yudhoyono melakukan komunikasi politik yang cukup intensif. Dalam melakukan komunikasi politik ini, selain dilakukan secara langsung, Presiden Yudhoyono juga memerintahkan institusi lembaga yang berada di bawahnya untuk aktif membantu melakukan komunikasi politik. Salah satu institusi dimaksud adalah Departemen Komunikasi dan Informatika.

Penelitian ini difokuskan pada kebijakan Presiden menaikkan harga BBM pada bulan Oktober 2005. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan termasuk dalam tipe penelitian etnografi. Dalam pengumpulan data, penulis melakukan studi pustaka dan melakukan wawancara mendalam terhadap beberapa key informan yang dibagi menjadi dua kelompok yaitu internal key informan dan eksternal key informan. Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pelaksanaan fungsi humas dalam komunikasi politik kebijakan pemerintah yang dilakukan oleh Departemen Komunikasi dan Informatika dalam sosialisasi kebijakan kenaikan harga BBM pada bulan Oktober tahun 2005? Jadi penelitian ini merupakan sebuah studi analisis tentang fungsi (functional analysis) dan bukan studi tentang efektifitas atau dampak basil aktifitas lembaga humas. Untuk mengetahui pelaksanaan fungsi humas tersebut, penulis melakukan penelitian terhadap aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh Depkominfo dalam konteks kebijakan kenaikan harga BBM pada bulan Oktober tahun 2005 ini.

Sebagai bahan rujukan dalam melakukan analisis terhadap fungsi humas yang dilakukan oleh Departemen Komunikasi dan Informatika ini, penulis menggunakan konsep tentang fungsi pumas dari Scott M. Cutlip dan Allen H. Centre (Kusumastuti, Frida 2002:23) yang mengatakan bahwa fungsi humas meliputi :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan/ organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan/ organisasi;
3. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
4. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa Depkominfo, dalam melakukan komunikasi politik Presiden Yudhoyono tentang kebijakan kenaikan harga BBM pada bulan Oktober 2005, telah melaksanakan sebagian dari fungsi kehumasan sedangkan sebagian fungsi kehumasan yang lain, belum dilakukan oleh Depkominfo. Selain itu, dari penelitian ini, juga terungkap bahwa Depkominfo belum memiliki Standard Operating

Procedure (SOP) tentang komunikasi krisis dalam menghadapi situasi kondisi krisis, sehingga penanganan komunikasi krisis masih bersifat ad hoc.

Temuan lain adalah ternyata dalam pelaksanaan sosialisasi kebijakan kenaikan BBM ini, Depkominfo tidak menugaskan pejabat struktural unit kerja yang memang bertanggung jawab untuk hal tersebut, untuk memimpin kegiatan ini, misalnya, Kepala Badan Informasi Publik atau Direktur Jenderal Samna Komunikasi dan Diseminasi Informasi, sehingga tidak mengherankan jika dalam operasionalisasi tugas-tugas yang dibebankan tersebut, tidak maksimal hasilnya.

Untuk pelaksanaan tugas-tugas sejenis yang dibebankan oleh Presiden kepada Depkominfo di masa depan, disarankan agar Depkominfo menerapkan fungsi kehumasan seutuhnya dan menugaskan pejabat struktural unit kerja yang memang memiliki tugas pokok dan fungsi yang sesuai dengan tugas yang diembankan tersebut, sehingga hasil akhir yang lebih maksimal dapat lebih diharapkan.

Dalam konteks menghadapi situasi dan kondisi krisis, disarankan agar Depkominfo merumuskan/ menyusun Standard Operating Procedure (SOP) tentang komunikasi krisis. Dengan adanya SOP yang baku ini, jika terjadi situasi atau kondisi krisis, Depkominfo dapat menjadi lebih siap sehingga penanganan komunikasi krisis tidak lagi bersifat ad hoc, tetapi menjadi lebih terencana dan sistematis.

Sebagai implikasi akademis dari penelitian ini adalah perlunya dilakukan studi lanjutan yang bersifat kuantitatif untuk mengukur efektifitas/ dampak aktifitas lembaga humas seperti Departemen Komunikasi dan Informatika.