



UNIVERSITAS INDONESIA

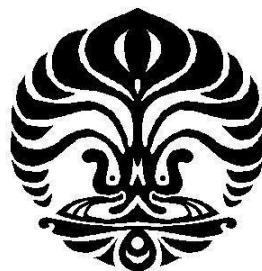
**PERAN HUMAS LEMBAGA NEGARA DALAM MENJAGA
REPUTASI ORGANISASI
(STUDI PADA PERAN HUMAS DPR RI DALAM MENJAGA
REPUTASI KINERJA ANGGOTA DPR RI)**

SKRIPSI

TIKA OKTAVIANINGSIH

0806346565

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM S1 REGULER ILMU KOMUNIKASI
HUBUNGAN MASYARAKAT
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERAN HUMAS LEMBAGA NEGARA DALAM MENJAGA
REPUTASI ORGANISASI
(STUDI PADA PERAN HUMAS DPR RI DALAM MENJAGA
REPUTASI KINERJA ANGGOTA DPR RI)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

TIKA OKTAVIANINGSIH

0806346565

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM S1 REGULER ILMU KOMUNIKASI
HUBUNGAN MASYARAKAT
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Tika Oktavianingsih

NPM : 0806346565

Tanda Tangan

: 

Tanggal

: 6 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Tika Oktavianingsih
NPM : 0806346565
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Humas Lembaga Negara dalam Menjaga Reputasi Organisasi (Studi Pada Peran Humas DPR RI dalam Menjaga Reputasi Kinerja Anggota DPR RI)

Telah berhasil mempertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Sarjana Reguler, Kehumasan, Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Dewan Penguji

Pembimbing :

Dr. Effy Zalfiana Rusfian, Msi


(.....)

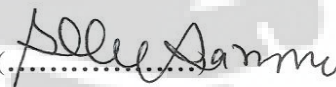
Penguji Ahli :

Dra. Henny S. Widyaningsih, Msi


(.....)

Ketua Sidang :

Dr. Billy K. Sarwono, M.A


(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 6 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang luar biasa senantiasa tercurahkan kepada Allah SWT, karena dengan izinNya, rahmatNya dan berbagai kemudahan yang Ia berikan saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Humas Lembaga Negara dalam Menjaga Reputasi Organisasi (Studi Pada Humas DPR RI dalam Menjaga Reputasi Kinerja Anggota DPR RI)” ini tepat pada waktunya. Banyak rintangan dan tantangan yang saya hadapi dalam melakukan penelitian ini. Namun semua itu dapat dilalui berkat dukungan dan doa dari keluarga, pembimbing dan teman-teman.

Permasalahan dalam penelitian ini bermula dari keprihatinan saya terhadap reputasi kinerja yang buruk Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), yang merupakan lembaga negara yang memiliki fungsi-fungsi penting dalam keneragaan. Padahal DPR RI memiliki divisi Humas yang idealnya dapat menjaga reputasi organisasi. Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini berusaha mencari tahu lebih dalam mengenai bagaimana peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR RI dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas dalam menjaga reputasi kinerja tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pencerahan dan jawaban dari permasalahan ini.

Namun demikian. Saya sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan, baik dalam proses maupun hasil penelitian. Untuk itu, dengan kerendahan hati saya mengharapkan masukan, saran, pendapat serta kritik dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Jakarta, 6 Januari 2012

Tika Oktavianingsih

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT karena berkat ijin, rahmat, berkah dan berbagai kemudahan yang telah Ia berikan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Selama pembuatan skripsi ini saya tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

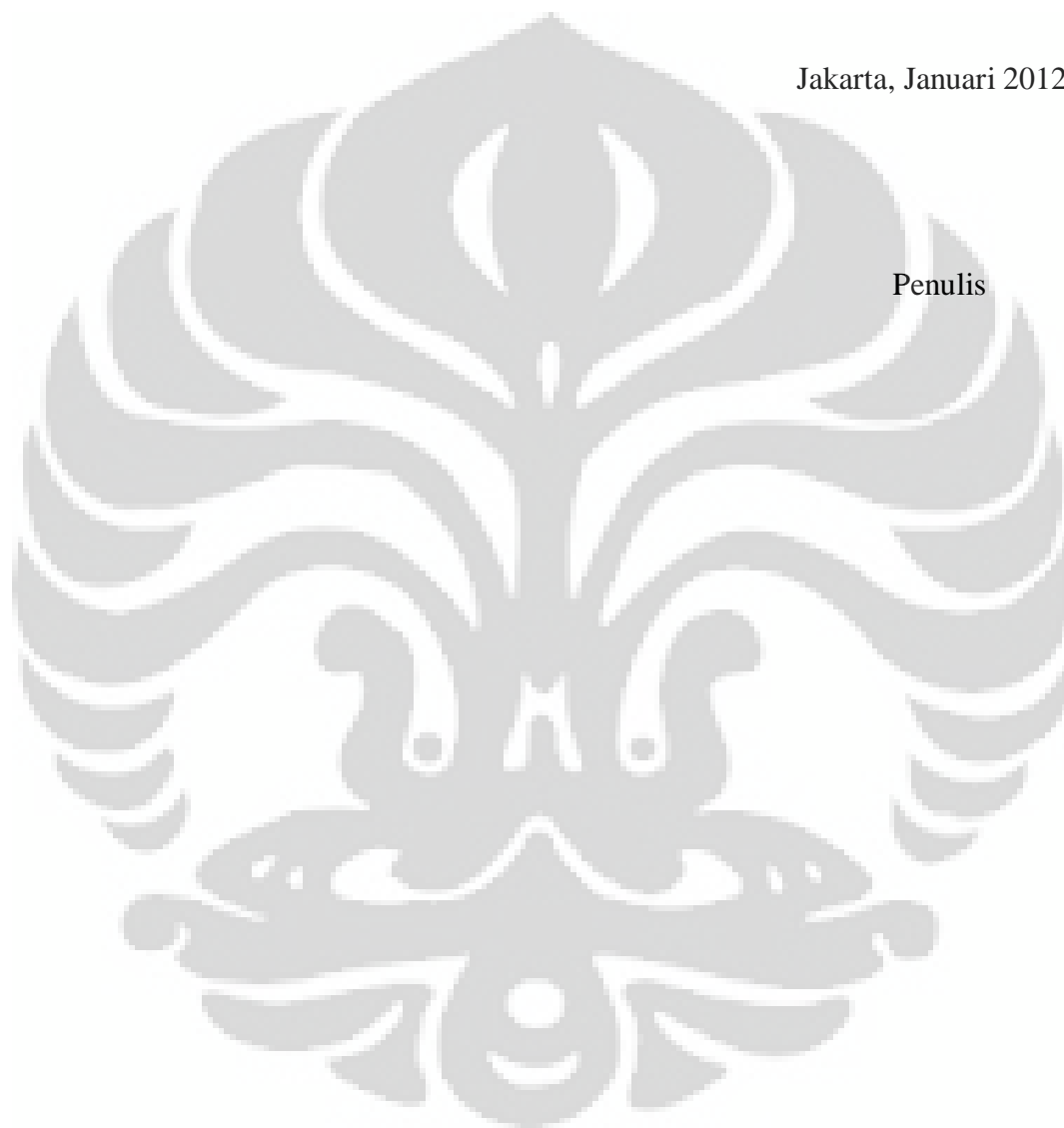
1. Dra. Ken Reciana M.A, selaku Kepala Program S1 Reguler Komunikasi
2. Dr. Effy Zalfiana Rusfian, Msi selaku dosen pembimbing yang sangat luar biasa membimbing penulis dengan penuh cinta dan kesabaran. Terima kasih atas waktu, tenaga, dan pikiran yang diberikan untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi ini dari mulai *outline* skripsi hingga skripsi ini selesai.
3. Dra. Henny S. Widyaningsih, Msi selaku penguji ahli dan Dr Billy Sarwono, MA selaku Ketua Sidang
4. Kedua orang tua, Bpk Eko B Santoso dan Ibu Titik A yang tiada hentinya memberikan dukungan dan doa kepada penulis selama penyusunan skripsi. Terima kasih juga kepada adik tersayang Kurnia Rizki Hanjani atas dukungan, doa, dan canda tawa selama ini.
5. Para pengajar Komunikasi FISIP UI yang selama ini memberikan bekal ilmu yang bermanfaat di masa yang akan datang
6. Seluruh keluarga om, tante, pakde, bude, dan kakak-kakak, yang sudah mendukung dan mendoakan penulis hingga skripsi ini selesai
7. Sahabat perjuangan satu bimbingan Merry Arizona, Riris Novalisa, dan Catherina Intan. Akhirnya kita memulai dan menyelesaikan skripsi bersama-sama.
8. Sahabat-sahabat yang sangat luar biasa, Yoyo, Dila, David, Nea, Panda, Ruth, Santi, Melva, Neta, Monic, dan Vana. Terima kasih atas persahabatan yang tiada akhir ini.
9. Teman-teman Komunikasi 2008, terima kasih atas 3,5 tahun yang tak akan terlupakan bersama kalian
10. Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI atas kesempatan dan ijin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian
11. Kelima Informan : Drs. Djaka Dwi W, Msi; Drs, Suratna, Msi; Ir. H Tjatur Sapto Edy, MT; K. Dharma Gunawan S.Sos dan Ir. Djaka Winarso, Msi
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung penulis menyelesaikan skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya bidang kehumasan.

Jakarta, Januari 2012

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tika Oktavianingsih
NPM : 0806346565
Program Studi : Sarjana Reguler – Kehumasan
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Peran Humas Lembaga Negara dalam Menjaga Reputasi Organisasi
(Studi Pada Peran Humas DPR RI dalam Menjaga Reputasi Kinerja
Anggota DPR RI)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia bebas menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 6 Januari 2012

Yang menyatakan,



(Tika Oktavianingsih)

ABSTRAK

Nama : Tika Oktavianingsih
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Judul : Peran Humas Lembaga Negara Dalam Menjaga Reputasi Organisasi (Studi Pada Peran Humas DPR RI dalam Menjaga Reputasi Kinerja Anggota DPR RI)

Humas memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga reputasi kinerja sebuah organisasi. Pentingnya peran humas ini sangat dibutuhkan pada lembaga negara, khususnya lembaga legislatif Indonesia (DPR RI) yang saat ini banyak dilanda pemberitaan negatif. Peneliti ingin melihat bagaimana peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR RI dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas dalam melakukan peran ini. Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif dengan strategi studi kasus dan menggunakan teknik analisa tematik. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa humas DPR RI telah melakukan berbagai strategi komunikasi dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR, diantaranya penerbitan Majalah & Bulletin Parlementaria, *blocking rubric*, TV Parlemen, Website DPR, Konferensi Pers, dan Parlemen Remaja. Hambatan-hambatan yang dihadapi humas diantaranya tidak adanya komunikasi antara humas dan anggota DPR, struktur dan birokrasi humas yang jauh dari strategis, dan *media relations* yang rendah.

Kata kunci : peran humas, humas lembaga negara, DPR RI, reputasi, kinerja

ABSTRACT

Name : Tika Oktavianingsih
Study Program : Public Relations
Title : The Role of Public Relations of State Agency to Maintain Its Organizational Reputation (Study on Public Relation in House of Representative of Indonesia to Maintain The Reputation of Performance of House of Representative Members)

Public Relations have a significant role to maintain the reputation of performance of the organization. The importance of this role of public relations needed in state agency, particularly in House of Representative of Indonesia which is has a lot of bad reporting in media. In this case, researcher tries to examine as how public relations of House of Representative manage to maintain its reputation of performance of House of Representative of Indonesia member. This qualitative research is conducted in a descriptive way, case study strategy, and using a thematic analysis technic. This research briefly comes to result, it reveals that Public Relations of House of Representative of Indonesia have some strategy of communication, which are Parleментарia Magazine & Bulletin, *blocking rubric*, TV Parlemen, website DPR RI, Press Conference and Parlemen Remaja. The obstacles faced by public relations are there's no communications between public relations and House of Representative Member, bureaucracy and unfavourable structure of Public Relations Division, and unpleasant media relations.

Key words: Public relations' role, Public relations of State Agencies, DPR RI, Reputation, performance

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Signifikansi Penelitian.....	15
1.5.1 Signifikansi Akademis.....	15
1.5.2 Signifikansi Praktis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17
2.2 Kerangka Konsep.....	24
2.2.1 Hubungan Masyarakat.....	24
2.2.1.1 Definisi Hubungan Masyarakat.....	24
2.2.1.2 Fungsi Hubungan Masyarakat.....	27
2.2.1.3 Tugas Hubungan Masyarakat.....	29
2.2.1.4 Peran Hubungan Masyarakat.....	34
2.2.2 Humas Masyarakat Pemerintah.....	37
2.2.2.1 Tugas Humas Pemerintah.....	38
2.2.2.2 Peran Humas Pemerintah.....	39
2.2.3 Tahapan Model Perkembangan Komunikasi Humas.....	40
2.2.4 Rencana Strategis Humas.....	43
2.2.5 Reputasi.....	47
BAB III METODOLOGI	61
3.1 Paradigma Penelitian.....	61
3.2 Pendekatan Penelitian.....	62
3.3 Sifat Penelitian.....	63
3.4 Strategi Penelitian.....	64
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	65
3.6 Teknik Pemilihan Informan.....	66

3.7	Deskripsi Informan.....	67
3.8	Metode Analisa Data.....	69
3.9	Unit Analisis dan unit observasi.....	69
3.10	Kualitas Penelitian.....	69
3.11	Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	71
BAB IV HASIL TEMUAN.....		72
4.1	Deskripsi Singkat tentang Informan.....	72
4.2	Profil Organisasi.....	75
4.3	Fungsi, Peran dan Tugas Humas DPR RI.....	79
4.4	Strategi Komunikasi Humas DPR RI.....	82
	4.4.1. Media Massa.....	82
	4.4.2 Komunikasi Interpersoneal.....	88
4.5	Kegiatan Humas DPR RI.....	90
4.6	Reputasi Kinerja Anggota DPR RI.....	105
BAB V DISKUSI DAN INTERPRETASI.....		114
5.1	Peran Humas DPR RI dalam publikasi kinerja anggota.....	114
5.2	Strategi Komunikasi Humas DPR RI.....	115
5.3	Kegiatan Humas DPR RI.....	125
5.4	Peran Humas DPR dalam Menjaga Reputasi Kinerja Anggota DPR..	131
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		136
6.1	Kesimpulan.....	136
6.2	Rekomendasi.....	137
DAFTAR PUSTAKA.....		138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Press Agency</i>	40
Gambar 2.2 Model <i>Public Information</i>	41
Gambar 2.3 Model <i>Two-Way Asymmetrical</i>	42
Gambar 2.4 Model <i>Two-Way Symmetrical</i>	42
Gambar 2.5 Definisi Reputasi.....	48
Gambar 2.6 <i>From Identity to Reputation</i>	50
Gambar 2.7 <i>What Makes a Good Reputation</i>	52
Gambar 2.8 Model Citra dan Reputasi Organisasi.....	54
Gambar 2.9 <i>Six Source of Marketing Leverage</i>	59
Gambar 4.1 Struktur Biro Humas dan Pemberitaan dalam Sekjen.....	78
Gambar 4.1 Struktur Biro Humas dan Pemberitaan.....	78



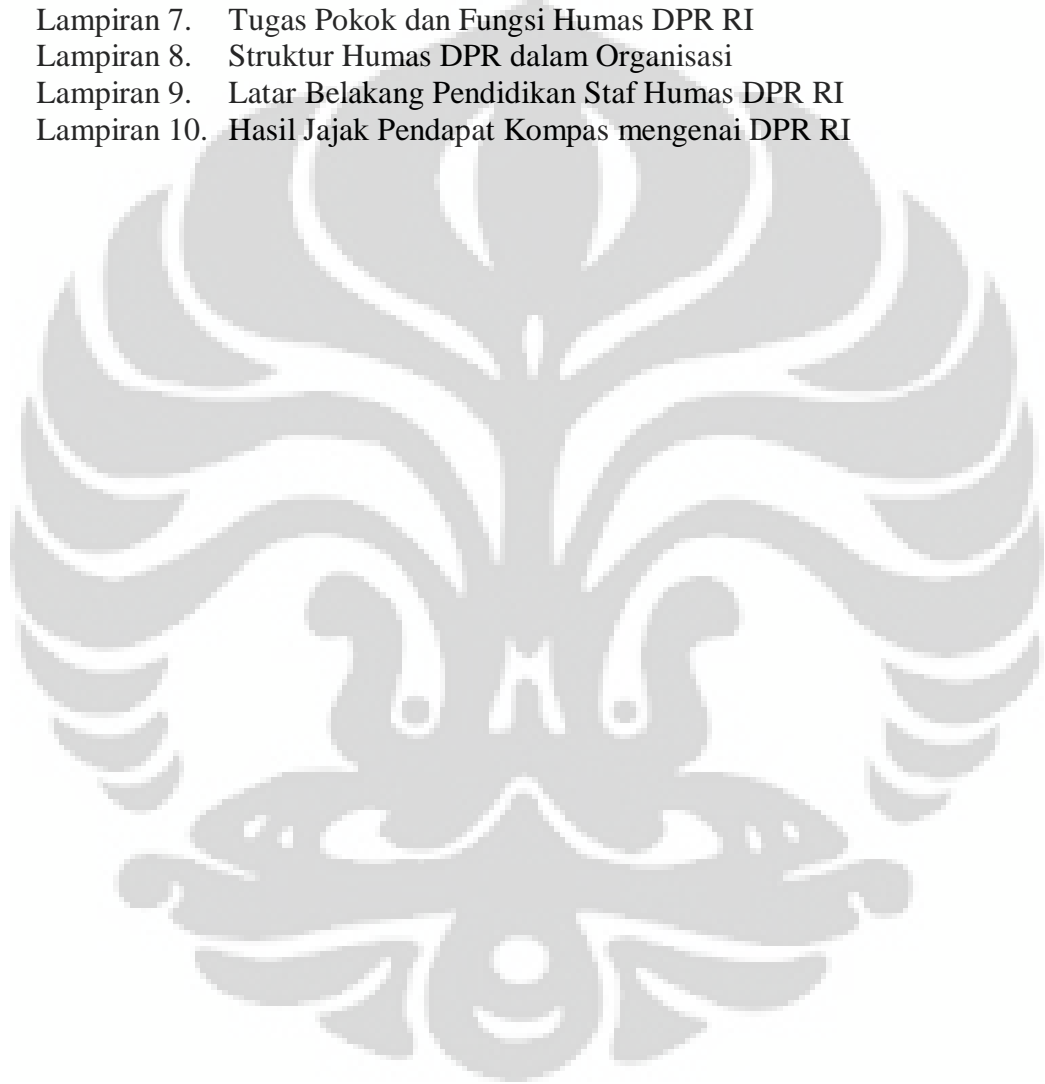
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrix Tinjauan Pustaka.....	19
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Panduan Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan 1
- Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 2
- Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan 3
- Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan 4
- Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan 5
- Lampiran 7. Tugas Pokok dan Fungsi Humas DPR RI
- Lampiran 8. Struktur Humas DPR dalam Organisasi
- Lampiran 9. Latar Belakang Pendidikan Staf Humas DPR RI
- Lampiran 10. Hasil Jajak Pendapat Kompas mengenai DPR RI



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Humas merupakan sebuah fungsi manajemen yang membangun serta menjaga hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya, yang pada akhirnya akan memberikan pengaruh terhadap kesuksesan atau kegagalan organisasi. Humas di dalam suatu perusahaan, institusi atau organisasi juga harus menciptakan komunikasi yang baik dengan publik-publiknya, baik publik di dalam perusahaan maupun publik di luar perusahaan. Komunikasi-komunikasi ini yang nantinya akan berpengaruh pada kesuksesan atau kegagalan organisasi.

Humas merupakan divisi yang memiliki andil besar dalam kesuksesan perusahaan atau organisasi. Humas memiliki fungsi, tugas dan peran tersendiri yang sangat berpengaruh dalam roda kegiatan sebuah perusahaan, institusi atau organisasi. Berdasarkan *Public Relations Society of America* (PRSA), humas memiliki fungsi diantaranya lain sebagai pemberi saran kepada pihak manajemen perusahaan, melakukan *research*, melakukan publisitas, mengadakan *special event*, membangun keterlibatan yang efektif dalam kebijakan publik, *fund raising*, memajemen isu, memadukan aktifitas pemasaran dengan mengadakan kegiatan khusus sekaligus membangun citra perusahaan, serta menjaga hubungan baik dengan para karyawan, media, industri, para penanam modal, dan kelompok-kelompok masyarakat lain. Adapun tugas humas adalah mengurus berbagai keperluan yang berhubungan dengan komunikasi dengan publiknya, mulai dari membuat *news release*, konferensi pers, penyedia informasi kepada wartawan, memproduksi majalah, mengatur acara, serta menerima kunjungan (Jefkin,1992).

Dibalik fungsi dan tugasnya, humas berperan sebagai komunikator, *back up management*, menciptakan program (*creator*), mengkonsep berbagai naskah (*conseptor*), penghubung antara manajemen dan karyawan (*mediator*), pemecah masalah (*problem solver*) dan pembangun citra perusahaan atau organisasi (*image*

maker)(Ruslan, 2010). Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006) dalam buku *Effective Public Relations*, terdapat empat peran penting humas dalam sebuah organisasi, yaitu *communication technician*, *expert prescriber*, *communication fasilitator*, dan *problem-solving fasilitator*. Peran humas sebagai *communication technician* berarti humas berperan sebagai pelaksana komunikasi di dalam organisasi. Sedangkan peran humas sebagai *expert prescriber* berarti humas adalah seorang ahli yang memberikan saran, nasehat kepada pimpinan organisasi. Disisi lain, peran humas sebagai *communication fasilitator* berarti humas adalah jembatan komunikasi antara publik dengan perusahaan dan peran humas sebagai *problem-solving fasilitator* berarti humas memfasilitasi pemecahan masalah di dalam organisasi.

Dari peran humas yang telah dijabarkan sebelumnya, peran humas terbesar bagi sebuah organisasi adalah menciptakan, membangun, meningkatkan dan menjaga citra sebuah organisasi. Citra suatu organisasi adalah hal yang sangat penting karena dari citra inilah publik dapat melihat dan berpendapat mengenai suatu organisasi. Publik memberikan penilaian kepada sebuah perusahaan didasarkan pada citra yang dibentuk dari perusahaan itu sendiri. Citra adalah serangkaian anggapan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek sehingga memungkinkan antara seseorang dan orang lainnya mempunyai kesan yang berbeda terhadap objek perusahaan. (Dowling, 2002, hal 20-21)

Selain citra, hal yang lebih jauh yang perlu diperhatikan bagi humas adalah membentuk, menjaga dan memelihara reputasi organisasi atau perusahaan. Hal ini sejalan dengan pengertian humas menurut *British Institute of Public Relations* (IPR). IPR mendefinisikan humas sebagai "*Public Relations is about reputation-the result of what you do, what you say and what other say about you. Public relations practice is the discipline which looks after reputation with the aim of earning understanding and support, and influencing opinion and behavior*" atau biasa diartikan bahwa humas adalah hal yang menyangkut reputasi, yaitu hasil dari apa yang Anda lakukan, apa yang Anda katakan, dan apa yang orang lain katakan mengenai Anda. Praktek humas adalah sebuah ilmu untuk menjaga reputasi dengan tujuan mendapatkan pengertian dan dukungan, serta

mempengaruhi opini dan perilaku (Newsom, Turk, Kruckeberg, 2004, hal 2). Definisi ini sejalan dengan tujuan umum dari kegiatan humas yaitu menciptakan, meningkatkan, dan mempertahankan reputasi serta citra positif dari organisasi yang diwakilinya, melalui hubungan yang harmonis dengan publiknya baik internal maupun eksternal. Dari pengertian dan tujuan umum kegiatan humas ini, reputasi yang baik merupakan hal yang penting dan ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Reputasi adalah *intangible asset* atau aset yang tidak tampak bagi sebuah organisasi. Walaupun tidak terlihat, keberadaan reputasi sangatlah berharga dari sekedar citra.

Reputasi berbeda dengan citra. Citra merupakan kesan yang dibentuk oleh perusahaan/organisasi untuk publik. Sedangkan reputasi merupakan penggabungan antara citra yang dibentuk perusahaan/organisasi dengan penilaian *stakeholder* dan publik atas kinerja perusahaan. Cardion (1997) mengatakan bahwa reputasi tidak sama dengan citra, reputasi diartikan sebagai sesuatu yang diakui oleh publik, sedangkan citra yaitu bagaimana perusahaan ingin dilihat oleh publik. Citra bisa hilang atau berubah dalam sekejap, sedangkan reputasi tidak karena reputasi dibangun lebih lama dari sekedar membangun citra.

Menurut Frank Jeffkins (1994) citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Menurut Kotler (2000), pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Sedangkan reputasi adalah akumulasi dari persepsi dan pendapat tentang organisasi yang berada dalam pikiran *stakeholder*. Dari kedua pengertian diatas, maka reputasi adalah sekumpulan perjalanan citra dari suatu perusahaan atau organisasi. Berdasarkan pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa citra dapat berpengaruh pada reputasi suatu organisasi.

Menurut Dowling (1994) reputasi perusahaan adalah "*if the total impression of a company (that is, its image) fits with the person's value about appropriate behavior for that company, then the individual will form a good reputation of that company*". Jadi reputasi adalah keseluruhan impresi (citra) yang digabungkan dengan nilai-nilai publik mengenai kinerja perusahaan, maka publik

akan menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan tersebut. Disisi lain, Doorley and Gracia (2007) mengartikan reputasi sebagai gabungan dari perilaku, kinerja dan komunikasi organisasi. Menurutnya, reputasi dipengaruhi dari persepsi dan citra dari berbagai macam *stakeholder* kemudian penggabungan dari kinerja dan sikap perusahaan tersebut ditambah dengan komunikasi. Komunikasi disini adalah bagaimana sebuah kinerja dan sikap perusahaan dikomunikasikan kepada para *stakeholder* tersebut. Jika salah satu diantaranya tidak baik, maka reputasi yang baik juga tidak akan diperoleh. Dari penjabaran ini terlihat jelas bahwa reputasi adalah gabungan antara citra, kinerja dan bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi mengkomunikasikan kinerja mereka.

Reputasi sebuah perusahaan atau organisasi, memiliki tiga karakteristik utama yaitu reputasi adalah figur kognitif dari industri yang membentuk tingkatan perusahaan diantara para kompetitornya. Dari karakteristik ini juga dapat menjadi pembeda suatu organisasi dengan organisasi lain, khususnya dengan kompetitornya. Karakteristik yang kedua adalah reputasi tercipta dari kombinasi kriteria personal konstituen akan ekonomi dan sosial dalam menilai perusahaan serta prospek masa depannya. Sedangkan karakteristik yang terakhir adalah reputasi merupakan prospek (*snapshot*) yang mencerminkan berbagai citra yang dimiliki perusahaan yang dihasilkan oleh para konstituennya. Reputasi menunjukkan keseluruhan keatraktifan perusahaan terhadap para karyawan, konsumen, investor, pemasok, dan komunitas lokal. (Fombrum, 1996)

Reputasi yang baik merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan atau organisasi. Reputasi yang baik adalah aset berharga yang membuka sebuah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau profit yang baik atau kinerja keuangan yang luar biasa. (Roberts & Dowling, 2002). Berdasarkan penelitian Peter W. Roberts dan Grahame R. Dowling dalam jurnal yang berjudul *Corporate Reputations and Sustained Superior Financial Performance* (2002), terbukti bahwa reputasi yang baik dari sebuah perusahaan berpengaruh besar terhadap kinerja keuangan dan profit dari suatu perusahaan.

Keberadaan reputasi yang baik sangat penting bagi setiap perusahaan ataupun organisasi. Karena reputasi inilah yang nantinya akan menciptakan

kepercayaan masyarakat terhadap organisasi dan dapat menciptakan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Reputasi tidak hanya penting di dalam perusahaan yang berorientasi terhadap profit, namun juga penting dalam organisasi nonprofit. Dalam organisasi nonprofit, reputasi menjadi penting agar masyarakat dapat meyakini bahwa keberadaan organisasi tersebut membawa hal yang positif di masyarakat. Reputasi positif juga dibutuhkan di organisasi pemerintahan. Berbagai lembaga pemerintahan harus memiliki reputasi yang baik dimata masyarakat karena sebagai penyelenggara pemerintahan, lembaga-lembaga ini wajib mendapatkan kepercayaan publik. Kepercayaan ini penting didapatkan karena publik merasa berbagai kinerja pemerintah pembiayaannya berasal dari masyarakat dalam bentuk pajak.

Lembaga yang tak kalah pentingnya untuk memiliki reputasi positif adalah lembaga negara. Lembaga sebagai penyelenggara negara wajib memiliki reputasi positif karena lembaga ini merupakan lembaga yang dipercaya publik dalam menjalankan hal-hal penting menyangkut kenegaraan. Yang termasuk dalam lembaga negara adalah lembaga eksekutif, lembaga legislatif dan lembaga yudikatif. Dari ketiga lembaga ini lembaga legislatiflah yang bisa paling membutuhkan reputasi yang baik karena lembaga ini merupakan lembaga negara strategis yang anggotanya dipilih langsung oleh rakyat serta memiliki tugas dan fungsi yang menyangkut kepentingan publik. Lembaga legislatif di Indonesia dikenal dengan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia atau DPR RI.

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) beranggotakan 550 orang dan terdiri dari 10 Fraksi dan 11 Komisi. DPR RI adalah lembaga legislatif yang mempunyai tiga fungsi utama, yaitu fungsi legislasi dimana DPR sebagai lembaga yang berfungsi dalam mengusulkan, membuat, dan mengesahkan undang-undang. Kemudian fungsi anggaran dimana DPR berfungsi menyusun dan mengesahkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), dan fungsi terakhir yaitu fungsi pengawasan dimana DPR sebagai lembaga legislatif berfungsi mengawasi kinerja lembaga eksekutif dalam hal ini presiden dan para mentrinya. Selain fungsi-fungsi ini, DPR berperan sebagai wakil rakyat di pemerintahan. Para anggota DPR-lah yang bertugas menyampaikan aspirasi

rakyat kepada pemerintah. Dari berbagai fungsi dan peran inilah yang menjadikan DPR sebagai organisasi yang harus memiliki reputasi yang baik demi mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yang diwakilinya. Posisi DPR sebagai lembaga politik yang sangat strategis dalam pemerintahan juga menuntut adanya reputasi positif dalam lembaga ini. Reputasi positif ditujukan agar masyarakat dapat mempercayai kinerja para wakil rakyatnya dan menciptakan *trust* kepada lembaga DPR. Reputasi positif DPR juga dibutuhkan agar tugas dan kewajiban para anggota DPR dapat berjalan dengan baik dan masyarakat dapat menerima semua hasil kerja DPR, yaitu pembuat undang-undang, pengawasan terhadap kinerja pemerintah, dan menyusun APBN, tanpa ada rasa curiga.

Namun yang terjadi saat ini, DPR sebagai lembaga negara yang memiliki andil besar dalam proses berlangsungnya kehidupan berbangsa dan bernegara sedang banyak didera pemberitaan buruk oleh media yang mengganggu reputasinya. Banyak media mengekspos berbagai permasalahan yang terjadi di DPR yang melibatkan para anggota DPR. Pemberitaan buruk mengenai lembaga terhormat ini sudah sangat akrab di telinga masyarakat. Selain pemberitaan, berbagai survey dan jajak pendapat yang berkaitan dengan para anggota DPR juga selalu menghasilkan reputasi yang buruk dan menyudutkan para anggota dewan.

Seperti hasil survey oleh Forum Masyarakat Peduli Parlemen Indonesia (Formappi) menyebutkan mayoritas masyarakat merasa belum terwakili oleh anggota DPR RI periode 2010-2014. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan hubungan antara anggota DPR dan konstituennya. Hasil survey menunjukkan sebanyak 93 % responden dari total 564 orang menyatakan tidak terwakili oleh anggota DPR. Sementara sisanya, 7%, mengaku terwakili. Survey yang dilakukan oleh Formappi dilakukan di tiga wilayah yang mewakili kelas ekonomi. Wilayah survey tersebut meliputi Kecamatan Cilincing, Kecamatan Tebet, dan Kecamatan Pasar Minggu. Survey ini memang dilakukan di Jakarta dengan alasan kemudahan akses informasi dan dekatnya lokasi konstituen dengan tempat kerja anggota DPR. Secara logika, survey yang dilakukan pada masyarakat Jakarta menunjukkan hasil seperti ini, bayangkan jika survey dilakukan pada masyarakat diluar Jakarta yang lokasinya jauh dari tempat kerja anggota DPR dan tidak

memiliki akses informasi yang besar. Pasti hasilnya akan jauh lebih mencengangkan dibandingkan dengan hasil ini. (sumber: <http://tempointeraktif.com>)

Selain itu, Kompas sebagai salah satu pihak yang sering melakukan polling kepada masyarakat mengenai Dewan Perwakilan Rakyat selalu menghasilkan hasil survey yang mencengangkan. Hasil survey yang dimuat Kompas pada tanggal 27 Desember 2010, menunjukkan 78,2% responden menganggap citra DPR buruk, 14,6% menganggap baik dan 7,2% tidak tahu. Survey Kompas pada tahun 2010 juga menunjukkan DPR sebagai lembaga yang paling korup dibandingkan enam lembaga lainnya, yaitu kepolisian, departemen pemerintahan, kejaksaan, kehakiman, pemda dan perpajakan (Kompas, 30/8/2010). Di tahun yang sama, hasil survey menunjukkan bahwa sebagian besar rakyat tidak percaya bahwa para anggota DPR akan berpihak kepada kepentingan rakyat dengan presentasi sebesar 52% (Kompas, 24/1/2010).

Pada tahun berikutnya, survey-survey yang dihasilkan Kompas menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda dengan tahun 2010. Hanya 11,5% masyarakat yang puas terhadap kinerja DPR, sisanya sebesar 84,6% menyatakan tidak puas dan 3,5% menjawab tidak tahu (Kompas, 8 Agustus 2011). Survey mengenai citra buruk DPR pun semakin meningkat dengan hasil 84,6% (Kompas, 1/7/2011). Selain itu, survey yang dimuat Kompas pada tanggal 4 April 2011, menghasilkan 72,3% masyarakat menganggap anggota DPR tidak peduli dengan kritik rakyat yang selama ini ditujukan kepada para anggota dewan, hanya 22,9% masyarakat yang menganggap anggota DPR peduli terhadap kritik rakyat dan 4,8% menjawab tidak tahu. Selain ketidakpedulian anggota dewan kepada kritik masyarakat, 74% masyarakat juga merasa aspirasi mereka tidak terwakili oleh para anggota dewan, hanya 20,3% warga merasa aspirasinya terwakili dan 5,4% tidak menjawab.

Disisi lain, *headlines* Kompas 18/4/2011 mengungkapkan hasil jajak pendapat pembacanya mengenai kualitas anggota DPR serta citra DPR secara keseluruhan. Hasilnya sangat mengecewakan. Citra buruk DPR periode 2004-2009 bervariasi antara 43,0 % (Desember 2004) sampai dengan 81,3 % (Juli

2008) sedangkan citra buruk DPR periode 2009-2014 tercatat naik dari 64,0 % menjadi 68,8 % (April 2011). Sedangkan kinerjanya juga ternyata tidak jauh berbeda. Anggota DPR periode 2009 -2014 menunjukkan kinerja buruk yang meningkat dari 54,7 % (September 2009) menjadi 60,9 % pada Januari 2011. Padahal, profil anggota DPR ini jauh lebih baik daripada anggota DPR sebelumnya. Tingkat pendidikan mereka adalah 90,6 % sarjana, termasuk 41,1 % yang pasca sarjana. Usia mereka juga sangat produktif yaitu 25 - 50 tahun. Lebih daripada separuhnya (50,6 %) adalah wajah baru yang berasal dari swasta. Hasil ini menunjukkan tingkat pendidikan yang lebih tinggi serta usia produktif tidak berbanding lurus dengan citra dan kinerjanya.

Survey Kompas terbaru pada 10 Oktober 2011 mengeluarkan hasil yang jauh lebih mencengangkan. Sebesar 89,4% masyarakat tidak puas terhadap kinerja anggota DPR dalam fungsi perwakilan rakyat. Hanya 9,5% menjawab puas dan sisanya 1,1% tidak tahu atau tidak menjawab. Selain jajak pendapat yang pernah dilakukan Kompas, hasil yang mengecewakan juga didapat dari hasil jajak pendapat mengenai kinerja DPR yang dimuat dalam harian Republika tanggal 16 Mei 2011. Hasil jajak pendapat tersebut adalah 69,92% masyarakat beranggapan kinerja DPR sangat buruk dan 21,55% mengatakan buruk. (Sumber : <http://republika.co.id>).

Disisi lain, banyak permasalahan, pro kontra, dan kritikan yang dihadapi anggota DPR dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Mulai dari sebutan calo anggaran, banyaknya anggota DPR yang terlibat kasus korupsi dan kemunculannya dalam video porno, pro kontra studi banding ke luar negeri, dan permasalahan legislasi yang tak kunjung selesai. Permasalahan legislasi ini menjadi masalah yang paling memilukan. Sebagai lembaga yang tugasnya mengusulkan, membuat dan mengesahkan undang-undang, DPR seharusnya berkomitmen terhadap tugas pokoknya ini. Namun, kinerja yang satu ini dianggap sangat lambat. Pada tahun 2009, DPR hanya menghasilkan 39 undang-undang dengan target awal sebanyak 82 rancangan undang-undang. Kinerja ini semakin menurun di tahun berikutnya. Pada tahun 2010, DPR hanya menghasilkan 15 undang-undang dari target awal sebanyak 70 rancangan undang-undang (Kompas,

11 April 2011). Kinerja DPR dalam membuat anggaran negara juga dinilai masyarakat kurang memuaskan. Pada tahun 2008 sebesar 71% masyarakat tidak puas dengan kinerja DPR dalam membuat dan mengesahkan anggaran negara dan tahun 2011 semakin meningkat dengan 82,9% masyarakat tidak puas dengan fungsi DPR yang satu ini (Kompas, 1 Juli 2011).

Permasalahan yang tak kalah peliknya adalah soal mangkirnya para anggota dalam sidang paripurna. Soal absensi dalam setiap rapat dan sidang ini tampaknya sudah dianggap berlalu, padahal absensi menunjukkan disiplin. Makin rendah disiplin makin tinggi absensi. Makin rendah disiplin, makin rendah pula integritasnya. Dari data Sekretariat Jenderal DPR, hanya sekitar 71% anggota dewan yang mengikuti persidangan periode April-Juni 2010. Data itu menunjukkan penurunan yang konsisten dari dua masa sidang sebelumnya masing-masing 84 % dan 92%. Jika tren penurunan ini terus berlanjut, sidang paripurna DPR tidak akan pernah mencapai kesepakatan untuk memutus berbagai undang-undang penting bagi kehidupan bernegara. (sumber : <http://bataviase.co.id>)

Citra dan reputasi buruk ini DPR semakin diperparah oleh kasus *video porno* yang ditonton salah seorang anggota DPR pada saat sidang paripurna yang secara moral sudah melecehkan lembaganya sendiri. Satu lagi yang menjadi sorotan publik kepada lembaga DPR adalah mengenai pendapatan anggota DPR yang dirasa berlebihan. Setiap anggota DPR mendapatkan gaji kurang lebih Rp. 51.567.200/bulan (sumber: <http://vivanews.com>). Angka ini belum termasuk berbagai tunjangan yang didapatkan. Belum lagi fasilitas-fasilitas yang didapatkan seperti rumah dinas, mobil dinas, dan perjalanan gratis ke luar negeri. Peliknya pemberitaan mengenai anggota DPR ditambah dengan diduganya beberapa anggota DPR yang terlibat dalam kasus suap wisma atlet di Palembang dengan tersangka Nazarudin yang menggemparkan pemberitaan media akhir-akhir ini.

Tidak hanya kasus-kasus pribadi yang membelit anggota DPR, masalah kelembagaan DPR juga menjadi sorotan publik, diantaranya kasus yang belum lama ini mencuat ke publik adalah rencana pembangunan gedung baru DPR yang diperuntukkan sebagai tempat kerja anggota. Gedung yang akan dibangun setinggi

36 lantai ini diperkirakan akan menghabiskan biaya sebesar 1,2 triliun atau sekitar 800 juta untuk setiap ruangan anggota DPR. Pembangunan gedung ini banyak ditentang banyak pihak. Berdasarkan polling yang dilakukan oleh Kompas, mayoritas khalayak atau sekitar 82,2% tidak setuju dengan rencana pembangunan gedung baru DPR. Lebih dari tiga perempat atau 75,2% responden menilai pembangunan gedung baru DPR bukan kebutuhan yang mendesak atau prioritas saat ini dan sebagian besar responden tidak yakin pembangunan gedung baru akan meningkatkan kinerja anggota DPR. (sumber : <http://grafis.kompas.com>).

Selain itu, kasus terbaru yang membelit kelembagaan DPR adalah rencana renovasi toilet di 22 lantai Gedung Nusantara I atau gedung kerja anggota DPR yang rencananya akan menghabiskan dana sebesar 2 Milyar rupiah. Angka tersebut dirasa terlalu besar untuk pembangunan toilet. Belum lagi masalah renovasi ruang rapat Badan Anggaran yang telah menghabiskan dana sebesar 20 Milyar rupiah. Angka trilyunan dan milyaran rupiah dianggap berlebihan untuk pembangunan DPR karena mengingat masih banyak kebutuhan rakyat yang jauh lebih penting.

Dari berbagai permasalahan dan hasil jajak pendapat atau polling yang telah dipaparkan, semua hal ini berakibat pada semakin buruknya reputasi kinerja anggota dewan. Buruknya reputasi kinerja DPR tersebut menyebabkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap para wakil rakyatnya. Dengan memburuknya reputasi DPR maka keberadaan DPR sebagai lembaga negarapun akan dipertaruhkan. Salah satu yang menyebabkan reputasi buruk DPR ini dapat disebabkan karena kurang berperannya kinerja humas dalam mengkomunikasikan kinerja anggota DPR dan kebijakan organisasi kepada publik. Kurangnya komunikasi humas kepada publik menyebabkan kurangnya pemahaman publik mengenai kinerja DPR sehingga yang menjadi sorotan selama ini hanyalah pemberitaan-pemberitaan buruk yang muncul di media mengenai DPR. Di sisi lain pemberitaan buruk mengenai kinerja anggota dewan juga dapat disebabkan karena lemahnya kinerja humas dalam *media relations*. *Media relations* merupakan salah satu sarana humas dalam menjaga hubungan baik

dengan media agar dapat membantu mempublikasikan kinerja anggota dewan kepada publik. Pemberitaan buruk DPR juga bisa disebabkan karena humas sebagai pihak yang berperan dalam mengkomunikasikan kinerja DPR dan keputusan lembaga kepada publik memiliki hambatan-hambatan tersendiri dalam melakukan tugas-tugasnya yang disebabkan oleh budaya organisasi di DPR.

Dengan banyaknya pemberitaan buruk mengenai anggota dewan dan DPR secara kelembagaan, maka diperlukan peran humas yang handal untuk dapat mempublikasikan kinerja anggota dewan dan keputusan lembaga demi menjaga reputasi positif kinerja anggota dewan. Humas sebagaimana yang dikatakan oleh *Institute of Public Relations*, Dowling dan Cutlip, Centre & Broom berperan menjaga citra dan reputasi organisasi. Humas juga berperan sebagai *communication technician* yang dalam hal ini humas mengkomunikasikan kinerja organisasi kepada publik agar publik dapat mengetahui hal-hal apa saja yang telah dan akan dilakukan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan organisasi. Humas DPR sangat penting keterlibatannya dalam mempublikasikan kinerja anggota dewan untuk menjaga reputasi kinerja anggota DPR itu sendiri. Hal ini dikarenakan DPR sebagai lembaga negara yang berperan sebagai perwakilan rakyat di pemerintahan dan berfungsi sebagai pembentuk kebijakan publik dan undang-undang, mengesahkan APBN, dan fungsi pengawasan wajib memiliki reputasi yang baik agar masyarakat dapat mempercayai kinerja DPR. Selain itu, DPR sebagai lembaga politik yang kedudukannya sangat strategis dalam pemerintahan juga dituntut memiliki reputasi kinerja yang baik dimata masyarakat. Pemilihan anggota DPR secara langsung oleh rakyat juga merupakan alasan mengapa humas DPR harus berperan dalam menjaga reputasi kinerja organisasi ini dengan mempublikasikan kinerja anggota dewan dan kebijakan lembaga.

1.2 Permasalahan

Humas memiliki peran, fungsi dan tugas penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Peran humas yang terpenting dalam suatu organisasi adalah menciptakan, membangun, dan menjaga citra dan reputasi yang baik dari organisasi yang menaunginya. Citra adalah bagaimana suatu organisasi ingin dilihat oleh orang lain. Sedangkan reputasi ialah bagaimana suatu perusahaan atau organisasi membangun kinerja positif sehingga publik memandang perusahaan atau organisasinya positif. Cardion (1997) mengatakan bahwa reputasi tidak sama dengan citra, reputasi diartikan sebagai sesuatu yang diakui oleh publik, sedangkan citra yaitu bagaimana perusahaan ingin dilihat oleh publik. Citra bisa hilang atau berubah dalam sekejap, sedangkan reputasi tidak karena reputasi dibangun lebih lama dari sekedar membangun citra.

Disisi lain, *British Institute of Public Relations* (IPR) mendefinisikan humas sebagai pihak yang berperan penting dalam membangun dan menjaga reputasi organisasi, dimana reputasi diartikan sebagai hasil dari apa yang organisasi lakukan, apa yang organisasi katakan, dan apa yang orang lain katakan mengenai organisasi. IPR juga mendefinisikan praktek humas sebagai sebuah ilmu untuk menjaga reputasi dengan tujuan mendapatkan pengertian dan dukungan, serta mempengaruhi opini dan perilaku publik (Newsom, Turk, Kruckeberg, 2004, hal 2). Dari pengertian humas ini, terlihat jelas bahwa humas bertanggung jawab atas reputasi dalam sebuah organisasi. Menurut Nova (2009), reputasi adalah *intangible asset*, aset yang tidak tampak namun mempunyai dampak besar bagi perusahaan/organisasi. Reputasi merujuk definisi pandangan khalayak tentang karakter atau kualitas kepribadian kita. Thomas Fuller mengatakan “Reputasi yang baik adalah tanggung jawab besar” (Nova, 2009, hal 207).

Menurut Dowling (1994) reputasi adalah keseluruhan citra (*image*) yang digabungkan dengan nilai-nilai publik mengenai kinerja perusahaan maka publik akan menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan tersebut. Disisi lain, Doorley and Gracia (2007) mengartikan reputasi sebagai gabungan dari perilaku, kinerja dan komunikasi organisasi. Menurutnya, reputasi dipengaruhi dari

persepsi dan citra dari berbagai macam stakeholder kemudian penggabungan dari kinerja dan sikap perusahaan tersebut ditambah dengan komunikasi. Komunikasi disini adalah bagaimana sebuah kinerja dan sikap perusahaan dikomunikasikan kepada para *stakeholder* tersebut. Jika salah satu diantaranya tidak baik, maka reputasi yang baik juga tidak akan diperoleh. Dari penjabaran ini terlihat jelas bahwa reputasi adalah gabungan antara citra, kinerja dan bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi mengkomunikasikan kinerja mereka.

Seluruh perusahaan atau organisasi perlu menjaga reputasinya karena reputasi akan menentukan keberlangsungan organisasi atau perusahaan tersebut. Reputasi yang baik harus dijaga karena reputasi perusahaan adalah harta berharga. Menjaga reputasi adalah sebuah hal yang esensial dari peran strategis humas yang harus memperhitungkan seluruh *stakeholder*, dimana persepsi mereka tentang organisasi akan menentukan reputasi tersebut. (Louisot, 2004)

Penjagaan atas reputasi dimungkinkan karena banyak faktor dari luar atau dari dalam perusahaan yang memungkinkan jatuhnya atau buruknya sebuah reputasi. Resiko dan ketidakpastian, baik positif atau negatif, harus dijaga dengan pendekatan sistem yang holistik, karena tidak ada yang disebut resiko reputasi melainkan keseluruhan hal yang berdampak pada reputasi. (Louisot, 2004)

Reputasi yang baik penting dimiliki oleh setiap perusahaan atau organisasi. Tidak hanya perusahaan yang mencari keuntungan, namun perusahaan atau organisasi yg tidak berorientasi mencari untungpun wajib memiliki reputasi yang baik. Lembaga pemerintah sebagai penyelenggara pemerintahan juga wajib memiliki reputasi yang baik. Hal ini ditujukan agar masyarakat percaya bahwa keberadaan organisasi atau lembaga tersebut membawa dampak positif pada masyarakat. Salah satu organisasi yang tak ketinggalan membutuhkan reputasi yang positif adalah lembaga negara. Dari tiga lembaga negara yang ada (eksekutif, legislatif dan yudikatif), lembaga legislatiflah yang paling membutuhkan reputasi positif.

Lembaga legislatif di Indonesia disebut dengan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). DPR RI merupakan lembaga negara yang sangat

mebutuhkan reputasi baik di mata masyarakat. Hal ini disebabkan karena lembaga ini merupakan lembaga yang memiliki tiga fungsi penting dalam kenegaraan, yaitu fungsi legislasi (pembuat undang-undang), fungsi pengawasan, dan fungsi anggaran. Melalui reputasi yang baik, DPR akan mendapatkan *trust* dari masyarakat sehingga masyarakat dapat mempercayai seluruh hasil kinerja DPR. Perlunya reputasi yang baik bagi DPR juga disebabkan karena DPR merupakan lembaga politik yang strategis dengan pemilihan anggota secara langsung. Hal ini menuntut para anggota DPR dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya kepada masyarakat melalui reputasi kinerja yang baik.

Namun yang terjadi saat ini banyak pemberitaan negatif mengenai anggota DPR dan DPR secara kelembagaan. Tidak hanya pemberitaan, berbagai hasil polling dan jajak pendapat yang telah dijabarkan sebelumnya pada latar belakang masalah mengenai para anggota dewan pun selalu menunjukkan hasil negatif dan dapat menjatuhkan reputasi kelembagaan DPR. Pentingnya reputasi yang baik bagi DPR sebagai lembaga negara mengharuskan humas DPR berperan aktif dalam mempublikasikan kinerja organisasi demi menjaga reputasi kinerja anggota dewan tersebut. Seperti yang telah dijelaskan oleh Dowling dan Doorley & Gracia bahwa reputasi adalah gabungan dari citra, kinerja dan bagaimana organisasi mengkomunikasikan kinerjanya kepada publik. Reputasi buruk DPR ini bisa disebabkan oleh masih minimnya peran humas DPR sebagai pihak yang mengkomunikasikan kinerja dewan. Sehingga yang sering muncul di media adalah pemberitaan buruk mengenai DPR dan kurangnya pemahaman publik mengenai kinerja-kinerja dan hasil keputusan kelembagaan DPR. Disisi lain, reputasi buruk mengenai kinerja anggota dewan ini juga bisa disebabkan karena humas DPR menghadapi hambatan-hambatan tertentu dalam melakukan publikasi mengenai kinerja anggota dewan yang disebabkan oleh budaya organisasi di DPR.

Untuk itu melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana peran humas DPR dalam mempublikasikan kinerja anggota dewan untuk menjaga reputasi kinerja anggota dewan dan apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi humas DPR dalam mempublikasikan kinerja lembaga demi menjaga reputasi kinerja anggota DPR tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- Bagaimana peran Humas DPR RI dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR ?
- Apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi Humas DPR dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR ?

1.4 Tujuan

- Mengidentifikasi peran Humas DPR RI dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR RI
- Mengidentifikasi hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas DPR dalam menjaga reputasi kinerja anggota dewan

1.5 Signifikansi

1.5.1 Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan dan kontribusi positif bagi ilmu komunikasi terutama dibidang humas berkaitan dengan kegiatan peran humas pada lembaga negara dalam menjaga reputasi kinerja anggota dewan.

1.5.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai peran Humas DPR RI dalam menjaga reputasi kinerja anggota dewan dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas DPR RI dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR RI.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah :

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi mengenai hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini. Di dalam rincian bab ini, terdapat penjelasan mengenai latar belakang penelitian, permasalahan, tujuan penelitian, dan signifikansi penelitian, baik signifikansi penelitian akademis maupun signifikansi penelitian praktis.

b. Bab II Kerangka Konsep

Pada bab ini, peneliti menguraikan tinjauan pustaka dan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini.

c. Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian. Diantaranya penjelasan mengenai paradigma penelitian, pendekatan penelitian, sifat penelitian, strategi penelitian, metode pengumpulan data, teknik pemilihan informan, deskripsi informan, metode analisa data, unit analisis dan unit observasi, kualitas penelitian dan kekurangan serta keterbatasan penelitian.

d. Bab IV Hasil Temuan

Pada bab ini berisi mengenai analisis hasil temuan peneliti di lapangan.

e. Bab V Diskusi dan Interpretasi

Bab ini berisi mengenai diskusi dan interpretasi peneliti berdasarkan hasil temuan di lapangan, baik berasal dari data primer dan data sekunder.

f. Bab VI Kesimpulan dan Rekomendasi

Bab ini berisi mengenai kesimpulan hasil penelitian dan rekomendasi-rekomendasi peneliti, baik rekomendasi akademis maupun rekomendasi praktis.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Analisis Fungsi, Peran, Tugas dan Strategi Humas pada Kementerian Negara Pemuda dan Olah Raga Republik Indonesia (Piet Magda Mory, 2008)

Skripsi ini ingin melihat bagaimana peran, tugas dan strategi humas pada Kementerian Negara Pemuda dan Olah Raga Republik Indonesia (Kemenpora). Ini dilatarbelakangi karena Kemenpora sebagai lembaga yang baru berdiri kembali, dihadapkan pada berbagai kendala. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak terkait di Biro Hukum dan Hubungan masyarakat Kemenpora. Peneliti juga mengumpulkan data dengan studi dokumentasi mengenai kegiatan-kegiatan Humas Kemenpora. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa pelaksanaan fungsi, peran, tugas dan strategi humas Kemenpora masih berorientasi pada anggaran daripada profit, organisasi yang gemuk membuat Kemenpora lambat dalam pembuatan peraturan dan kebijakan, publik dilihat lebih dilihat secara politis daripada konsumen, kurangnya pemahaman bahwa citra pemerintah juga mencerminkan citra negara dan bangsa.

II.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Lembaga Legislatif (*Corporate Image*) Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia (DPR RI) di Mata Masyarakat (Studi pada konstituen/pemilih di Wilayah DKI Jakarta) (Kharisma Nasionalita, 2010)

Skripsi ini ingin melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi citra lembaga legislatif (*corporate image*) Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) di mata masyarakat. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis dengan metode penelitian kuantitatif. Sifat penelitiannya eksplanatif dengan metode pengumpulan data melalui kuestioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat/pemilih, sedangkan sampelnya adalah masyarakat/pemilih yang menggunakan hak pilihnya pada pemilihan langsung legislatif tahun 2009 di

Jakarta Pusat dengan jumlah 60 orang. Teknik analisisnya menggunakan teknik analisa data univariat yang disajikan dalam tabel frekuensi. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat lima faktor yang memiliki pengaruh nyata terhadap citra lembaga legislatif, yaitu *communication, support, quality of product/service, product/service innovations, dan ethical behavior of the company.*

2.1.3 *Corporate Reputation Management in the U.S Pharmaceutical Industry*
(*Journal in Institute for Public Relations, Kimberly Goldstein & John Doorley, New York University and Paul Turner, Ashcroft International Business School, Cambridge, UK ; April 2011*)

Reputasi dari sebuah perusahaan berhubungan dengan tingkat dimana mereka memiliki program dalam manajemen reputasi. Untuk mengidentifikasi hipotesis, peneliti mensurvey industri farmasi di Amerika yang mana reputasinya terlihat bagus. Peneliti membandingkan pengukuran reputasi dan usaha manajemen dari perusahaan yang paling disukai dengan perusahaan yang kurang disukai. Data mengindikasikan sebuah hubungan positif dari lima area, yaitu hubungan antara reputasi dan memiliki program pengukuran reputasi yang terus menerus, memiliki sebuah rencana formal dalam manajemen reputasi, memiliki seseorang atau sebuah unit yang bertanggung jawab dalam mengkoordinasi manajemen reputasi, dan memiliki pimpinan komunikasi sebagai seorang anggota dari komite eksekutif perusahaan.

2.1.4 *Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance*
(*Strategic Management Journal, Peter W. Robert, Graduate School of Business, Columbia University, New York, USA and Grahame Dowling, Australian Graduate School of Management, University of New South Wales Sydney, Australia : May 2002*)

Reputasi perusahaan yang baik merupakan hal yang sangat kritis karena potensinya untuk menciptakan nilai perusahaan dan juga karena itu merupakan karakter yang tidak terlihat yang menyebabkan perusahaan-perusahaan yang ingin bersaing menjadi jauh lebih sulit. Penelitian empiris sebelumnya telah menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara reputasi dan kinerja

keuangan. Jurnal ini melengkapi penemuan tersebut dengan menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi yang baik mampu menjaga keuntungan yang luar biasa dari waktu ke waktu. Secara khusus, peneliti melakukan sebuah analisis dari hubungan antara reputasi perusahaan dan dinamika kinerja keuangan dengan menggunakan dua model dinamis pelengkap. Peneliti juga menguraikan keseluruhan reputasi ke dalam sebuah komponen yang diprediksikan dari kinerja keuangan sebelumnya yang ‘tersisa’ dan menemukan bahwa setiap elemen mendukung kegigihan dalam mendapatkan profit diatas rata-rata dari waktu ke waktu.

Tabel 2.1 Matrix Tinjauan Pustaka

Skripsi/Jurnal	Tujuan Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
Analisis Fungsi, Peran, Tugas dan Strategi Humas pada Kementrian Negara Pemuda dan Olah Raga Republik Indonesia (Piet Magda Mory, 2008)	Melihat bagaimana peran, tugas dan strategi humas pada Kementrian Negara Pemuda dan Olah Raga Republik Indonesia (Kemenpora). Karena Kemenpora merupakan lembaga yang baru berdiri kembali pasca likuidasi dari pemerintahan sebelumnya.	Metode : kualitatif jenis penelitian : deskriptif. Pengumpulan data : wawancara dan studi dokumentasi mengenai kegiatan-kegiatan Humas Kemenpora	Pelaksanaan fungsi, peran, tugas dan strategi humas Kemenpora masih berorientasi pada anggaran daripada profit, organisasi yang gemuk membuat Kemenpora lambat dalam pembuatan peraturan dan kebijakan, kurangnya pemahaman bahwa citra pemerintah juga mencerminkan citra negara dan bangsa.
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Lembaga Legislatif	Melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi	Paradigma : positivis Metode penelitian : kuantitatif	Citra DPR RI dimata masyarakat baik, terutama sebagai lembaga

<p>(<i>Corporate Image</i>) Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia (DPR RI) di Mata Masyarakat (Studi pada konstituen/pemilih di Wilayah DKI Jakarta)</p> <p>(Kharisma Nasionalita, 2010)</p>	<p>citra lembaga legislatif (<i>corporate image</i>) Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) di mata masyarakat.</p>	<p>Sifat penelitian : eksplanatif Metode pengumpulan data : kuestioner. Populasi: masyarakat/pemilih. Sampel : masyarakat/pemilih yang menggunakan hak pilihnya pada pemilihan langsung legislatif tahun 2009 di Jakarta Pusat dengan jumlah 60 orang. Teknik penarikan sampel : Teknik Acak Berlapis (<i>Stratified Random Sampling</i>). Teknik analisisnya : analisa data univariat yang disajikan dalam tabel frekuensi.</p>	<p>yang menahan diri/ridak emosional dan sikap kooperatifnya dengan berbagai pihak,. Dari temuan diketahui bahwa dari sepuluh faktor, ada lima faktor yang memiliki pengaruh nyata terhadap citra lembaga legislatif, yaitu <i>communication, support, quality of product/service, product/service innovations, dan ethical behavior of the company.</i></p>
<p>Corporate Reputation Management in the U.S Pharmaceutical Industry</p> <p>(Kimberly Goldstein & John Doorley, New York University and Paul Turner, Ashcroft International Business School, Cambridge, UK ; April 2011)</p>	<p>Ingin menguji hipotesis yang mengatakan bahwa reputasi sebuah perusahaan dipengaruhi oleh program-program manajemen reputasi.</p>	<p>Peneliti mensurvey tujuh perusahaan farmasi yang berada dalam urutan teratas dalam <i>Fortune Magazine's 2010 "World's Most Admired Companies"</i>. Peneliti mengambil enam tambahan perusahaan pesaing.</p> <p>Pengumpulan data: Peneliti menghubungi 165 para profesional komunikasi yang</p>	<p>Data mengindikasikan sebuah hubungan positif dari lima area, yaitu hubungan antara reputasi dan memiliki program pengukuran reputasi yang terus menerus, memiliki sebuah rencana formal dalam manajemen reputasi, memiliki seseorang atau sebuah unit yang bertanggung jawab</p>

		bekerja pada perusahaan farmasi yang berbeda dan melakukan survey dengan mengirimkan email.	dalam mengkoordinasi manajemen reputasi, dan memiliki pimpinan komunikasi sebagai seorang anggota dari komite eksekutif perusahaan.
Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance (Peter W. Robert, Graduate School of Business, Columbia University, New York, USA and Grahame Dowling, Australian Graduate School of Management, University of New South Wales Sydney, Australia : May 2002)	Ingin melengkapi studi yang pernah ada bahwa terdapat hubungan antara reputasi dan kinerja keuangan. Penelitian ini ingin melihat adakah hubungan antara reputasi dan kinerja keuangan dengan metode yang berbeda.	Metode : dua model dinamis pelengkap dalam melihat reputasi dan kinerja keuangan yang kemudian disebut <i>autoregressive models</i> . Kemudian analisisnya menggunakan <i>proportional hazard regression</i>	Penelitian ini menghasilkan bahwa kinerja perusahaan yang luar biasa dan menghasilkan kinerja keuangan yang terjaga secara terus-menerus dapat terjadi jika perusahaan tersebut memiliki reputasi yang baik. Penelitian ini melengkapi studi sebelumnya mengenai hubungan antara reputasi dan kinerja keuangan yang secara eksplisit mengartikulasikan dinamika reputasi yang baik.
Peran Humas Lembaga Negara dalam Menjaga Reputasi Organisasi (Studi Pada Peran	Ingin melihat peran Humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi dan	Paradigma penelitian : konstruktifis Pendekatan penelitian : kualitatif Sifat penelitian :	

Humas DPR RI dalam Menjaga Reputasi Kinerja Organisasi) Tika Oktavianingsih, 2011	hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam menjaga reputasi organisasi tersebut	deskriptif Strategi penelitian : studi kasus Pengumpulan data : wawancara, observasi, dan studi dokumentasi	
--	---	---	--

Persamaan penelitian pertama yang berjudul ‘Analisis peran, fungsi, tugas dan strategi humas Kementerian Pemuda dan Olah Raga Republik Indonesia’ dengan penelitian ini adalah sama-sama melihat bagaimana peran humas pada lembaga nonprofit. Sedangkan perbedaannya, terletak pada objek yang diteliti, skripsi Mory meneliti di Kementerian Pemuda dan Olah Raga RI sedangkan penelitian ini meneliti di Dewan Perwakilan Rakyat RI sebagai lembaga negara. Selain itu, penelitian terdahulu ini hanya melihat bagaimana fungsi, peran, tugas, dan strategi humas secara umum di Kemenpora, karena Kemenpora merupakan kementerian yang baru berdiri pasca likuidasi pada pemerintahan sebelumnya. Sedangkan penelitian ini, ingin melihat bagaimana peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi.

Untuk penelitian yang kedua, persamaan dengan penelitian ini adalah bahwa sama-sama meneliti pada DPR RI sebagai lembaga legislatif, yaitu sebuah lembaga politik yang harus memiliki citra dan reputasi yang baik di mata publik. Perbedaan antara penelitian Kharisma dengan penelitian ini adalah terletak pada level yang diteliti. Penelitian ini melihat dalam level reputasi dan penelitian sebelumnya ini melihat di level citra. Selain itu, perbedaan juga terdapat dalam metodologi yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Dalam jurnal penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, juga memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan jurnal *Corporate Reputation Management in the U.S Pharmaceutical Industry* dengan penelitian ini adalah sama-sama melihat hal-hal apa saja atau program-program apa saja yang dilakukan agar

sebuah perusahaan dapat menjaga reputasinya dengan baik. Namun dalam penelitian ini, lebih berfokus pada peran apa yang dilakukan humas dalam menjaga reputasi organisasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada metodologi yang digunakan. Jurnal ini menggunakan metode survey dengan mengirimkan pertanyaan-pertanyaan kepada responden melalui email. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam untuk mengetahui hal-hal apa saja yang diperankan humas dalam menjaga reputasi organisasi. Selain itu, perbedaan juga sangat terlihat dalam objek yang diteliti. Dalam jurnal menggunakan objek perusahaan farmasi dan penelitian ini menggunakan organisasi lembaga negara.

Jurnal yang kedua dalam penelitian terdahulu dengan judul *Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance* memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama melihat bahwa sebuah reputasi dapat menguntungkan bagi perusahaan atau organisasi. Jurnal ini melihat bahwa reputasi yang baik dapat menghasilkan kinerja keuangan yang baik pula dari waktu ke waktu, sedangkan penelitian ini berpendapat bahwa reputasi yang baik juga dapat menghasilkan kepercayaan publik pada organisasi. Namun perbedaannya adalah jurnal ini melihat keuntungan reputasi pada perusahaan profit sedangkan penelitian ini melihat sebuah reputasi dapat membawa kepercayaan masyarakat pada lembaga negara.

Di tahun 2011, skripsi ini ingin mengidentifikasi peran sebuah humas lembaga negara dalam menjaga reputasi organisasi dan melihat hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas dalam menjaga reputasi tersebut. Humas lembaga negara yang akan diteliti adalah humas DPR RI. DPR RI merupakan lembaga negara yang harus memiliki reputasi yang positif sehingga humas DPR harus menjaga reputasi organisasi tersebut. Penelitian ini akan melihat secara utuh dan mendalam bagaimana peran tersebut dijalankan dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas.

2.2 Kerangka Konsep

2.2.1 Hubungan Masyarakat

2.2.1.1 Definisi Hubungan Masyarakat

Di dalam suatu perusahaan atau organisasi, humas sudah memainkan peran yang sangat penting bagi organisasi tersebut. Kesadaran sebuah pentingnya divisi humas bagi sebuah organisasi sudah semakin banyak disadari. Humas membantu perusahaan dalam menciptakan, membangun, dan menjaga citra dan reputasi dimata publik. Definisi humas itu sendiri menurut P. Seitel adalah “*is a planned process to influence public opinion, through sound character and proper performance, based in mutually satisfactory two way communications*” (Seitel, 2004, hal. 2) atau humas adalah sebuah proses terencana yang mempengaruhi pendapat publik melalui karakter dan kinerja yang baik, berdasarkan komunikasi dua arah yang memuaskan. Dari pengertian ini terlihat jelas bahwa humas memainkan peran dan tugas penting dalam membentuk opini publik dari suatu organisasi agar publik bisa melihat keberadaan organisasi sebagai hal yang positif.

Frank Jefkins (1992) mengartikan humas adalah “*is the planned and sustained effort to establish and maintain goodwill and mutual understanding between an organization and its public*” atau humas merupakan aktifitas terencana dan terus menerus untuk membangun dan menjaga iktikad baik dan pengertian bersama antara organisasi dan publik. Dari definisi ini terlihat jelas bahwa humas adalah bagian dari organisasi yang yang menjalankan tugas untuk membina komunikasi yang baik dengan publik internal maupun publik eksternal untuk mewujudkan tujuan organisasi.

Dalam bukunya yang berjudul : *A Model for Public Relations Education for Professional Practice* yang diterbitkan oleh *International Public Relations Association (IPRA)* 1978, Dr. Rex Harlow menyatakan bahwa definisi dari humas adalah

“a distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communications, understanding, acceptance and cooperation between an organization and its publics; involves the management problems or issues; helps management to keep informed on and responsive to public opinion, defines and emphasized the

responsibility of management to serve the public interest; help management to keep abreast of an effectively utilize changes; serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound and ethical communication techniques as its principal”

Pengertian diatas dapat diartikan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang membantu membangun dan menjaga komunikasi yang baik, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dan publiknya termasuk juga dalam memajemen suatu masalah atau isu; membantu dan melibatkan manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. Definisi ini menjelaskan bahwa humas adalah bagian penting dari sebuah manajemen organisasi di dalam melihat keadaan diluar sebuah organisasi.

Sedangkan menurut Denny Griswold, humas diartikan sebagai *“management function which evaluate public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual of an organization with the interest, and plan and execute a program of action to earn public understanding and acceptance”* atau diartikan bahwa humas adalah fungsi manajemen dimana mengevaluasi perilaku publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur dari organisasi atau individu yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan, serta merencanakan dan mengeksekusi sebuah program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

Shel Holtz (2002) mendefinikan humas sebagai *“is the strategic management of relations between an organization or institution and its various constituent audience to affect business outcomes”* atau humas adalah manajemen strategis dalam menjaga relasi antara organisasi atau institusi dengan berbagai konstituennya untuk mempengaruhi hasil akhir bisnis.

Disisi lain, Baskin, Aronoff, dan Lattimore mendefinisikan gambaran humas yang lebih detail sebagai humas adalah

“a management function that helps achieve organizational objectives, define philosophy and facilitate organizational changes. Public relations practitioners communicate with all relevant internal and external publics to develop positive relationship and to create consistency between organizational goals and societal expectations; public relations practitioners develop, execute and evaluate organizational programs that promote the exchange of influence and understanding among an organization’s constituent parts and publics”

Pengertian diatas dapat diartikan bahwa humas adalah alat dari manajemen untuk membantu mencapai tujuan organisasi, merumuskan filosofi organisasi dan menjadi fasilitator dalam perubahan sosial. Pejabat humas menjalin komunikasi dengan seluruh publik baik internal maupun eksternal untuk membangun relasi yang positif dan untuk menjaga konsistensi realisasi antara tujuan organisasi dan harapan dari lingkungan sosial di sekitar organisasi. Pejabat humas memiliki tugas dan wewenang untuk mengembangkan, mengimplementasikan, serta melakukan evaluasi kegiatan-kegiatan organisasi dengan publiknya.

Menurut British Institute of Public Relations (IPR). IPR mendefinisikan humas sebagai *“Public Relations is about reputation-the result of what you do, what you say and what other say about you. Public relations practice is the discipline which looks after reputation with the aim of earning understanding and support, and influencing opinion and behavior”* atau biasa diartikan bahwa humas adalah hal yang menyangkut reputasi- hasil dari apa yang Anda lakukan, apa yang Anda katakan, dan apa yang orang lain katakan mengenai Anda. Praktek humas adalah sebuah ilmu yang menjaga reputasi dengan tujuan mendapatkan pengertian dan dukungan, serta mempengaruhi opini dan perilaku (Newsom, Turk, Kruckeberg,2004, hal 2).

Jadi dari berbagai pengertian dan definisi humas yang telah dijabarkan diatas, humas adalah suatu fungsi manajemen yang melakukan kegiatan terencana dan terus-menerus dalam mengevaluasi perilaku publik, mengidentifikasi kebijakan prosedur organisasi, merencanakan dan mengeksekusi program-program untuk penerimaan publik, menjaga relasi antara organisasi dan konstituennya, mempengaruhi pendapat publik, memanaajemen isu atau masalah, menanggapi opini publik, serta mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara

efektif. Seluruh hal ini dilakukan untuk mendukung tujuan organisasi. Tidak hanya itu, humas juga merupakan kegiatan yang menjaga komunikasi dua arah yang baik antara organisasi dan publiknya, baik publik internal dan publik eksternal, untuk menjaga pengertian bersama dan mempengaruhi pendapat publik melalui karakter dan kinerja baik. Kinerja-kinerja perusahaan dan komunikasi yang baik antara organisasi dan publik ini yang nantinya akan membentuk reputasi organisasi di mata masyarakat. Untuk mewujudkan reputasi organisasi ini, humas memiliki tugas, peran dan fungsinya masing-masing. Fungsi, peran dan tugas tersebut memiliki andil besar dalam kesuksesan sebuah organisasi.

2.2.1.2 Fungsi Hubungan Masyarakat

Humas memiliki fungsi tersendiri dalam sebuah organisasi. Adapun fungsi humas dalam sebuah organisasi adalah : (Seitel, 2004, hal 10)

- *Writing* : menulis merupakan keahlian dasar dari seorang humas, bentuk menulis mulai dari *newsrelease* hingga naskah pidato dan dari brosur hingga iklan. Ini merupakan ruang lingkup humas
- *Media Relations* : humas menjaga hubungan baik dengan media dan bekerja sama dalam melakukan publisitas
- *Planning* : merencanakan berbagai macam *special event*, *media event*, fungsi manajemen, dan sejenisnya
- *Counseling* : menyediakan sarana untuk manajemen yang berhubungan dengan kebijakan dan interaksinya dengan publik kunci
- *Researching* : humas meneliti sikap dan opini yang mempengaruhi perilaku dan kepercayaan publik dan melihat tindakan dan perilaku publik dalam rangka merencanakan strategi humas. *Research* digunakan untuk membangun saling pengertian atau mempengaruhi dan meyakinkan publik
- *Publicity* : berkaitan dengan fungsi *marketing* yang mempublikasikan hal-hal positif mengenai klien atau karyawan dan menampilkan pesan terencana melalui media tertentu untuk menghasilkan ketertarikan yang lebih jauh lagi

- *Marketing Communications* : berkaitan dengan fungsi *marketing*, seperti membuat brosur, daftar penjualan, dan promosi. Memadukan aktifitas pemasaran dengan mengadakan kegiatan khusus sekaligus membangun citra baik perusahaan
- *Community Relations* : secara positif menempatkan kemajuan-kemajuan perusahaan melalui pesan dan citra perusahaan diantara komunitas dengan menjaga hubungan baik dengan berbagai komunitas yang ada
- *Consumer Relations* : sebagai penghubung antara perusahaan dan konsumen melalui komunikasi secara verbal dan tertulis
- *Employee Relations* : berkomunikasi dengan semua publik internal di dalam organisasi, mulai dari manajer hingga karyawan yang bekerja di perusahaan
- *Government Affairs* : terhubung dengan para legislator, legulator dan negara. Mereka adalah pihak-pihak yang memiliki pengaruh bagi organisasi
- *Investor Relations* : untuk perusahaan publik, humas berkomunikasi dengan para pemegang saham dan memberikan masukan serta nasehat kepada mereka
- *Special Public Relations* : berhubungan dengan publik-publik unik dan kritis kepada organisasi
- *Public Affairs and issue management* : berhubungan dengan kebijakan publik dan dampaknya pada organisasi dan mengidentifikasi isu yang berdampak pada perusahaan
- *Website development and Web interface* : menjadi jembatan antara organisasi dan publik website. Humas juga memonitor website dan merubahkan jika ada perubahan dalam organisasi

Di samping itu, menurut Edward L. Bernay, dalam bukunya *Public Relations* (1952, University of Oklahoma Press), terdapat 3 fungsi utama Humas, yaitu memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung dan berupaya untuk

mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (Ruslan, 2010, hal 18).

Sedangkan Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations Principles and Problem* menuliskan bahwa fungsi humas adalah mengabdikan kepada kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik antara organisasi dan publiknya dan menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik. (Yuliana, 2005).

Dua fungsi lain dari humas juga dijelaskan Djanalis Djanaid dalam bukunya *Public Relations : Teori dan Praktek*, yaitu fungsi konstruksi dan fungsi korektif. Fungsi konstruktif adalah fungsi dimana humas mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan organisasi atau lembaga, humas mempersiapkan “mental” organisasi/lembaga untuk memahami kepentingan publik, humas mengevaluasi perilaku publik maupun organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen, humas menyiapkan prakondisi untuk mencapai saling pengertian, saling percaya dan saling membantu terhadap tujuan-tujuan publik organisasi/lembaga yang diwalikinya. Fungsi ini mendorong humas membuat aktifitas-aktifitas yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan korektif adalah fungsi dimana humas sebagai mengatasi isu dan permasalahan yang menimpa organisasi. (Kusumawati, 2004, hal 23)

2.2.1.3 Tugas Hubungan Masyarakat

Terdapat tiga tugas humas dalam organisasi/lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas, yaitu menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, mempertemukan kepentingan organisasi/lembaga dengan kepentingan publik, dan mengevaluasi program-program organisasi/lembaga khususnya yang berkaitan dengan publik. (Kusumastuti, 200, hal 25). Dalam sebuah organisasi, tugas humas mencakup sepuluh kategori berikut ini : (Cutlip, Center, dan Broom, 2006, hal 34)

- *Writing and editing* : membuat *newsrelease* yang disiarkan dan dicetak, *newsletter* untuk karyawan dan *stakeholder* eksternal. *Website* dan pesan di media lainnya, laporan tahunan, naskah pidato, brosur, film, dan *slide show*, artikel publikasi, iklan institusi, dan lain-lain.
- *Media relations and placement* : menghubungi pihak media, *freelance writer*, dan publikasi perdagangan secara instens agar mereka mereka mempublikasikan dan menyiarkan berita dan feature mengenai organisasi. Merespon permintaan media akan informasi, mengklarifikasi isu dan memberikan akses media kepada sumber yang dapat memiliki otoritas
- *Research* : mencari informasi mengenai opini publik, kecenderungan, isu yang sedang naik, iklim politik dan pemerintahan, kelompok kepentingan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan stakeholder organisasi
- *Management and administration* : memogramkan dan merencanakan kolaborasi dengan manager lain, mengetahui kebutuhan-kebutuhan, menentukan prioritas, mengatur tujuan dan sasaran, membangun strategi dan taktik. Mengadministrasi personal, keuangam, dan jadwal program
- *Counseling* : memberi masukan kepada *top management* mengenai keadaan sosial, politik, dan regulasi; memberi konsultasi kepada manajemen tentang bagaimana menghindari dan merespon kritik, dan bekerja sama dengan pembuat keputusan dengan memberikan masukan mengenai strategi dalam menjaga atau merespon isu dan krisis.
- *Special Event* : Menyiapkan dan menyusun konferensi pers, *convention*, *open house*, *grand opening*, perayaan ulang tahun, acara amal, kontes, program penghargaan dan special event lainnya
- *Speaking* : mengajarkan orang-orang dalam berbicara dan mengatur pembicara yang terisi dalam podium sebelum pembicara utama muncul
- *Production* : membangun komunikasi dan menggunakan pengetahuan dan keahlian multimedia, termasuk seni, tipografi, fotografi, tampilan layar komputer, merekam dan mengubah video dan mempersiapkan presentasi audiovisual
- *Training* : menyiapkan *executive spokeperson* untuk berhubungan dengan media dan membuat kesan kepada publik. Melatih orang-orang dalam

organisasi untuk meningkatkan kemampuan menulis dan berkomunikasi. Membantu mengenalkan perubahan budaya, kebijakan, struktur dan proses organisasi

- *Contact* : Melayani sebagai penghubung dengan media, komunitas, dan kelompok internal dan eksternal lainnya. Mendengarkan, menegosiasi, mengendalikan konflik dan mendapatkan kesepakatan sebagai mediator antara organisasi dan *stakeholder* yang penting. Menyusun pertemuan dan sambutan sebagai tuan rumah kepada para tamu.

Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* menguraikan tugas yang harus dilakukan oleh departemen humas :

- Menyusun serta mendistribusikan sajian berita (*news release*), foto-foto dan berbagai artikel untuk konsumsi kalangan media massa
- Mengorganisasikan konferensi pers, termasuk acara resepsi dan kunjungan kalangan media massa ke organisasi/perusahaan
- Menjalankan fungsi sebagai penyedia informasi bagi pihak media
- Mengatur acara wawancara antara kalangan pers, radio, dan televisi dengan pihak manajemen
- Melaksanakan fungsi fotografi dan membentuk sebuah perpustakaan foto
- Menyunting dan memproduksi majalah atau surat kabar internal serta mengelola berbagai bentuk komunikasi internal lainnya seperti video, slide presentasi, majalah dinding, dan sebagainya
- Menyunting serta memproduksi jurnal-jurnal eksternal untuk komunikasi pihak luar, misalnya saja untuk para distributor, para pemakai jasa perusahaan, konsumen dan sebagainya
- Menulis dan membuat bahan-bahan cetak seperti lembaran informasi yang memuat tentang sejarah perusahaan, laporan tahunan atas hasil kerjanya, media komunikasi antara sesama pegawai, poster-poster yang bersifat mendidik dan sebagainya

- Mengadakan dan mengelola berbagai bentuk instrumen audiovisual seperti presentasi slide dan rekaman video, termasuk melaksanakan distribusi, penyusunan catalog, pameran serta pemeliharannya
- Memimpin dan mengatur acara-acara pameran dan eksibisi kehumasan, termasuk juga menyediakan berbagai macam bahannya
- Menciptakan dan memelihara berbagai bentuk identitas perusahaan dan ciri khasnya, seperti logo, komposisi warna, tipografi dan hiasannya, jenis kendaraan dinas, pakaian seragam para pegawai dan sebagainya
- Mengelola berbagai hal yang berkaitan dengan sponsor kehumasan
- Mengelola hal-hal seperti kunjungan pihak luar ke perusahaan atau sebaliknya yaitu kunjungan personil perusahaan ke tempat-tempat lain termasuk mengatur jadwal penerbangan atau jadwal pelayaran termasuk akomodasi tur dan sebagainya
- Mengikuti rapat-rapat penting yang diselenggarakan oleh dewan direksi, dan para pimpinan departemen produksi, pemasaran, penjualan dan sebagainya
- Mengikuti konferensi yang diselenggarakan oleh divisi penjualan dan pertemuan para agen
- Mewakili perusahaan pada pertemuan asosiasi dagang
- Mendampingi para konsultan Humas eksternal, apabila perusahaan mendatangkannya
- Melatih seluruh staff kehumasan
- Mengelola survey-survey pendapat atau berbagai macam penelitian lainnya
- Mengerjakan tugas-tugas periklanan (bila fungsi ini disatukan dengan departemen public relations)
- Menjalin hubungan dekat dengan politisi dan birokrat
- Mengatur acara-acara kunjungan dari para pejabat, tamu kehormatan, maupun tokoh-tokoh asing

- Aktif dalam acara-acara pemberian penghargaan, misalnya saja penghargaan pemerintah atas prestasi di bidang industri dan sebagainya
- Mengumpulkan serta mengorganisasi segenap umpan balik dari berbagai sumber informasi mulai dari kliping Koran, berita-berita radio dan televisi, serta memantau berbagai laporan dari luar
- Menganalisis umpan balik dan berbagai laporan termasuk yang berhubungan dengan tingkat kemajuan pencapaian tujuan yang sudah diraih

Jadi, tugas dari departemen humas dalam sebuah organisasi melingkupi berbagai macam kegiatan yang berhubungan dengan segala hal yang terkait dengan informasi mengenai perusahaan. Berbagai informasi ini bisa dalam berbagai macam bentuk mulai dari *newsrelease* hingga *special event*. Tugas humas juga berhubungan dengan menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak di luar organisasi yang memiliki pengaruh besar bagi organisasi.

Ruang lingkup kerja humas dalam menjalankan tugasnya di sebuah organisasi/lembaga meliputi aktifitas yang membina hubungan ke dalam (publik internal) dan membina hubungan keluar (publik eksternal). Yang dimaksud publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Sedangkan yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Istilah publik dalam humas merupakan khalayak sasaran dari kegiatan humas. Publik disebut juga dengan *stakeholder*, yakni kumpulan dari orang-orang atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi atau perusahaan. Humas harus berkomunikasi dengan publik yang berbeda-beda, tidak hanya publik secara umum. Setiap publik juga memiliki kebutuhan khusus dan membutuhkan komunikasi yang berbeda-beda juga. Publik dapat dikategorikan ke dalam kategori-kategori berikut ini : (Seitel, 2004, hal 9)

- *Internal dan external*

Publik internal berada di dalam organisasi. Seperti supervisor, manajer, pemegang saham, pelayan dan dewan direksi. Publik eksternal adalah mereka yang secara tidak langsung berhubungan dengan organisasi, misalnya saja media, pemerintah, pelanggan, supplier, dan berbagai komunitas.

- *Primary, secondary, and marginal*

Primary public adalah publik yang paling mendukung organisasi. Ini adalah publik yang paling penting dalam organisasi. Secondary public merupakan publik yang kurang penting, dan marginal adalah publik yang lebih tidak penting sehingga dapat diabaikan. Pembagian ini sangat bervariasi pada tiap organisasi dan dapat berubah-ubah.

- *Traditional and Future*

Karyawan dan pelanggan adalah publik tradisional, sedangkan publik masa depan adalah konsumen potensial, pemerintah, peneliti.

- *Proponents, opponents, and the uncommitted*

Proponents adalah publik yang mendukung organisasi atau perusahaan, opponent public adalah publik yang menentang perusahaan, dan uncommitted public adalah publik yang tidak peduli terhadap perusahaan.

2.2.1.4 Peran Hubungan Masyarakat

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006) dalam buku *Effective Public Relations*, terdapat empat peran penting humas dalam sebuah organisasi, yaitu *communication technician*, *expert prescriber*, *communication fasilitator*, dan *problem-solving fasilitator*. Peran humas sebagai *communication Technician* berarti humas berperan sebagai pelaksana komunikasi. Misalnya menulis dan mengedit newsletter, menulis *newsrelease* dan *feature*, membangun konten-konten dalam website dan berhubungan dengan media. Humas juga berperan dalam menjelaskan kepada karyawan dan media jika organisasi memiliki kebijakan dan manajemen baru.

Peran humas sebagai *expert precriber* berarti humas adalah seorang ahli yang memberikan saran, nasehat kepada pimpinan organisasi. Humas dapat menjelaskan permasalahan dalam organisasi. Merancang program, dan bertanggung jawab atas implementasi program tersebut. Humas juga memiliki otoritas untuk menentukan apa yang perlu diselesaikan terlebih dahulu dan bagaimana cara menyelesaikannya.

Perannya sebagai *communication facilitator* berarti humas adalah sebagai jembatan komunikasi antara publik dengan perusahaan. Sebagai mediator atau penengah jika terjadi kesalahpahaman. Humas sebagai fasilitator komunikasi dituntut dapat berperan sebagai pendengar yang baik dan pemberi informasi. Fasilitator komunikasi melayani sebagai penghubung, penerjemah dan mediator antara organisasi dan publik. Humas menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi pertukaran pesan dengan menghapuskan penghalang dan dengan menjaga saluran komunikasi agar tetap terbuka.

Sedangkan peran humas sebagai *problem-solving facilitator* berarti humas memfasilitasi pemecahan masalah. Humas bekerja sama dengan manajer untuk menangani masalah dalam perusahaan. Humas menjadi bagian dari tim strategis dalam penyelesaian masalah. Kerjasama ini merupakan kolaborasi sejak pertama hingga evaluasi program. Humas sebagai *problem-solver* diundang manajemen karena mereka harus menunjukkan keahlian dan kemampuan mereka untuk menghindari dan menyelesaikan masalah. Sehingga hasilnya, humas menjadi pihak yang memberikan masukan manajemen dalam mengambil kebijakan.

Menurut Rosady Ruslan dalam bukunya 'Manajemen Public Relations', seorang pejabat humas (PRO Manager) yang melakukan fungsi manajemen dalam sebuah perusahaan. Secara garis besar aktifitas utamanya berperan sebagai *communicator, relationship, back up management* dan *good image maker*. Perannya sebagai *communicator* artinya kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Di samping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader. Sedangkan *relationship* merupakan kemampuan peran humas membangun hubungan yang positif antara

lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.

Sedangkan peran sebagai *back up management* merupakan peran humas dalam melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/organisasi. Kemudian *good image maker* adalah peran dalam menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktifitas humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya.

Dalam menjalankan fungsi, peran, dan tugasnya humas memiliki beberapa sasaran dan kegiatan khusus. Menurut H.Fayol beberapa kegiatan dan sasaran humas adalah membangun identitas dan citra perusahaan (*building corporate identity and image*). Membangun citra dan identitas organisasi ini diwujudkan dengan mendukung kegiatan komunikasi timbal balik yang positif dengan berbagai pihak. Sasaran humas lainnya adalah menghadapi krisis (*facing of crisis*), sasaran ini diwujudkan dengan menangani keluhan dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan tim yang bertugas memperbaiki citra organisasi. Sasaran berikutnya adalah mempromosikan aspek kemasyarakatan (*Promotion public cause*). Hal ini diwujudkan dengan mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik dan mendukung kegiatan kampanye sosial. (Ruslan, 2010, hal 23)

Keberadaan humas semakin lama sudah semakin berkembang disetiap lini kehidupan. Humas tidak hanya berkembang dalam perusahaan yang berorientasi kepada profit ataupun di dalam sebuah organisasi. Dengan berjalannya waktu, humas juga berkembang di dalam lembaga pemerintahan. Pemerintah sebagai penyelenggara negara tak luput dari pentingnya keberadaan sebuah departemen humas sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap terjaganya komunikasi yang baik antara organisasi dan publiknya demi tercapainya tujuan organisasi.

Kesadaran terhadap pentingnya humas di lembaga-lembaga pemerintahan juga semakin muncul dikalangan pejabat-pejabat pemerintah. Sehingga keberadaan departemen humas pun saat sudah sangat diperhatikan dalam lembaga-lembaga pemerintahan. Humas-humas yang berada di dalam lembaga pemerintahan ini selanjutnya akan disebut sebagai humas pemerintah.

2.2.2 Hubungan Masyarakat Pemerintah

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti humas DPR RI yang berperan dalam menjaga reputasi organisasi. DPR RI sebagai lembaga negara merupakan salah satu lembaga yang menjadi bagian dari proses pemerintahan. Oleh karena itu, humas DPR secara konsep menjadi bagian dari humas pemerintahan. Humas pemerintahan dalam hal ini adalah humas yang berada di luar perusahaan yang berorientasi pada profit dan bernaung pada lembaga-lembaga yang berurusan dengan pemerintahan, termasuk DPR RI. Oleh karena itu, peneliti menggunakan konsep humas pemerintahan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Menurut Frida Kusumastuti, humas pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian humas di institusi pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana, serta hasil-hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Selain keluar, humas pemerintahan dan politik juga harus memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan (Frida Kusumastuti, 2004, hal 37).

2.2.2.1 Tugas Hubungan Masyarakat Pemerintah

Humas instansi/lembaga pemerintah bertugas : (Ruslan, 2010, hal 341)

- a. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat
- b. Memberikan nasihat atau sumbang saran mengenai apa yang sebaiknya dilakukan oleh lembaga/instansi pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya.
- c. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan antara aparat pemerintah dengan publik
- d. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan

Menurut Dimnock dan Koenig (1987), pada umumnya tugas-tugas dari pihak Humas instansi atau lembaga pemerintahan, yaitu antara lain : (Ruslan, 2010, hal 342)

- a. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijakan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melakukan program kerja tersebut
- b. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program pembangunan diberbagai bidang sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas keamanan nasional
- c. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparaturn pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajiban masing-masing

Dalam menjalankan tugas-tugasnya, humas pemerintah memiliki strategi tersendiri. Strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Strategi humas diimplementasikan ke dalam taktik humas yang dapat diuraikan dalam tugas dan tanggung jawab praktisi humas. Strategi Humas pemerintah meliputi : (Mori, 2008)

- a. Membangun hubungan internal dan eksternal
- b. Penyelenggara pertemuan antar instansi
- c. Institusi yang tidak diskriminatif
- d. Penyelenggaraan koordinasi antar instansi
- e. Penyedia informasi pemerintah
- f. Pengatur pertemuan instansi pemerintah dengan media massa
- g. Pendorong upaya pemberdayaan masyarakat

2.2.2.2 Peran Hubungan Masyarakat Pemerintah

Humas pemerintah berperan ganda yaitu keluar memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi atau lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan ke dalam wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak, diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.

Peran taktis dan strategis kehumasan pemerintah/BUMN tersebut menyangkut beberapa hal : (Ruslan, 2010, hal 344)

1. Tugas secara taktis dalam jangka pendek, Humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi atau mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha untuk “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran lembaga yang diwakilinya.
2. Tugas strategis (jangka panjang) Humas, yakni berperan secara aktif dalam proses pengambilan keputusan (*decision making process*), memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja lembaga/instansi yang bersangkutan dan hingga pelaksanaan pembangunan nasional. Terakhir bagaimana upaya untuk menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

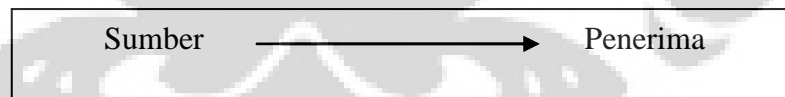
2.2.3 Tahapan model perkembangan komunikasi dan praktek humas

Grunic dan Hunt (1984) dan Cutlip, Centre dan Broom (1994) mencoba menelusuri bentuk awal dari humas dan manajemen komunikasi sejak peradaban kuno di India, *Greece*, dan Roma. Model ini dikemukakan secara sederhana dan diharapkan dapat mewakili kenyataan mengenai berbagai model humas. Keempat model tersebut adalah :

1. *Press Agency/Publicity Model* (Model Keagenan Pers atau Model Propaganda)

Model ini ditujukan untuk kepentingan propaganda. Ini muncul pada akhir 1800an. Model ini menekankan liputan media dari sebuah organisasi atau individu dengan berbagai sarana yang dilakukan, termasuk penipuan dan tipu daya. Komunikasi dalam model ini hanya bersifat satu arah. Pesan yang dimuat dalam proses tersebut sering kali tidak lengkap dan mengakibatkan hanya sebagaian pesan saja yang mengandung kebenaran. Press Agency ini sangatlah terpaku pada publisitas yang akhirnya melahirkan ungkapan “*any publicity is good publicity*”. Gambaran modelnya adalah:

Komunikasi dipandang sebagai *telling*, bukan *listening*.

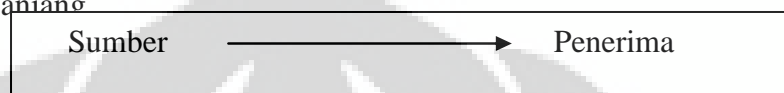


Gambar 2.1 Model *Press Agency/Publicity*

Model ini memperlihatkan praktek humas yang seluruh kegiatannya memiliki tujuan tunggal yaitu untuk mendapatkan publisitas di media massa yang dapat menguntungkan organisasi. Kadang kebenaran informasi yang disampaikan dengan jalan satu arah ini cukup penting selama publik masih mempercayai perusahaan.

2. *Public Information Model* (Model Informasi Publik)

Model ini muncul pada awal tahun 1900an. Tujuan utama model ini adalah untuk penyebarluasan atau diseminasi informasi. Komunikasi masih tetap satu arah sebagai mana model *Press Agency* dan hanya terfokus kepada output semata. Model ini sudah cenderung menyingkap kejujuran dari informasi yang ada di media. Pada masa model ini, organisasi menjaga hubungan baik dengan media. *Media relations* yang baik ini nantinya akan menghasilkan publisitas yang menyenangkan dalam jangka panjang

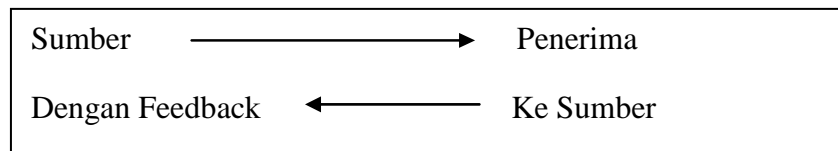


Gambar 2.2 Model *Public Information*

Proses komunikasi yang berlangsung pada model ini cenderung satu arah, model ini berkembang karena adanya reaksi perusahaan perusahaan besar dan pemerintah terhadap pemberitaan di media massa. Pihak manajemen perusahaan menyewa jurnalis untuk dapat membuat *press release* yang berisikan tindakan-tindakan perusahaan. Informasi yang disampaikan tersebut diharapkan dapat diterima dan dipercayai oleh publik.

3. *Two Way Asymmetrical Model* (Model Asimetris Dua Arah)

Model ini muncul sekitar tahun 1920an dan memiliki tujuan untuk melakukan persuasi secara ilmiah. Komunikasi pada model ini telah dilakukan dua arah dengan memuat efek-efek yang berimbang. Pada model ini, komunikator dalam hal ini organisasi melakukan penelitian atau mengumpulkan informasi mengenai target publik sasaran. Kumpulan informasi ini yang nantinya akan menjadi dasar dalam merancang strategi pesan dan penggunaan media yang efektif.

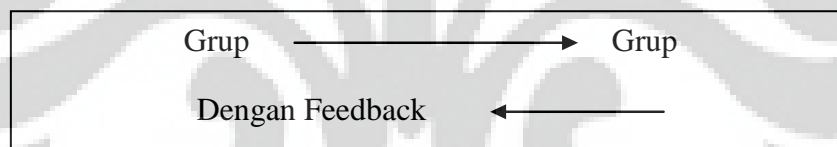


Gambar 2.3 Model *Two Way Asymmetric*

Humas melakukan penyampaian pesan berdasarkan hasil riset dan strategi ilmiah yang berusaha untuk dapat membujuk publik agar dapat bekerja sama, bersikap dan juga berpikir sebagaimana harapan organisasi. Bisa dikatakan bahwa model ini digunakan untuk mempersuasi dan bahkan memanipulasi publik demi kepentingan organisasi.

4. *Two Way Symmetrical Model* (Model Simetris Dua Arah)

Model ini bertujuan untuk dapat memperoleh *mutual understanding* antara organisasi dan publik. Pola komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah dengan efek-efek yang cukup seimbang. Model ini muncul pada akhir abad 20.



Gambar 2.4 Model *Two-Way Symmetrical*

Dalam prakteknya, humas melakukan kegiatan berdasarkan penelitian dan menggabungkannya dengan teknik komunikasi agar dapat mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman yang telah dimiliki publik. Dalam model ini, humas membuka diri dan membantu wartawan untuk meliput. Dengan adanya keterbukaan maka wartawan mendapatkan informasi yang lebih akurat dan tidak bias. Komunikator dalam model ini menggunakan teknik negosiasi dalam menyampaikan pesan kepada publik sehingga dapat menghasilkan *outcome* yang sama-sama menguntungkan bagi publik dan organisasi.

2.2.4 Rencana Strategis Humas

Menurut Ronald D. Smith (2002) dalam bukunya *Strategic Planning for Public Relations*, menerangkan terdapat empat poin utama dalam menyusun rencana strategis humas. Poin tersebut adalah *formative research*, *strategy*, *tactics*, dan *evaluation research*. Dari setiap poin ini memiliki langkahnya masing-masing. Langkah dalam menjalankan rencana strategis humas ini kemudian disebut dengan *Nine Step of Strategic Public Relations* atau Sembilan Langkah dalam Humas. Kesembilan langkah tersebut adalah :

- *Formative Research* : langkah pertama dari menyusun sebuah strategi adalah dengan penelitian formatif. Penelitian ini berfokus pada kinerja awal dalam membuat rencana komunikasi dimana ini membutuhkan pencarian informasi sebanyak-banyaknya dan menganalisis situasi yang ada. Dalam *formative research* ini terdapat tiga langkah. Penelitian pada tahap awal ini akan menggambarkan informasi yang sudah ada di dalam organisasi dan pada saat yang bersamaan membuat program penelitian untuk menambah informasi yang berfungsi sebagai dasar dalam perencanaan proses berikutnya.
 - ✓ Langkah pertama : Analisis Situasi
Analisis situasi ini adalah permulaan yang krusial untuk menuju sebuah proses. Ini melibatkan keseluruhan tim, mulai dari perencana, klien, *supervisor*, *key colleagues*, dan para pengambil keputusan. Pihak-pihak ini secara bersama-sama memutuskan peluang dan hambatan apa yang akan dihadapi di dalam suatu perencanaan humas.
 - ✓ Langkah kedua : Analisis organisasi.
Langkah ini termasuk sebuah penglihatan yang hati-hati mengenai tiga aspek dalam organisasi, yaitu kondisi internal (misi, kinerja dan sumber daya), persepsi publik terhadap organisasi yang dalam hal ini adalah reputasi, dan kondisi eksternal (*competitor* dan pendukung)
 - ✓ Langkah ketiga : Analisis publik

Pada langkah ini adalah proses mengidentifikasi dan menganalisa publik kunci, yaitu berbagai kelompok yang berinteraksi dengan organisasi pada saat terjadi isu. Langkah ini juga termasuk menganalisis setiap publik yang berdasarkan apa yang menjadi keinginan, kebutuhan dan ekspektasi mereka terhadap sebuah isu. Kemudian juga menganalisis publik berdasarkan hubungan mereka dengan organisasi, kecenderungan komunikasi mereka melalui media, dan keragaman sosial, ekonomi, politik, budaya dan kecenderungan teknologi yang dapat mempengaruhi mereka.

- *Strategy* : poin kedua dalam proses perencanaan adalah strategi. Poin ini merupakan inti dari sebuah perencanaan, yaitu membuat keputusan dengan memprediksi dampak atau efek yang akan muncul.
 - ✓ Langkah keempat : Menentukan sasaran dan tujuan
Pada langkah ini berfokus pada tujuan akhir yang ingin dicapai dari sebuah produk atau jasa sebuah organisasi. Pada langkah ini menentukan tujuan yang jelas, spesifik, dan dapat diukur yang mengidentifikasi harapan organisasi untuk menghasilkan sebuah *awareness*, *acceptance* dan *action* dari publik kunci. Banyak perhatian yang diberikan kepada suatu tujuan dengan menentukan penerimaan pesan, karena ini merupakan area yang sangat krusial bagi humas dan strategi komunikasi pemasaran.
 - ✓ Langkah kelima : Memformulasikan strategi kegiatan dan respon
Pada langkah ini organisasi menyiapkan berbagai strategi dan mempertimbangkan apa yang akan dilakukan pada situasi yang berbeda.
 - ✓ Langkah keenam : Penggunaan komunikasi yang efektif
Pada langkah ini menentukan penentuan pesan yang beragam, seperti siapa yang akan menyampaikan pesan kepada publik kunci, konten pesan itu sendiri, nada dan intonansinya, penggunaan bahasa verbal dan non verbal, dan hubungan dengan isu.

- *Tactics* : pada saat poin ini organisasi menentukan berbagai sarana komunikasi yang akan digunakan dan menentukan element nyata pada rencana komunikasi.
 - ✓ Langkah ketujuh : Memilih Taktik Komunikasi
Pada langkah ini menentukan berbagai pilihan komunikasi. Secara khusus, perencana memikirkan empat kategori utama, yaitu komunikasi tatap muka dan kesempatan pada pendekatan personal, media organisasi atau terkadang disebut dengan *controlled media*, media atau *uncontrolled media*, dan periklanan atau media promosi (bentuk lain dari *controlled media*). Semua sarana ini dapat digunakan organisasi, namun tidak setiap *tools* cocok digunakan di nsetiap isu. Perencana harus menentukan berbagai taktik menjadi sebuah kesatuan program komunikasi.
 - ✓ Langkah kedelapan : Mengimplementasikan Rencana Strategis
Pada langkah ini, menentukan anggaran dan jadwal kegiatan. Selain itu, di tahap ini juga menyiapkan berbagai persiapan untuk mengimplementasikan program komunikasi. Pada langkah ini, seluruh 'bahan mentah' dari langkah sebelumnya diubah menjadi bentuk nyata untuk sebuah program humas yang baik.
- *Evaluation Research* : poin terakhir adalah melakukan evaluasi. Pada poin ini melakukan evaluasi dan penilaian serta melihat sejauh mana tujuan dapat tercapai. Pada poin ini organisasi juga dapat menentukan sebuah rencana strategis perlu dimodifikasi atau dapat dilanjutkan pada masa mendatang.
 - ✓ Langkah kesembilan : Mengevaluasi Rencana Strategis
Pada langkah terakhir ini, mengindikasikan metode untuk pengukuran efektifitas dari setiap taktik komunikasi dengan melakukan suatu pertemuan untuk membahas seberapa jauh tujuan organisasi dapat tercapai.

Dari kedua konsep mengenai humas secara umum dan humas pemerintah, yang telah dijabarkan pada awal bab ini, terlihat jelas bahwa keduanya memiliki tugas, fungsi dan peran yang hampir serupa. Keduanya sama-sama ingin menjaga hubungan yang baik antara organisasi kepada publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal. Hubungan baik yang dijalankan antara organisasi dan publiknya ini dapat tercipta melalui komunikasi-komunikasi yang terbuka dan terjalin baik antara organisasi dengan publiknya. Dengan terciptanya komunikasi yang baik antara organisasi dan publik, maka akan menghasilkan kesan dan pengalaman tersendiri dari publik kepada organisasi. Kesan dan pandangan publik mengenai organisasi ini yang nantinya akan sangat berpengaruh kepada reputasi organisasi.

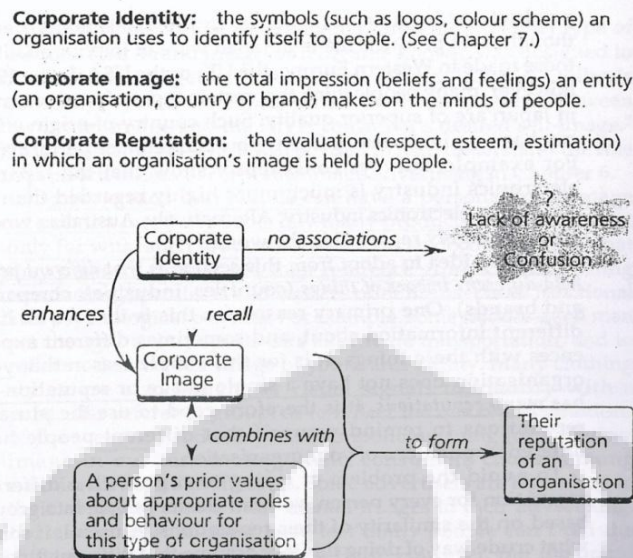
Reputasi merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah organisasi demi keberlangsungan organisasi dan menentukan sukses tidaknya keberadaan organisasi tersebut. Humas dalam organisasi secara umum dan humas dalam lembaga pemerintah sama-sama wajib terlibat aktif dalam menciptakan, membangun dan menjaga reputasi tersebut. Dengan kesamaan ini, ini membuktikan bahwa semua humas dalam sebuah lembaga wajib memberikan kontribusi besar dalam menjaga reputasi. Hal ini tidak terkecuali pada humas lembaga negara. Lembaga negara di Indonesia terdiri dari lembaga yudikatif, eksekutif dan legislatif. Humas di dalam lembaga eksekutif disebut sebagai humas pemerintah, karena eksekutif adalah pihak yang berperan sebagai pelaksana pemerintahan. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti humas dalam lembaga legislatif. Lembaga legislatif di Indonesia yang dikenal dengan Dewan Perwakilan Rakyat, sehingga kemudian humas pada lembaga legislatif ini akan disebut sebagai humas DPR RI. Humas DPR RI juga berperan penting dalam menjaga reputasi organisasi. Pentingnya reputasi bagi DPR dikarenakan lembaga ini memiliki fungsi-fungsi penting dalam berbangsa dan bernegara.

2.2.5 Reputasi

Reputasi merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi atau perusahaan. Reputasi merupakan *intangible asset* atau aset yang tidak tampak namun mempunyai dampak besar bagi perusahaan/organisasi. (Nova, 2009, hal 306). Reputasi merujuk pada pandangan atau khalayak tentang karakter atau kualitas kepribadian kita. Thomas Fuller mengatakan “Reputasi yang baik adalah tanggung jawab besar” (Nova, 2009, hal 307)

Banyak yang mengartikan reputasi dan citra merupakan hal yang sama. Padahal reputasi dan citra merupakan dua hal yang berbeda. Citra merupakan bagaimana suatu perusahaan atau organisasi ingin dilihat publik, sedangkan reputasi adalah bagaimana organisasi/perusahaan tersebut membangun kinerja positif agar dipandang positif oleh publik. Reputasi dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang tercermin melalui nama perusahaan, logo dan tampilan lain, misalnya dari laporan tahunan, brosur, kemasan produk, interior kantor, seragam karyawan, iklan, pemberitaan media, materi tertulis dan audio-visual. Identitas korporat juga berupa nonfisik, seperti nilai-nilai dan filosofi perusahaan, pelayanan, gaya kerja dan komunikasi, baik internal maupun dengan pihak luar. (Fombrum, 1996).

Reputasi adalah akumulasi dari persepsi dan pendapat tentang organisasi yang berada dalam pikiran *stakeholder*. Sebuah organisasi akan menikmati reputasi yang baik pada saat performa atau kinerjanya secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan dari para *stakeholder*. *Stakeholder* dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa, dan pemerintah selaku regulator. Reputasi merupakan hal yang dibangun selama bertahun-tahun, namun bisa hancur dalam sekejap. Warren Buffett mengatakan bahwa “*It takes 20 years to build a reputation and five minutes to ruin it. If you think about that, you’ll do things differently*” atau butuh 20 tahun untuk membangun sebuah reputasi dan hanya lima menit untuk menghancurkan itu, jika Anda memikirkannya, Anda akan berpikir secara berbeda. Hal ini juga yang membedakan dengan citra. Citra hanya dibangun dalam waktu yang singkat.



Gambar 2.5 Definisi Reputasi

(Dowling, 1994, hal 8)

Dari gambar diatas, dijelaskan bahwa *corporate reputation* terbentuk dari *corporate identity* dan *corporate imege*. Citra perusahaan (*corporate image*) adalah keseluruhan kepercayaan dan perasaan yang seseorang pegang mengenai suatu organisasi. Hal ini dapat dipengaruhi oleh informasi yang seseorang dapatkan mengenai organisasi tersebut, bagaimana organisasi berkomunikasi dengan mereka, bagaimana pengalaman mereka dengan organisasi, dan citra yang mereka pegang mengenai organisasi, industri, suatu negara atau apa yang dijual oleh suatu merek.

Corporate image bisa dianggap sebagai sebuah fungsi dari akumulasi dari pengalaman penjualan/konsumsi dan memiliki dua komponen pokok, yaitu fungsional dan emosional. Komponen fungsional adalah yang berhubungan dengan atribut yang dengan mudah dapat diukur, sedangkan komponen emosional adalah komponen yang berhubungan dengan dimensi psikologis yang dimanifestasikan dengan perasaan dan perilaku terhadap organisasi. (Weiwei, 2007)

Corporate reputation dan *corporate image* sering kali diartikan secara bergantian. Namun ada faktor ketiga yang penting dalam pembentukan sebuah

reputasi perusahaan, yaitu *corporate identity*. *Corporate identity* adalah simbol-simbol yang berkaitan dengan perusahaan seperti logo dan warna korporat yang digunakan perusahaan agar masyarakat dapat mengenalinya. *Corporate identity* memiliki tiga faktor untuk membentuk *corporate image*, diantaranya :

- Jika orang-orang tidak memiliki asosiasi diantara perusahaan dan simbol identitasnya, maka identitas tidak sangat berguna
- Simbol identitas dalam suatu organisasi membantu publik untuk me-*recall* citra dari suatu perusahaan
- Identitas simbol meningkatkan image atau citra organisasi dan/atau reputasi

Ketiga faktor diatas adalah suatu paparan bahwa *corporate identity* dapat mempengaruhi *corporate image*. *Corporate identity* juga dapat meningkatkan *corporate image*. *Corporate image* adalah impresi keseluruhan, baik kepercayaan dan perasaan, dalam sebuah kesatuan (baik sebuah organisasi, negara atau merek) yang ada di pikiran orang. Jika keseluruhan impresi (*image*) ini digabungkan dengan nilai-nilai yang ada di dalam benak publik mengenai perusahaan, maka akan membentuk reputasi perusahaan atau *corporate reputations*.

Jadi *corporate reputations* (Dowling, 1994) adalah “*if the total impression of a company (that is, its image) fits with the person’s value about appropriate behavior for that company, then the individual will form a good reputation of that company*”. Jadi keseluruhan impresi (*image*) digabungkan dengan nilai-nilai publik mengenai kinerja perusahaan maka publik akan menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan tersebut.

Disisi lain, menurut Fombrum, definisi kerja reputasi perusahaan adalah “*perceptual representation company’s past action and future prospects that describe the firm’s overall appeal to all of its key constituent when compares with other leading rival*” atau reputasi adalah representatif perceptual dari tindakan-tindakan masa lalu dan prospek masa depan perusahaan yang menggambarkan keseluruhan daya tarik perusahaan terhadap semua konstituen kuncinya ketika

dibandingkan dengan kompetitor utamanya (Fombrum, 1996, hal 72) Fombrum juga mengartikan reputasi sebagai gabungan dari keseluruhan image dimata pelanggan, komunitas, investor dan para karyawan. Image atau citra ini bermula dari *corporate identity* yang merupakan penggambaran nilai-nilai karyawan yang mengasosiasikan sebuah perusahaan.



Gambar 2.6 *From Identity to Reputation*

(Fombrum,1996, hal 37)

Fombrum mendefinisikan *corporate reputation* sebagai keseluruhan estimasi atau anggapan yang perusahaan dapatkan dari kontituennya. Sebuah *corporate reputation* merepresentasikan reaksi afektif dan emosional, baik bagus atau buruk, kuat atau lemah, dari pelanggan, investor, karyawan, dan publik umum dari masyarakat. (Fombrum, 1996, hal 37)

Sedangkan Bennett and Rentschler (2003) mengartikan *corporate reputations* sebagai “*a concept related to image, but one that refers to value to judgments among the public about an organization’s qualities, formed over a long period, regarding its consistency, trustworthiness and reliability*”. Atau reputasi korporat adalah sebuah konsep yang berhubungan dengan citra tetapi satu yang merujuk pada penilaian diantara publik mengenai kualitas organisasi yang dibentuk dalam jangka waktu yang lama, mengacu pada konsistensi, kepercayaan dan reliabilitas. (Weiwei, 2007)

Berbeda dengan ahli lainnya, Marken (2002) mengartikan reputasi sebagai *“as asset that include “quality of product and service, ability to innovate, value as long-term investment, financial stability, ability to attract, develop, retain talent; use of corporate assets, and quality of management”*. Reputasi diartikan sebagai sebuah aset yang termasuk kualitas produk dan layanan, kemampuan untuk berinovasi, nilai investasi jangka panjang, stabilitas keuangan, kemampuan untuk menarik publik, mempertahankan kemampuan dengan menggunakan aset perusahaan dan kualitas manajemen. Marken percaya bahwa reputasi dapat dibangun dan dijaga melalui aktifitas sederhana sehari-hari. Ia menjelaskan bahwa reputasi bisa dibangun dengan setiap mengangkat atau menelepon, email, release, dengan setiap keputusan dan perilaku. (Weiwei, 2007)

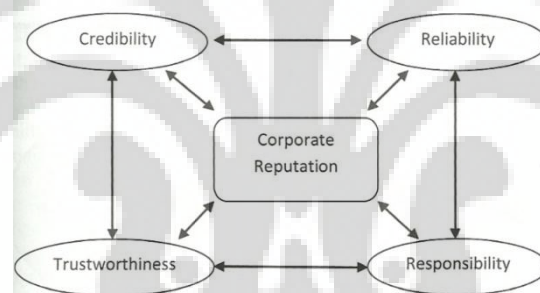
Disisi lain, Doorley and Gracia (2007) memiliki formula tersendiri dalam mendefinikan reputasi. Reputasi memang dipengaruhi dari persepsi dan citra dari berbagai macam stakeholder. Menurutnya reputasi yang diartikan sebagai gabungan citra adalah penggabungan dari kinerja dan sikap perusahaan ditambah dengan komunikasi. Komunikasi disini adalah bagaimana sebuah kinerja dan sikap perusahaan dikomunikasikan kepada para stakeholder tersebut.

Sedangkan menurut Lines (2003), terdapat dua faktor dalam keberhasilan pembentukan reputasi, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan berkomunikasi, transparansi, nilai-nilai, perlakuan kepada karyawan, kemampuan berinovasi, reputasi CEO, beradaptasi perubahan, dan menangani isu sosial dan isu lingkungan. Faktor eksternal yang mempengaruhi reputasi adalah pelanggan, media cetak dan siar, analisis keuangan, pemegang saham, analisis industri, regulator dan pemerintah. (Weiwei, 2007)

Setiap orang memiliki penilaian reputasi yang berbeda-beda mengenai suatu organisasi. Hal ini disebabkan karena setiap orang mendapatkan informasi yang berbeda-beda mengenai perusahaan/organisasi dan memiliki pengalaman yang berbeda pula. Ini juga menjadi alasan bahwa sebuah perusahaan tidak hanya memiliki satu reputasi melainkan memiliki reputasi yang berbeda-beda atau lebih dari satu di mata masyarakat. Setidaknya sebuah perusahaan memiliki 3 atau 4 reputasi. (Dowling, 1994, hal 7)

Dalam melihat suatu reputasi organisasi, bisa dilakukan dengan melakukan riset/penelitian. Langkah kedua adalah membangun kerangka kerja yang mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi reputasi organisasi. Karena reputasi organisasi adalah bentukan dari apa yang orang-orang katakan mengenai organisasi, apa yang organisasi lakukan dan katakan mengenai diri mereka. Untuk memahami ketiga faktor ini, penting untuk mengidentifikasi aktifitas-aktifitas yang mempengaruhi setiap aspek dalam bagaimana organisasi berkomunikasi dengan *stakeholder* internal dan eksternal. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor ini, langkah selanjutnya adalah menentukan bagaimana mereka berinteraksi dengan sesamanya untuk membentuk reputasi organisasi.

Menurut Fombrum, ada empat sisi reputasi korporat yang perlu ditangani, yaitu *credibility*, *trustworthiness*, *reliability*, dan *responsibility*.



Gambar 2.7 *What makes a Good Reputation*

(Fombrum, 1996, hal 72)

Fombrum menyebutkan :

..... factors that helps companies build strong and favorable reputations with their principal constituencies : credibility, reliability, trustworthiness, and responsibility; the speak legions about the difference between simply managing a company's tangible assets and safeguarding the long-term well-being of its reputational capital, its intangible wealth. (Ardiyanto, 2010, hal 102)

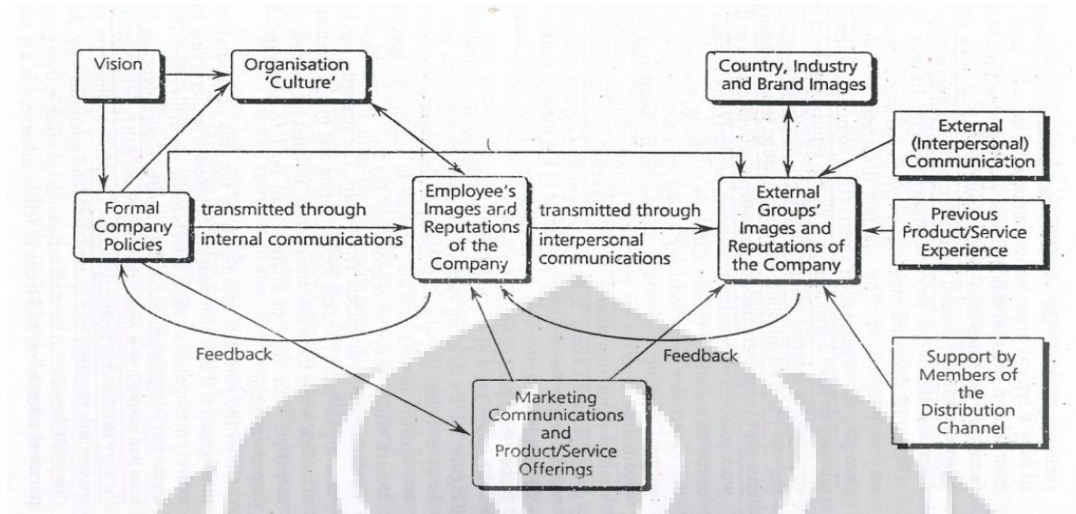
Dari bagan diatas , jelas tergambar bahwa *corporate reputation* terbentuk dari 4 hal dasar, yaitu *credibility*, *reliability*, *trustworthiness*, dan *responsibility*. Investor dan analis menginginkan *credibility*. Mereka menginginkan manajemen bisa membuktikan klaim dan komitmen yang dibuat dalam *press release*, laporan tahunan dan media komunikasi lainnya. Kepercayaan yang telah mereka berikan kepada perusahaan menuntut perusahaan dapat membuktikan kesepakatan yang telah dibuat sejak awal. Mereka mengharapkan perusahaan secara akurat memberitahu mereka mengenai resiko dari stragegi perusahaan, mengingatkan mereka akan masalah yang akan datang, dan membuka fakta-fakta material yang dapat mempengaruhi penilaian investor terhadap kinerja perusahaan. (Fombrum 1996, hal 65)

Karyawan mengharapkan *trustworthiness*. Mereka menginginkan agar perusahaan tempat mereka bekerja dapat dipercaya. Sangat penting bagi para karyawan untuk dihormati dan diperlakukan secara adil dalam pemberian tugas-tugas, gaji dan promosi. Mereka menginginkan perusahaan yang bisa menghormati hak-hak dasar mereka sebagai individu dan masyarakat. (Fobrum, 2006, hal 67)

Pelanggan mengharapkan *reliability*. Mereka ingin agar apa yang dijanjikan perusahaan akan produknya dapat dibuktikan dengan baik. Pelanggan juga berharap bahwa produk dari perusahaan yang mereka percayai lebih bagus kualitasnya dan dapat diandalkan dibanding produk dari kompetitor yang kurang terkenal jika dijual dengan harga yang sama. Reputasi juga dapat dibentuk dari kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggan (Fobrum, 1996, hal 62)

Komunitas menginginkan *responsibility*. Disini, komunitas menginginkan kepekaan perusahaan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi. Kebanyakan karyawan tinggal di komunitas sekitar perusahaan dan mereka mendapatkan keuntungan dari infrastruktur lokal. Perusahaan setidaknya dapat mengembalikan jasa sebesar apa yang mereka ambil dari lingkungan. Perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab kepada komunitas ini, akan dinilai tidak baik oleh komunitas sekitarnya itu dan hal ini tentu membawa dampak buruk bagi reputasi perusahaan. (Fobrum, 1996, hal 68).

Faktor-faktor yang membentuk sebuah reputasi organisasi adalah :



Gambar 2.8 Model Citra dan Reputasi Organisasi

(Dowling, 1994, hal 12)

Gambar di atas menunjukkan faktor utama dalam membangun reputasi organisasi. Diagram ini mengilustrasikan bahwa perubahan sederhana dari komunikasi pemasaran dari sebuah organisasi tidak mungkin menghasilkan dampak besar pada reputasi dimana karyawan dan *stakeholder* eksternal. Untuk mendapatkan perubahan yang signifikan pada pemikiran orang mengenai organisasi biasanya membutuhkan perubahan dari hal-hal yang dasar, misalnya praktek kerja pada *frontliner*, kualitas produk dan jasa atau budaya organisasi. Solusi cepat seperti merubah iklan dan memperkenalkan program *tranning customer service* terkadang hanya memiliki dampak hanya bagi perusahaan.

Berdasarkan gambar diatas, terbentuknya suatu reputasi organisasi dimata karyawan dan *stakeholder* eksternal berawal dari visi organisasi. Dari visi organisasi ini kemudian diimplementasikan melalui kebijakan organisasi dan budaya organisasi. Melalui internal komunikasi yang baik, kebijakan perusahaan bisa menciptakan reputasi organisasi dimata karyawan dan komunikasi pemasaran & penawaran produk yang baik. Kebijakan perusahaan juga secara langsung dapat menciptakan reputasi organisasi dimata *stakeholder* eksternal. Reputasi organisasi dimata *stakeholder* eksternal juga dipengaruhi oleh lima hal lainnya, yaitu citra

negara dan industri, komunikasi interpersonal kepada pihak eksternal, pengalaman publik kepada produk, dukungan dari pihak-pihak distributor, serta komunikasi pemasaran dan penawaran produk itu sendiri. Tidak hanya berhenti disini, reputasi organisasi yang telah terbentuk dijadikan umpan balik (*feedback*) pada reputasi dimata karyawan yang kemudian menjadi umpan balik kembali pada kebijakan organisasi. Begitu proses reputasi organisasi kembali seperti awal.

Reputasi sangat berharga bagi perusahaan dan untuk para stakeholder. Nilai bagi organisasi tergantung bagaimana penggunaan aset marketing ini untuk menghasilkan sebuah produk kembali, dan untuk memberikan sinyal mengenai strategi organisasi, prospek kedepan, dan kesempatan berkarir bagi kelompok eksternal. Nilai bagi stakeholder internal dan eksternal tergantung pada bagaimana mereka menggunakan reputasi organisasi untuk membantu berfikir, dan merespon mengenai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Untuk membangun nilai strategis dari citra dan reputasi yang bermacam-macam, sebuah organisasi harus secara jelas mengidentifikasi kelompok-kelompok *stakeholder* dalam menggambarkan hal tersebut, dan yang mana yang merupakan inti dari nilai-nilai mereka. Penelitian terbaru mengatakan bahwa sebuah reputasi yang baik, dapat menghasilkan keuntungan maksimal dari para pendukung perusahaan dengan :

- Menghambat mobilitas dari perusahaan kompetitor
- Bertindak seperti dinding untuk memasuki pasar
- Memberikan sinyal kepada konsumen mengenai kualitas produk perusahaan dan memungkinkan perusahaan untuk memberikan harga yang tinggi terhadap produknya
- Menarik para pencari kerja
- Membuat akses ke pasar potensial
- Menarik minat investor untuk berinvestasi

Hal-hal inilah yang dapat menjadi keuntungan strategis yang dapat dihasilkan dari sebuah organisasi yang reputasinya baik.

Aktivitas membangun sebuah reputasi adalah hal yang penting bagi sebuah organisasi ketika beroperasi dalam sebuah pasar dimana para kompetitor

dan pelanggan tidak memiliki informasi yang cukup mengenai organisasi. Sebuah reputasi yang baik juga memiliki nilai strategis jika digunakan untuk menambahkan elemen ekstra kepada *marketing mix* perusahaan atau melengkapi elemen yang sudah ada.

Seperti yang telah dijelaskan diatas, setiap kelompok *stakeholder* memiliki pandangan yang berbeda-beda mengenai reputasi suatu organisasi. Hal ini tergantung dari informasi apa yang didapatkan mengenai organisasi. Organisasi harus mengerti stakeholder mana yang paling penting dalam kesuksesan organisasi, dan kelompok mana yang menjadi *opinion leader* dalam melihat reputasi organisasi.

Untuk memudahkan dalam melihat opini *stakeholder* dalam melihat reputasi organisasi, organisasi harus dapat mengelompokkan keberadaan *stakeholder* mereka. Pembagian kelompok *stakeholder* meliputi *normative group*, *functional group*, *diffused group*, dan *customer group*. *Normative group* adalah kelompok yang meliputi pihak-pihak yang mempunyai otoritas bagi organisasi untuk menjalankan fungsinya dan mereka menetapkan aturan umum dan regulasi yang berpengaruh bagi organisasi. Misalnya pemerintah, *local council*, agensi regulasi, dan kelompok-kelompok konsumen dan lingkungan yang memberikan batasan-batasan bagi ruang lingkup organisasi dan mengatur jalannya organisasi.

Functional group merupakan pihak-pihak yang secara langsung beraktifitas di dalam organisasi hari demi hari. Mereka yang menjalankan organisasi dan melayani pelanggan. Mereka adalah kelompok *stakeholder* yang paling terlihat. Misalnya saja karyawan, perserikatan pekerja, suppliers, distributor, retailer dan agensi riset, dan konsultan. Yang paling terpenting dari kelompok ini adalah karyawan.

Diffused group merupakan stakeholder khusus yang mengambil kepentingan pada organisasi ketika mereka prihatin mengenai perlindungan terhadap hak-hak orang lain. Isu yang mungkin muncul yang menjadi perhatian kelompok ini adalah keterbukaan informasi, tertutupan informasi, lingkungan para konsumen, kepentingan kelompok-kelompok minoritas, kesetaraan

kesempatan bagi para karyawan, perlindungan anak-anak di tempat kerja. Pihak yang paling penting dari kelompok ini adalah jurnalis. Sedangkan *customer group* adalah kelompok yang bisa dikatakan kelompok yang paling penting, yaitu pelanggan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi reputasi organisasi : (Dowling, 1994, hal 39-142)

a. *Vision : The Guiding Hand*

Pemimpin perusahaan dan karyawan yang memiliki *sense of vision* yang jelas adalah faktor penting dalam membangun reputasi bagi banyak perusahaan. Organisasi yang memiliki visi yang kuat, secara umum dapat menginspirasi tingkat komitmen yang lebih tinggi diantara para karyawan daripada perusahaan yang tidak memiliki visi kuat. Visi biasanya tertulis dalam dokumen formal dan disebut dengan *vision statement*, *credo*, *mission statement* atau *charter*. *Vision statement* merupakan dokumen yang terdiri dari satu atau dua halaman yang akan berisi sebuah pernyataan mengenai apa tujuan organisasi didirikan, karena ini berkaitan dengan *stakeholder* utama. Keuntungan dari *vision statement* adalah dapat memastikan formasi strategi, evaluasi, mengatur ekspektasi bagi *stakeholder* internal dan eksternal. Kebanyakan *vision statement* didesain sebagai sebuah pernyataan eksplisit dari filosofi organisasi. Hal ini yang merefleksikan banyak aspek dari reputasi ideal organisasi (misalnya, peduli terhadap lingkungan, responsif terhadap kebutuhan pelanggan).

b. *Formal Company Policies : Strategy and Structure Do Matter*

Untuk membangun sebuah reputasi yang kuat, dimana konsisten diseluruh kelompok *stakeholder*, adalah dengan didorong oleh strategi bisnis dan taktik organisasi. Elemen kunci yang mempengaruhi cara organisasi membangun reputasinya adalah kebijakan formal yang memandu strategi, struktur dan sistem formal organisasi. Kebijakan formal dapat mempengaruhi budaya organisasi, citra dan reputasi karyawan, tawaran produk dan jasa terhadap pelanggan dan semua bentuk komunikasi dengan *stakeholder*. Kebijakan formal organisasi yang menetapkan bagaimana

perusahaan ingin bersaing dan sebuah kesatuan dari strategi kompetitif dari *positioning* kepada kompetitornya.

c. *Organisational Culture : The invisible Web*

Budaya organisasi memainkan peran yang sangat penting dalam mengartikan nilai di dalam pernyataan visi ke dalam perilaku karyawan. Ini juga berpengaruh pada bagaimana banyak aspek dari strategi organisasi, struktur dan sistem kontrol diimplementasikan. Organisasi dengan budaya organisasi yang kuat memiliki performa yang baik di pasar dibandingkan organisasi yang budayanya lemah. Budaya organisasi dibangun oleh orang atau kelompok dan meliputi *beliefs* and *feelings* orang (*corporate value* atau asumsi). Kepercayaan dan nilai ini akan bervariasi tergantung pada kelompok kerja yang orang miliki, dan jenis masalah yang mereka hadapi di lingkungan kerja. Faktor budaya nasional juga akan mempengaruhi budaya organisasi.

d. *Communications : What you do and what you say*

Iklan dan bentuk lain dari bentuk komunikasi, seperti *direct mail*, simbol identitas, publisitas, dan *sponsorship* adalah alat penting untuk organisasi untuk membantu membangun citra yang diinginkan. Komunikasi dalam hal ini dibagi dua : mengkomunikasikan produk atau perusahaan. Iklan mengenai perusahaan, cenderung berfokus pada isu besar yang berhubungan dengan organisasi. Pesan-pesan yang disampaikan dalam iklan kebanyakan dikirimkan kepada konsumen berfokus secara spesifik kepada produk dan service. Jenis iklan ini adalah jenis utama dari komunikasi yang digunakan untuk menetapkan ekspektasi stakeholder mengenai sebuah perusahaan.

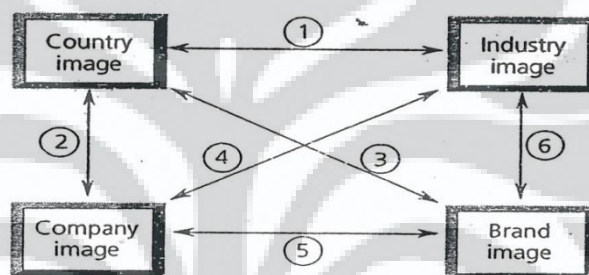
e. *Corporate Identity : What you see is all you get*

Corporate Identity is that the organisation's various identity symbol represent : 'the visual manifestation of the organisation's desired image. (Identitas korporat adalah berbagai simbol identitas dari suatu organisasi yang merepresentasikan manifestasi visual dari citra yang diinginkan). Dari definisi ini juga menggambarkan dua peran utama dari visual *corporate identity* yaitu untuk membangun kesadaran (*awareness*)

dan/atau untuk menjadi tanda pengenal bagi suatu organisasi dan untuk mengaktifkan kembali gambaran yang telah tersimpan dalam benak masyarakat mengenai perusahaan. Terdapat empat elemen dari *corporate identity* : nama, logo perusahaan, bentuk huruf dan susunan warna.

f. *Country, Industry and Brand Image : Where to get Marketing Leverage*

Gambaran *stakeholder* eksternal mengenai sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh negara, industri dan *brand image*. Hal ini yang menjelaskan mengapa orang berfikir mengenai sebuah organisasi kemudian asosiasi mereka berhubungan dengan konteks tertentu. Konteks ini bisa sebuah industri dimana perusahaan beroperasi atau mengenai mereka itu sendiri.



Gambar 2.9 *Six source of marketing leverage*

(Dowling, 1994, hal 145)

Dari gambaran diatas, terlihat jelas bahwa antara citra negara, citra industri, citra perusahaan, dan citra merek memiliki kaitan yang sangat kuat. Gambar ini juga memperlihatkan keempat elemen ini saling mempengaruhi satu sama lain. Jika negara, industri, perusahaan, dan merek memiliki citra yang baik, maka dari keempat elemen inilah reputasi organisasi yang baik pula.

Panah nomor 1 mengindikasikan bahwa beberapa negara diketahui terkenal dengan industrinya, misalnya saja Jepang dengan industri elektronik. Panah nomor 2 menghubungkan negara dengan citra perusahaan. Panah nomor 3 merupakan panah *double-headed*. Misalnya saja merek seperti *Apple*, *Coca Cola*, *Disney*, *Ford*, *IBM*, *Kodak*, akan memunculkan asosiasi mengenai Amerika (USA).

Panah nomor 4 menunjukkan hubungan antara citra perusahaan dan citra industri. Misalnya saja, *General Electric*, *Philips*, dan *Volvo* menggunakan iklan mengenai perusahaan untuk menginformasikan kepada publik mengenai industri mereka. Panah nomor 5 merupakan hubungan yang biasa digunakan sebagai strategi pemasaran, bagaimana suatu citra merek berpengaruh pada citra perusahaan. Sedangkan panah nomor 6 merefleksikan pengaruh bahwa nama profil dari sebuah merek dapat memunculkan gambaran mengenai industri. Misalnya saja, gambaran mengenai merek *Coke* dan *Pepsi* hampir menggambarkan sebuah industri *softdrink* dan *McDonald's*



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandangan untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Seperti yang dikatakan Patton, paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensi atau epistemologis yang panjang. (Mulyana, 2003, hal 9)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivis, dimana ilmu sosial dipandang sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung pelaku sosial dalam *setting* keseharian agar mampu memahami bagaimana pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka. (Hidayat,2004)

Paradigma ini menyatakan bahwa 1) dasar untuk menjelaskan kehidupan, peristiwa sosial dan manusia bukan ilmu dalam kerangka positivistic, tetapi justru dalam arti *common sense*. Menurut paradigma ini, pengetahuan dan pemikiran awan berisikan arti atau makna yang diberikan individu terhadap pengalaman dan kehidupannya sehari-hari, dan hal tersebutlah yang menjadi awal penelitian ilmu-ilmu sosial; 2) pendekatan yang digunakan adalah induktif, berjalan dari yang spesifik ke yang umum, dari yang konkrit menuju yang abstrak; 3) ilmu bersifat ideografis bukan nomotetis, karena ilmu mengungkapkan bahwa realitas terterampilkan dalam symbol-simbol melalui bentuk-bentuk deskriptif; 4) pengetahuan tidak hanya diperoleh melalui indra karena pemahaman mengenai makna dan intretasi adalah jauh lebih penting ; dan 5) ilmu tidak bebas nilai. Kondisi bebas nilai tidak menjadi sesuatu yang dianggap penting dan tidak pula mungkin dicapai (Saraktakos,1993)

Dari segi ontologis, epistemologis dan metodologi, karakteristik paradigma konstruktifis antara lain sebagai berikut (Hidayat, 2004) :

- Ontologis : Realitas merupakan konstruksi sosial. Kebenaran realitas adalah relatif. Berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.
- Epistemologis : Pemahaman atas suatu realitas, atau temuan suatu penelitian merupakan produk interaksi peneliti dengan yang diteliti.
- Metodologi : Menekankan empati, dan interaksi dialektis antara peneliti dengan responden untuk merekonstruksi realitas yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan bagaimana peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi DPR yang disebabkan oleh berbagai pemberitaan yang muncul di berbagai media dan citra buruk DPR. Selain itu, peneliti juga ingin menggambarkan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi. Penelitian ingin menggali lebih dalam mengenai realitas-realitas dan berangkat dari teori yang kemudian dibandingkan dengan realitas yang terlihat dan hasil penemuan dilapangan.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. Tujuan penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit diketahui atau dipahami (Moelong, 2004).

Penelitian kuantitatif juga dapat memerhatikan pengalaman individu menghadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan mempelajari tentang kelompok dan pengamalan-pengamalan yang mungkin tidak diketahui sebelumnya (Bogdan & Taylor, 1975, hal 4-5). Penelitian kualitatif bermaksud

untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moelong, 2007, hal 6). Hasil penelitian tidak berusaha untuk digeneralisasi, tetapi tetap subjektif karena pendekatan kualitatif percaya bahwa semua fenomena sosial berbeda-beda, tergantung dari konteks, latar belakang, dan kondisi pribadi individu. Pendekatan kualitatif bersifat fleksibel dan memungkinkan data dan teori itu berinteraksi dengan sendirinya (Patton, 2002, hal 68-69)

Adapun alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif adalah untuk memperoleh gambaran utuh mengenai bagaimana peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi. Peneliti menggunakan metode ini agar memberikan ruang bicara yang luas kepada para informan dalam memberikan jawaban sesuai dengan apa yang mereka lakukan dan rasakan. Selain itu, pendekatan ini dirasa cukup dan tepat untuk mendapatkan informasi secara ringkas dan mendalam.

3.3 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah (Suryabrata, 1983, hal 19). Berdasarkan sifatnya, penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Karena itu, laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data penelitian tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi pendukung lainnya (Moeleng, 2004, hal 11)

Penelitian yang bersifat deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada,

mengidentifikasi masalah-masalah dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk mendapatkan rencana pada waktu yang akan datang (Jalaludin Rakhmat, 1999, hal 24)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan apa dan bagaimana peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi.

3.4 Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus. Penelitian studi kasus adalah penelitian yang intensif, menggunakan sumber bukti yang beragam (bisa kualitatif, kuantitatif, atau keduanya), dari satu entitas (kesatuan) yang dibatasi oleh waktu dan tempat. Kasus yang dimaksud bisa sebuah organisasi, kumpulan orang seperti kelompok sosial atau kelompok kerja, komunitas, event, proses, atau permasalahannya (Christine Daymon & Immy Holloway, 2001, hal 105)

Penelitian studi kasus membuat peneliti mendapat pemahaman secara utuh dan terintegrasi mengenai interaksi berbagai fakta serta dimensi kasus khusus tersebut (Poerwandari, 2007, hal 124). Penelitian studi kasus juga menyarankan untuk menggunakan data dari berbagai sumber. Penelitian studi kasus juga digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan manusia.

Dalam penelitian ini, kasus yang diangkat adalah organisasi lembaga negara dalam hal ini DPR RI. Setiap organisasi pasti memiliki interaksi dan strategi dalam berhubungan dengan para *stakeholdernya*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi humas DPR dalam menjaga reputasi tersebut.

3.5 Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Mengambil data primer atau pokok dalam penelitian ini adalah dengan metode *in-depth interview* atau wawancara. Wawancara (*interview*) merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti. Tujuan dari wawancara adalah untuk memeriksa, menguji, ataupun melengkapi data yang diperoleh melalui alat ukur lain (Harjana, 2002, hal 23). Wawancara adalah percakapan dengan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moelong, 2007, hal 186). Sedangkan wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data dari suatu informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dilakukan dengan frekuensi tinggi secara intensif (Ardiyanto, 2010, hal 178). Dengan menggunakan metode wawancara, peneliti dapat mempelajari hal-hal yang memang tidak dapat dilacak dengan menggunakan cara atau metode lain.

b. Data Sekunder

Pengambilan data juga dilakukan dengan observasi (pengamatan secara langsung) dan studi dokumentasi. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatan melalui hasil kerja panca indera mata serta dibantu dengan panca indera lainnya. (M. Burhan Bungin, 2007:115). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung bagaimana peran humas DPR RI dalam menjaga reputasi organisasi dan hambatan-hambatan apa saja yang

humas hadapi dalam menjaga reputasi tersebut. Sedangkan metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian. Di peneliti mengumpulkan data dari humas DPR itu sendiri melalui tim PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) dan *website* resmi DPR RI yaitu www.dpr.do.id. Peneliti juga mengumpulkan informasi dari beberapa media massa yang berhubungan dengan jajak pendapat mengenai DPR antara tahun 2010-2011. Peneliti mengambil data mengenai *polling* atau jajak pendapat mengenai DPR dari media cetak koran Kompas. Pemilihan Kompas sebagai salah satu sumber data sekunder ini dikarenakan Kompas merupakan barometer koran nasional.

3.6 Teknik Memilih Informan

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan data secara purposif. Purposif adalah “*selecting information-rich cases for study in depth*” memilih data yang kaya akan informasi untuk studi secara mendalam. Purposif dilakukan agar dapat memilih informan tertentu yang dianggap kompeten dalam memaparkan bagaimana peran humas DPR dalam menjaga reputasi organisasi serta dapat memberikan pandangan terkait peran-peran tersebut.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah Kepala Biro Humas & Pemberitaan DPR RI (Drs. Djaka Dwi Winarko. M.si), Kepala Bagian Humas DPR RI (Drs. Suratna, Msi), Anggota DPR sekaligus Ketua Fraksi Partai Amanat Nasional (F-PAN) DPR RI dan Wakil Komisi III DPR RI Periode 2009-2014 (Ir. H. Tjatur Sapto Edy, MT), jurnalis tvOne (K. Dharma Gunawan S.Sos), dan praktisi PR (Ir. Djaka Winarso Msi).

Pemilihan informan dari kalangan humas DPR RI berdasarkan pada jabatan dan kedudukan sebagai pimpinan di dalam Humas DPR RI. Kriteria ini dipilih karena seorang pimpinan dirasa menguasai kegiatan humas DPR RI secara menyeluruh. Sedangkan untuk pemilihan informan sebagai triangulasi data,

pemilihan informan berdasarkan pada kriteria kemampuan dan penguasaan terhadap ruang lingkup DPR. Jumlah informan sebanyak 5 orang dipilih karena sudah dirasa dapat menjawab pertanyaan penelitian ini.

3.7 Deskripsi Informan

Informan pertama dalam penelitian ini adalah Kepala Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI, yaitu Drs. Djaka Dwi Winarko Msi. Latar belakang pendidikan informan ini adalah Jurusan Administrasi Negara Universitas Jember (2005) dan Pasca sarjana FISIP Universitas Indonesia jurusan Ilmu Administrasi dengan kekhususan Kebijakan Publik pada tahun 2005. Saat ini ia sedang menyusun disertasi untuk gelar doktor di Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana. Beliau menjabat sebagai Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI sejak Juli 2011. Sebelum menjabat sebagai kepala biro, ia menjabat sebagai Kepala Bagian Set. Badan Legislasi DPR-RI. Pemilihan informan ini karena informan ini sebagai Kepala Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI yang membawahi bagian humas, pemberitaan, dan protokol.

Informan kedua adalah Kepala Bagian Humas DPR RI, yaitu Drs. Suratna Msi. Informan ini berlatar belakang sarjana komunikasi Universitas Gadjah Mada kemudian melanjutkan ke Pascasarjana FISIP UI Jurusan Komunikasi dengan kekhususan Manajemen Komunikasi. Dari awal, ia mengawali karirnya melalui staf humas DPR RI dari tahun 1991-1996. Setelah itu ia banyak berpindah dan menjabat di bagian-bagian yang masih dalam ruang lingkup Biro Humas dan Pemberitaan. Saat ini ia menjabat sebagai kepala bagian humas DPR RI sejak 2010. Pemilihan informan ini karena ia menguasai bagaimana seluk beluk kinerja humas DPR RI.

Selanjutnya informan ketiga adalah K. Dharma Gunawan. Ia adalah salah satu reporter stasiun televisi tvOne yang ditugaskan untuk meliput pemberitaan khusus di DPR RI. Pria lulusan komunikasi jurnalistik Universitas Padjajaran tahun 2007 ini memiliki banyak pengalaman dalam bidang jurnalistik. Ia telah menjadi reporter tvOne sejak setahun yang lalu, sebelumnya ia pernah menjadi

reporter di Bandung TV selama 4 tahun, radio PR FM selama 1 tahun, dan wartawan cetak selama 3 tahun. Pemilihan informan ini disebabkan karena ia merupakan jurnalis salah satu stasiun televisi berita swasta yang besar di Indonesia, yaitu tvOne, dan ia juga banyak berkecimpung di DPR untuk mendapatkan berita.

Informan berikutnya yang kemudian akan disebut sebagai informan empat adalah salah satu anggota DPR RI yang masih aktif menjabat yaitu Ir. Tjatur Sapto Edy MT. Pendidikan terakhir yang ia miliki adalah magister teknik jurusan Teknologi Pengelolaan Lingkungan dari Institut Teknologi Bandung yang lulus pada tahun 1998. Sebelumnya ia meluluskan sarjananya dari Teknik Lingkungan ITB pada tahun 1994. Pria yang sekaligus menjabat sebagai Ketua Fraksi PAN dan Wakil Ketua Komisi III ini, sudah terjun ke dunia politik dan menjadi anggota DPR sejak tahun 2005. Pemilihan informan ini karena informan sudah relatif lama duduk sebagai anggota DPR RI dan sudah mengetahui secara detail proses kerja DPR dan publikasinya kinerjanya kepada masyarakat. Jabatannya sebagai ketua fraksi dan wakil komisi juga dianggap dapat bisa melihat bagaimana peran humas dalam menjaga reputasi organisasi.

Informan terakhir atau informan lima adalah praktisi PR yaitu Ir. Djaka Winarsa Msi. Ia adalah praktisi PR yang lulus dari pasca sarjana FISIP Universitas Indonesia jurusan Komunikasi (Public Relations). Sebelumnya ia menamatkan sarjana Teknik Industri di Institute Teknologi Bandung. Saat ini ia sedang menyelesaikan S3-nya di Universitas Malaysia Utara. Informan ini adalah direktur utama konsultan humas PT Socio Komunikasi Indonesia. Konsultan ini secara khusus menangani humas dalam bidang pemerintahan. Praktisi ini dipilih sebagai informan adalah karena profesinya sebagai praktisi yang sudah mahir dalam bidang kehumasan. Sebagai direktur dari sebuah konsultan humas pemerintah, ia juga dirasa sangat menguasai humas di dunia pemerintahan dan lembaga negara.

3.8 Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan analisis tematik sebagai teknik dalam menganalisis data yang telah diperoleh. Analisis tematik adalah sebuah pendekatan untuk menganalisis data yang melibatkan penciptaan dan penerapan 'kode' untuk data. Dari data yang dianalisis, dapat mengambil sejumlah bentuk dari transkrip wawancara, catatan lapangan, kebijakan dokumen, foto, atau rekaman video. (Huberman, 1994)

Dalam menganalisis data, peneliti melewati tiga tahap (Holoway, 2008, hal 367) :

- Membaca verbatim dan memberikan pengkodean terhadap temuan-temuan yang sesuai dengan informasi yang ingin diketahui peneliti.
- Mengumpulkan, memilah, mengklasifikasikan hasil ke dalam tabel matriks yang disiapkan agar dapat dilihat kesamaan pola dari setiap informan. Peneliti menentukan tema-tema pada setiap tabel, sehingga informasi yang dimasukkan ke dalam tabel disesuaikan dengan temanya.
- Menganalisis informasi yang telah dipilah-pilah dalam tabel matriks tersebut ke dalam penulisan deskriptif.

3.9 Unit Analisis dan Unit Observasi

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI yang berada di Gedung MPR/DPR RI, Jln. Gatot Subroto, Jakarta 10270. Sedangkan unit observasinya adalah peran Humas DPR RI yang tentunya berperan penting dalam menjaga reputasi organisasi.

3.10 Kualitas Penelitian

Untuk menjadikan penelitian ini memiliki kualitas yang baik, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik yang

memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan sumber lain di luar data sebagai pembanding data penelitian. Denzim (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Salah satu jalan untuk dalam menggunakan triangulasi ini adalah dengan membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memenuhi empat kriteria kualitas dan keabsahan data dalam penelitian kualitatif, antara lain (Patton, 2002, hal 546) :

- *Credibility*
Kredibilitas penelitian ini ditunjukkan dengan mengumpulkan data yang seobjektif dan selengkap mungkin. Kredibilitas penelitian juga dapat dilihat dari pemilihan informan yang disesuaikan dengan kriteria yang berbasis pada tujuan penelitian. Peneliti juga melakukan triangulasi data dari berbagai sumber. Adapun triangulasi data yang dimaksud adalah informasi hasil wawancara, informasi yang berkaitan dengan organisasi, dan interpretasi peneliti. Pada penelitian ini, kredibilitas peneliti dapat dibuktikan dengan hasil transkrip wawancara dan studi dokumentasi sebagai bukti pengambilan data peneliti.
- *Transferability*
Keteralihan penelitian ini ditunjukkan melalui usaha peneliti dalam menggali informasi sedetail mungkin sehingga dapat diinterpretasikan secara lengkap dan dapat menghasilkan kesimpulan yang serupa di penelitian sejenis. Hal ini dibuktikan peneliti dengan melakukan *coding* untuk menginterpretasikan hasil penelitian.
- *Confirmability*
Kepastian data yang didapat dari penelitian diumber secara umum dan publik. Dengan kata lain, peneliti menggambarkan secara terbuka

keseluruhan proses penelitian sehingga memungkinkan pihak-pihak lain untuk mengembangkan penelitian ini. Peneliti mengungkapkan temuan-temuan penelitian pada pembimbing. Selain itu, peneliti juga melampirkan temuan tersebut dalam transkrip wawancara.

- *Dependability*

Kebergantungan penelitian dapat terlihat apabila terdapat penelitian yang sama dilakukan beberapa kali dan tetap menghasilkan kesimpulan yang sama.

3.11 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini terletak pada metode yang menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga hasil penelitian ini hanya bisa diterapkan pada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) dan tidak bisa diterapkan pada lembaga-lembaga negara lainnya. Hal ini dikarenakan setiap lembaga negara memiliki karakteristiknya masing-masing. Sedangkan keterbatasan penelitian ini adalah peneliti hanya mewawancarai dua orang dari internal humas DPR. Seharusnya peneliti dapat mewawancarai 4 orang dari kalangan internal humas DPR. Namun karena keterbatasan waktu penelitian yang dimiliki, penelitian hanya dapat mewawancarai dua orang internal.

BAB IV

HASIL TEMUAN

Bab ini akan membahas temuan-temuan yang ada di lapangan dari objek penelitian. Hasil-hasil temuan ini didapatkan dari hasil wawancara mendalam dengan lima narasumber selama penelitian berlangsung. Hasil penelitian kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema tertentu berdasarkan hal-hal yang apa saja yang mempengaruhi humas DPR agar dapat menjaga reputasi organisasi.

4.1 Deskripsi Singkat Tentang Informan

4.1.1 Informan 1

Wawancara dengan informan 1 dilakukan dalam tiga kali pertemuan. Wawancara pertama dilakukan pada hari Kamis, 27 Oktober 2011 pukul 13.30 kemudian wawancara kedua dilakukan pada hari Kamis 3 November 2011 pada pukul 14.00 dan wawancara terakhir dilakukan pada hari Selasa 15 November 2011 pada pukul 16.00 WIB. Setiap wawancara dilakukan di ruangan informan yang terletak di gedung DPR RI Nusantara III.

Proses wawancara dengan informan ini memang tidak bisa sekali dilakukan. Hal ini dikarenakan kesibukan informan dalam melakukan tugas-tugasnya. Namun ditengah-tengah kesibukannya, informan masih mau menyempatkan waktu untuk peneliti mewawancarai dirinya. Peneliti melakukan wawancara pertama dan kedua dengan informan ketika informan selesai beristirahat dan setelah melakukan ibadah sholat Dzuhur. Wawancara pertama dan kedua terpotong karena informan akan mengadakan rapat dengan para stafnya. Wawancara ketiga dengan informan dilakukan setelah informan selesai melakukan pekerjaannya dan bersiap untuk pulang. Wawancara terakhir ini dilakukan untuk menggali lebih dalam informasi dari hasil wawancara sebelumnya.

4.1.2 Informan 2

Wawancara dengan informan 2 dilakukan di ruangan informan yang berada di Gedung DPR RI Nusantara III. Wawancara dengan informan ini dilakukan dengan dua kali pertemuan. Pertemuan pertama dilakukan pada hari Jumat, 28 Oktober 2011 pada pukul 10.20 WIB dan pertemuan kedua dilakukan pada tanggal 15 November 2011, hari Selasa pada pukul 15.00 WIB. Wawancara pertama dilakukan di tengah-tengah aktifitas beliau pada jam kerja. Wawancara ini terhenti karena informan akan mengikuti rapat penting. Pada saat wawancara pertama ini, informan terlihat sibuk karena banyak staf yang masuk untuk meminta tanda tangan beliau. Pertemuan kedua dilakukan pada sore hari ketika informan sudah menyelesaikan tugas-tugasnya sehingga suasana wawancara kedua ini sudah relatif lebih santai. Wawancara kedua ini ditujukan untuk melengkapi dan menggali data lebih dalam dari wawancara sebelumnya.

Informan ini memiliki pemikiran yang luas mengenai bidang kehumasan DPR dan ia sangat kritis terhadap hal-hal apa saja yang terjadi saat ini di DPR. Dalam melakukan wawancara, informan ini terlihat antusias dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Ia terlihat tertarik dengan wawancara peneliti karena hal-hal yang peneliti tanyakan terkait dalam bidang kehumasan DPR yang saat ini menjadi ruang lingkup pekerjaannya. Peneliti juga tidak merasa kesulitan untuk menemui informan ini dan meminta data dan dokumentasi terkait dirinya dan organisasi.

4.1.3 Informan 3

Wawancara dengan informan ini berlangsung dua kali pertemuan. Wawancara pertama dilakukan di selasar Nusantara III Gedung DPR RI pada hari Kamis, 27 Oktober 2011 pada pukul 15.30 WIB. Saat itu wawancara dilakukan setelah informan menyelesaikan tugasnya dan bersiap untuk kembali ke kantor melaporkan hasil kerjanya pada hari itu. Wawancara kedua dengan informan ini dilakukan di selasar Gedung Bundar DPR RI tepatnya di bawah Ruang Sidang Paripura I DPR RI pada hari Kamis, 17 November 2011 pukul 12.00 WIB. Wawancara kedua ini dilakukan di sela-sela waktu informan bertemu dengan

salah satu anggota DPR. Wawancara ini ditujukan untuk menggali data secara lebih dalam dan melengkapi informasi dari hasil wawancara sebelumnya. Informan dengan latar belakang pendidikan di bidang Jurnalisme ini sangat mencintai pekerjaannya dan sangat menguasai bidang komunikasi khususnya bidang Jurnalisme.

4.1.4 Informan 4

Wawancara dengan ini berlangsung di ruangan kerja informan yang berada di Gedung Nusantara I DPR RI pada hari Jumat, 4 November 2011 pukul 13.40 WIB. Wawancara dilakukan setelah informan menjalankan ibadah sholat Jumat dan sambil menyantap makan siangnya. Ruangan kerja informan yang bersih dan rapi menjadikan wawancara terasa berjalan sangat kondusif. Sebelum wawancara berlangsung, informan ini sudah ditunggu tamunya yang datang dari Samarinda namun informan tetap memenuhi janjinya kepada peneliti untuk bisa diwawancarai dan menunda pertemuannya dengan tamu tersebut. Informan ini bisa dikatakan sangat ramah dan sangat menguasai dunia perpolitikan DPR. Melalui pengalaman dan eksistensinya di bidang politik selama 8 tahun, ia sangat menguasai bagaimana sebuah organisasi DPR itu bekerja.

Informan yang pernah menulis buku dengan judul ‘Suara-Suara Saya di Senayan’ dan sering menjadi narasumber di televisi ini terlihat sangat tertarik dengan judul penelitian peneliti. Ia sangat menyadari bagaimana pentingnya humas dalam mempublikasikan hasil kinerja DPR agar masyarakat dapat mengetahui apa-apa saja yang telah dilakukan DPR. Ia juga menyadari bahwa citra dan reputasi merupakan hal yang paling penting dalam lembaga politik, khususnya DPR.

4.1.5 Informan 5

Perkenalan dengan informan ini berasal dari salah satu dosen di Jurusan Komunikasi FISIP UI. Setelah berkenalan melalui telepon, akhirnya peneliti membuat janji dengan informan untuk wawancara. Wawancara dengan informan ini dilakukan di Mall Plaza Senayan, tepatnya di Food Galery pada hari Senin, 31 Oktober 2011 pukul 18.00 WIB. Saat mewawancarai informan ini, situasinya

terasa sangat santai. Informan tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi tapi sekaligus menjadi guru dalam penelitian ini. Selain ia memberikan sudut pandang mengenai kehumasan DPR dari sisi profesinya, ia juga memberikan masukan-masukan dan saran-saran dalam penelitian ini. Informan ini masih aktif sebagai pengajar di Pasca Sarjana Komunikasi Universitas Trisakti dan sekaligus menjabat sebagai sebagai direktur utama PT. Socio Komunikasi Indonesia yang merupakan konsultan kehumasan yang secara khusus menangani humas pemerintahan. Dengan jabatannya ini, ia terlihat sangat mahir dalam memberikan masukan bagaimana seharusnya humas DPR menjaga reputasi organisasi.

4.2 Profil Organisasi

4.2.1 Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI)

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia disahkan pada tanggal 29 Agustus 1945 dengan dasar Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan peraturan perundang-undangan. Visi DPR adalah terwujudnya DPR RI sebagai lembaga perwakilan yang kredibel dalam mengemban tanggung jawab mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Sedangkan misi DPR RI adalah mewujudkan penyelenggaraan fungsi legislasi yang efisien dan efektif, mewujudkan penyelenggaraan fungsi penganggaran negara yang akuntabel dan transparan, mewujudkan penyelenggaraan fungsi pengawasan yang transparan dan efektif dan mewujudkan kelembagaan DPR RI yang kuat, aspiratif, responsif, dan akomodatif.

DPR memiliki fungsi legislasi, fungsi anggaran, dan fungsi pengawasan. Fungsi legislasi dilaksanakan sebagai perwujudan DPR selaku pemegang kekuasaan membentuk undang-undang. Fungsi anggaran dilaksanakan untuk membahas dan memberikan persetujuan terhadap rancangan undang-undang terhadap APBN yang diajukan oleh Presiden. Fungsi pengawasan atas pelaksanaan undang-undang dan APBN.

Untuk melaksanakan tugas dan wewenangnya DPR membentuk Alat Kelengkapan DPR yang terdiri dari :

- a. Pimpinan DPR

Pimpinan DPR merupakan suatu kesatuan pimpinan yang bersifat kolektif, terdiri atas satu orang ketua dan empat orang wakil ketua yang berasal dari partai politik berdasarkan urutan perolehan kursi terbanyak di DPR.

b. Badan Musyawarah (Bamus)

Tugas bamus adalah menetapkan agenda DPR untuk satu tahun masa persidangan, memberikan pendapat kepada pimpinan DPR, mengatur lebih lanjut dalam penanganan suatu masalah & menentukan penanganan RUU.

c. Komisi

Komisi dibentuk DPR yang bersifat tetap. Berdasarkan keputusan, DPR memiliki 11 Komisi dengan ruang lingkup tugas dan pasangan kerja masing-masing.

d. Badan Legislasi (Baleg)

Badan ini bertugas menyusun rencana program legislasi nasional, mengkoordinasi penyusunan program legislasi, menyiapkan RUU usul DPR, dan melakukan pengharmonisan terhadap RUU.

e. Badan Anggaran (Banggar)

Badan ini bertugas untuk membahas bersama pemerintah dalam menyusun anggaran, menetapkan pendapatan negara, membahas rancangan UU tentang APBN dan melakukan sinkronisasi terhadap hasil pembahasan di komisi.

f. Badan Urusan Rumah Tangga (BURT)

Tugas badan ini adalah menetapkan kebijakan kerumahtanggaan DPR, melakukan pengawasan terhadap Sekretariat Jendral DPR dan melakukan koordinasi dengan alat kelengkapan DPD & MPR.

g. Badan Kerjasama Antar Parlemen (BKSAP)

Badan ini bertugas untuk membina, mengembangkan, dan meningkatkan hubungan persahabatan dan kerja sama antara DPR dan parlemen negara lain.

h. Badan Kehormatan (BK)

Badan ini bertugas melakukan penyelidikan dan verifikasi atas pengaduan terhadap anggota karena tidak melaksanakan tugas, tidak dapat

melaksanakan tugas secara berkelanjutan, tidak menghadiri rapat paripurna.

i. Badan Akuntabilitas Keuangan Negara (BAKN)

Badan ini bertugas untuk melakukan penelaahan terhadap hasil pemeriksaan BPK yang disampaikan kepada DPR, menyampaikan hasil penelaahan, dan menindaklanjuti hasil pembahasan terhadap temuan hasil pemeriksaan BPK.

j. Panitia Khusus

Panitian khusus dibentuk DPR yang bersifat sementara. Panitia khusus bertugas melaksanakan tugas tertentu dalam jangka waktu tertentu yang ditetapkan oleh rapat paripurna.

k. Alat Kelengkapan Lain

DPR dapat membentuk Panitia atau Tim. Panitia yang dibentuk oleh alat kelengkapan disebut Panitia Kerja atau Tim. Panitia Kerja atau Tim bertugas melaksanakan tugas tertentu dalam jangka waktu tertentu.

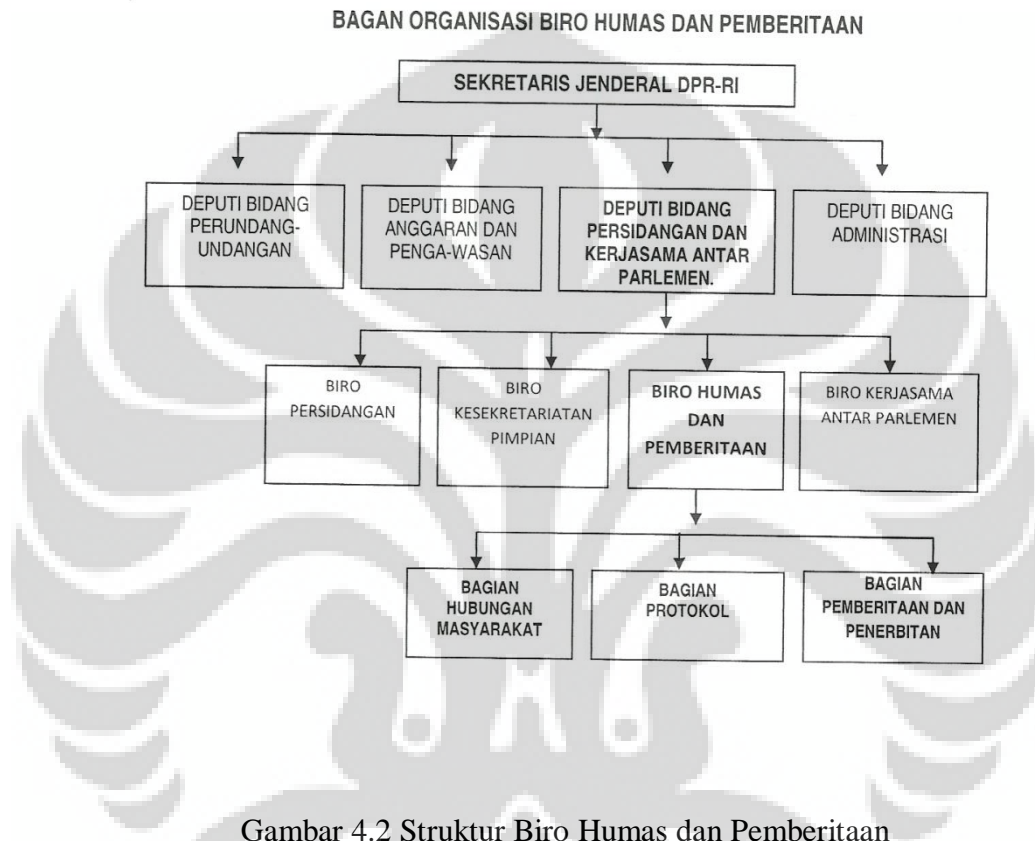
4.2.2 Biro Hubungan masyarakat dan Pemberitaan

Dalam penelitian ini, unit analisis peneliti adalah Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI. Biro ini terletak di bawah Sekretariat Jendral DPR RI. Sekretariat Jendral itu sendiri merupakan penunjang kinerja anggota DPR yang berkedudukan sebagai ke-sekretariatan Lembaga Negara yang dipimpin oleh seorang Sekretariat Jendral dan dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Pimpinan DPR.

Biro ini mempunyai tugas menyelenggarakan analisis terhadap isu-isu DPR, hubungan masyarakat, protokol, dan pemberitaan. Untuk menjalankan tugas, biro ini mempunyai fungsi : penyelenggaraan urusan hubungan masyarakat, penyelenggaraan urusan keprotokolan, penyelenggaraan urusan pemberitaan. Biro hubungan masyarakat dan pemberitaan terdiri dari bagian hubungan masyarakat, protokol, dan bagian pemberitaan. Bagian humas terdiri dari subbagian penerangan dan subbagian delegasi masyarakat. Sedangkan bagian protokol

mempunyai tugas melaksanakan urusan keprotokolan. Bagian protokol ini terdiri dari subbagian upacara dan subbagian tamu. Kemudian bagian pemberitaan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemberitaan dan penerbitan. Bagian pemberitaan ini terdiri dari subbagian pemberitaan dan subbagian penerbitan.

Gambar 4.1 Struktur Biro Humas dan Pemberitaan dalam Sekretariat Jendral



Gambar 4.2 Struktur Biro Humas dan Pemberitaan



4.3 Fungsi, peran dan tugas Humas DPR RI

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) merupakan lembaga negara yang patut memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat. Hal ini disebabkan karena keanggotaan anggota DPR dipilih langsung oleh masyarakat sehingga para anggota tersebut harus mempertanggungjawabkan kinerjanya kepada masyarakat. Selain itu, DPR merupakan lembaga negara yang memiliki tiga fungsi penting yaitu fungsi legislasi atau pembentuk undang-undang, fungsi anggaran atau menyusun dan mengesahkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), serta fungsi pengawasan terhadap lembaga eksekutif. Dari tiga fungsi inilah yang mengharuskan DPR memiliki citra dan reputasi yang baik di mata masyarakat.

Untuk menjaga citra dan reputasi lembaga, DPR memiliki bagian humas yang secara konsep memiliki tugas, peran dan fungsi tersendiri untuk menjaga citra dan reputasi DPR di mata masyarakat. Divisi humas di DPR dikenal dengan Biro Humas dan Pemberitaan. Biro ini berada dibawah naungan Deputi Bidang Persidangan dan Kerjasama Antarparlemen di Sekretariat Jendral DPR RI. Biro ini berfungsi sebagai jembatan antara masyarakat dan lembaga yang memiliki tugas untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai DPR kepada masyarakat dan menerima aspirasi dari masyarakat mengenai DPR. Biro humas dan pemberitaan ini terbagi menjadi 3 bagian, yaitu bagian pemberitaan, bagian humas, dan bagian protokol.

Berdasarkan tugas pokok dan fungsi Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI, bagian humas memiliki tugas melaksanakan analisis terhadap isu-isu di lingkungan DPR dan melaksanakan urusan kehumasan. Untuk melaksanakan tugas tersebut, humas memiliki fungsi untuk menyiapkan materi penerangan kepada masyarakat dan pendelegasian pengaduan masyarakat. Sedangkan bagian pemberitaan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemberitaan dan penerbitan serta melakukan relasi dan hubungan baik dengan media. Dalam menjalankan tugasnya, bagian ini memiliki fungsi untuk melaksanakan penyiapan bahan pemberitaan kegiatan DPR RI dan Sekretariat Jendral dan penyiapan penerbitan. Bagian protokol memiliki tugas melaksanakan urusan keprotokolan dengan fungsi

penyiapan dan pengaturan upacara DPR RI dan Sekretariat Jendral serta pelaksanaan dan pengaturan tamu DPR RI dan secretariat Jendral.

Peran dan fungsi humas DPR secara umum menurut Informan 1 adalah sebagai penghubung antara lembaga dan publik. Pertama, membangun hubungan antara badan-badan yang ada di DPR terkait informasi-informasi kinerja DPR yang kemudian akan dipublikasikan kepada publik. Fungsi yang kedua adalah menerima aspirasi dan kunjungan masyarakat kepada DPR yang nantinya akan menjadi bahan masukan dan feedback bagi organisasi. Selain itu, humas juga berperan sebagai menjaga hubungan dengan para *stakeholder*, dalam hal ini masyarakat dan LSM. Informan ini menjelaskan fungsi dan tugas biro ini adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan atau kinerja anggota dewan.

“secara umum penghubung antara internal antar lembaga-lembaga di DPR ini kita tu melakukan koordinasi, melakukan hubungan antar lembaga ini untuk disampaikan kepada publik. Yang kedua ya masukan-masukan dari publik itu kita kumpulkan kita analisa, kita kaji untuk feedback kita, feedback organisasi (...) misalnya seperti menyampaikan, menginformasikan kepada masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan kinerja anggota dewan”

Menurut informan 1, humas juga bertugas sebagai penghubung aspirasi masyarakat kepada DPR. Humas DPR menerima bentuk pengaduan apapun dari masyarakat ke DPR. Informan ini memberi contoh misalnya saja saat terjadi demo, humas adalah pihak yang menjebatani antara pendemo dan lembaga. Jadi humas yang mempertemukan antara perwakilan pendemo dengan komisi atau alat kelengkapan dewan yang dituju. Dalam menjalankan tugasnya ini sering mengalami kendala-kendala tersendiri dalam menerima para perwakilan pendemo. Misalnya saja jumlah perwakilan yang terlalu banyak, cara-cara kedatangan yang tidak sesuai dengan tata tertib hingga menyalahi aturan dan kondisi psikologis pendemo yang datang dalam kondisi panas.

“Disamping itu juga ada sebetulnya yang kesini menyampaikan aspirasi.. Ini yang menyampaikan dalam bentuk mungkin pengaduan, pengunjuk rasa dan sebagainya, itu kita salurkan (..) jadi kita arahkan para

perwakilan pendemo mau ke komisi mana, kita pertemuan sampai itu selesai.”

Para pendemo atau orang-orang yang ingin menyampaikan aspirasinya ke DPR melalui humas ini disebut dengan delegasi masyarakat. Para delegasi ini akan di data oleh humas terkait data diri, jumlah orang yang ingin menyampaikan aspirasi, apa maksud dan tujuan mereka, dan mereka ingin disalurkan aspirasi ke komisi berapa atau kelengkapan dewan yang mana. Kemudian, setelah tercatat humas yang akan menghubungi komisi atau alat kelengkapan, jika komisi atau alat kelengkapan bisa menerima aspirasi maka humas lah yang mengantarkan para delegasi ini ke tempat yang dituju. Selain delegasi masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasi, humas DPR juga menerima tamu-tamu yang datang untuk melihat proses persidangan secara langsung dengan mekanisme proses yang sama dengan delegasi aspirasi masyarakat.

“jadi pertama kalo ada delegasi masyarakat datang kesini kita tanyakan tujuannya kemana, berapa jumlahnya, maksud dan tujuannya terus kita berhubungan dengan alat kelengkapan yang dituju”

Tidak hanya menerima aspirasi, humas juga bertugas menerima kunjungan dari seluruh lapisan masyarakat. Kunjungan ini biasanya datang dari institusi-institusi pendidikan yang ingin mengetahui bagaimana DPR dalam menjalankan tugas-tugasnya. Biasanya kunjungan ke DPR ini berasal dari mahasiswa dan murid-murid sekolah dasar hingga sekolah menengah atas. Kunjungan ini hampir setiap hari diterima humas DPR yang jumlahnya bisa mencapai 100 hingga 150 orang per hari. Informan 1 menyimpulkan bahwa fungsi humas yaitu mengelola informasi dan disampaikan keluar dan menerima orang-orang dari luar untuk menyampaikan aspirasi dan menerima tamu yang datang.

“ ya, jadi itu yang namanya kunjungan masyarakat yang ingin mengetahui tentang DPR katakanlah. Itu wujudnya seperti mahasiswa,itu hampir setiap hari, seminggu bisa tiga empat kali mulai dari SD, TK, SMP,SMA, masyarakat bisa sampai 100-150 orang”

“Jadi salah satu fungsi humas disini, di internal tadi kita mengelola informasi dan disampaikan keluar dan disamping itu kita juga menerima orang masuk kesini untuk kita salurkan, kita arahkan sesuai permintaan yang delegasi itu”

Sedangkan informan 2 berpendapat bahwa fungsi humas adalah melakukan pencitraan DPR. Pencitraan ini dilakukan dengan dengan bagaimana masyarakat mengetahui mengenai apa-apa saja yang sudah dilakukan DPR. Jadi tugas humas DPR adalah mensosialisasikan hal-hal yang sudah dilakukan anggota dewan kepada masyarakat.

“Jadi tugas utama humas itu melakukan pencitraan. Bagaimana supaya masyarakat itu tau tentang apa yang dilakukan anggota dewan. Jadi tugas utama humas adalah mensosialisasikan apa apa yang sudah dilakukan DPR kepada masyarakat”

Menurut informan 2, untuk menjalankan tugas dan fungsinya, humas selalu memonitor hal-apa saja yang telah dilakukan anggota dewan. Ini dilakukan karena humas banyak berhubungan dengan masyarakat dan muncul banyak pertanyaan dari masyarakat mengenai DPR. Oleh sebab itu, humas harus *up-to-date* dalam mendapatkan informasi misalnya saja sidang paripurna dan kegiatan di komisi-komisi. Humas memonitor kegiatan anggota dewan melalui media ataupun melalui TV Parlemen.

“ya tentu kita monitor, karena kita selalu berhadapan dengan masyarakat tentu banyak pertanyaan-pertanyaan mengenai kinerja DPR ”

4.4 Strategi Komunikasi Humas DPR RI

4.4.1. Media Massa

Dalam menjalankan fungsi dan tugasnya, humas menggunakan berbagai sarana dalam mensosialisasikan kinerja DPR kepada publik. Sosialisasi kinerja dewan ini melalui media menjadi tanggung jawab bagian pemberitaan di Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI. Menurut informan 2 sosialisasi telah dilakukan

melalui media. Misalnya saja *blocking time*, bekerja sama dengan media cetak, media elektronik, radio dan pemanfaatan penerbitan yang ada di DPR. Penerbitan DPR setiap bulannya menerbitkan majalah dan bulletin. Selain majalah dan bulletin, humas juga bekerja sama dengan radio dan menggunakan web DPR untuk mensosialisasikan kinerja DPR.

“ada beberapa program dalam rangka sosialisasi itu, terkait masalah publik itu kita bisa melakukan sosialisasi melalui media.. seperti kita blocking time media, media cetak, media elektronik, maupun pemanfaatan media kita”

Pendapat ini diperkuat oleh informan 1 bahwa hal konkrit dalam mensosialisasikan kegiatan anggota dewan adalah dengan Majalah Parlementaria, Bulletin Parlementaria, dan TV Parlemen. TV Parlemen adalah saluran televisi internal DPR yang setiap hari menayangkan aktifitas-aktifitas anggota DPR baik secara live maupun rekaman kunjungan kerja. Televisi ini disiarkan hanya dikalangan DPR RI yang biasanya ada disetiap lantai dan sudut gedung DPR RI. TV Parlemen ini juga bisa disaksikan masyarakat dengan *streaming* melalui website DPR RI. Distribusi majalah dan bulletin DPR sudah dilakukan ke kementerian-kementerian, pemerintah daerah, universitas, DPRD, LSM, dan kedutaan-kedutaan besar. Sarana penyebaran informasi mengenai kinerja DPR juga dilakukan di website dpr, yaitu www.dpr.go.id.

“wujudnya bisa di kita itu ada yang namanya majalah parlementaria. Itu bulanan, ada bulletin parlementaria.. itu mingguan, jadi satu bulan ada 4 kali. Ada kita punya juga yang namanya TV parlemen.”

“kalo tv parlemen sekarang juga sudah bisa streaming di website”

“web itu disitu kan isinya kegiatan seluruh anggota dewan, itu disampaikan ke masyarakat”

“kalo yang majalah dan bulletin itu kita sebarkan melalui distribusi, jadi memang ada kelompok-kelompok perguruan tinggi, pemerintah daerah, DPRD, LSM, bahkan sampe kawasan-kawasan luar negeri, itu di kedutaan-kedutaan besar, itu kita kirimin.”

Dalam mengumpulkan bahan-bahan untuk menjadi sebuah bulletin, majalah dan siaran di TV Parlemen serta website DPR, tentu saja biro humas melalui bagian pemberitaan harus mengumpulkan data-data terlebih dahulu. Data-data yang akan menjadi bahan sosialisasi ini dikumpulkan dari alat-alat kelengkapan dan komisi misalnya saja berupa hasil keputusan rapat, risalah, dan jadwal kerja anggota DPR. Selain itu, bagian pemberitaan memiliki wartawan, reporter dan fotografer khusus tersendiri yang khusus meliput kegiatan anggota dewan. Biasanya wartawan DPR ini mengikuti rapat-rapat di DPR dan kunjungan kerja anggota DPR keluar. Menurut informan 1, keikutsertaan wartawan ini memang tidak menjadi kewajiban yang pokok, namun Biro Humas dan Pemberitaan sudah menyarankan dan meminta sekretariat komisi untuk bisa melibatkan reporter dan wartawan DPR. Hal ini ditujukan agar para wartawan tersebut dalam meliput kegiatan anggota dewan yang nantinya akan dipublikasikan kepada masyarakat.

“kita minta pada sekretariat komisi untuk bisa melibatkan dari temen-temen kita reporter maupun fotografer atau wartawan media. Prinsipnya kan kita pengen supaya kegiatan anggota dewan itu diketahui masyarakat..”

Secara teknis, biasanya sekretariat komisi akan mengirimkan surat kepada bagian pemberitaan untuk meminta disertakan wartawan DPR dalam kunjungan kerja. Biasanya sekretariat komisi secara langsung meminta wartawan media tertentu untuk ikut dalam kunjungan kerja. Misalnya saja meminta untuk disertakan wartawan Kompas atau Republika atau bahkan wartawan DPR sendiri. Namun bisa juga sekretariat komisi tidak menyebutkan wartawan media tertentu untuk ikut kunjungan kerja. Jika sekretariat komisi tidak menyebutkan secara khusus wartawan yang akan mengikuti kunjungan anggota, maka bagian pemberitaan akan menyerahkan kepada koordinator wartawan dan nantinya koordinator tersebut yang akan menentukan wartawan mana yang akan mengikuti kunjungan kerja DPR. Namun yang biasanya terjadi adalah sekretariat komisi langsung menyebutkan wartawan media tertentu.

“ya biasanya kalo ada kunjungan dia minta wartawan biasanya bikin surat ke pemberitaan. Dia minta untuk disertakan wartawan, biasanya juga dia langsung nyebut wartawan Kompas atau Republika atau media lain, bisa juga enggak”

Menurut informan 1, selain mengumpulkan informasi untuk diterbitkan menjadi Majalah dan Bulletin Parlemenaria, Biro Humas dan Pemberitaan mempunyai mekanisme yang disebut dengan *blocking rubric*. *Blocking rubric* ini bertujuan untuk memberikan berita yang agak berimbang mengenai DPR. *Blocking rubric* ini yang nantinya akan menyajikan perspektif berita dari sisi DPR. Karena informan 1 merasa bahwa selama ini media belum menerapkan prinsip media, yaitu *cover both side*. Sehingga diharapkan dengan *blocking rubric* ini maka masyarakat akan lebih memiliki pandangan lain mengenai DPR dan terutama dapat menjadi sarana untuk mencerdaskan masyarakat.

“Iha disamping itu, untuk berita itu memang ada sebetulnya mekanisme yang namanya blocking rubric yang ada. Itu sebetulnya tujuan kita untuk memberikan berita yang agak berimbang”

“ada blocking rubric. Itu kan dari sisi kita, supaya beritanya berimbang, karena kan media kan biasanya suka-suka walaupun itu prinsip jurnalisme cover both side tapi kan belum tentu diterapkan”

Salah satu program *blocking rubric* yang dilakukan biro humas dan pemberitaan adalah dengan bekerja sama dengan TVRI dan RRI. Di TVRI ini, Biro Humas dan Pemberitaan memiliki program talkshow yang diberi nama Cempolo. Cempolo ini dilakukan dengan pendekatan budaya yang diisi dengan penampilan wayang dan berisi seperti sandiwara-sandiwara atau fragmen pewayangan. Setelah penampilan fragmen pewayangan, kemudian diisi dengan diskusi yang melibatkan narasumber. Cempolo ini ditayangkan dengan frekuensi yang tidak menentu antara 8-12 kali dalam setahun. Informan 1 memberikan contoh misalnya saja dengan mengangkat tema masalah anggaran atau masalah RUU. Maka nantinya akan ada fragmen atau sandiwara terkait dengan masalah tersebut.

“di TVRI itu ada namanya Cempolo... disitu biasanya pendekatan budaya ya.. ada pewayangan dan fragmen apa gitu. Terus nanti dikaitkan dengan masalah yang kita angkat.. dan dari situ nanti ada diskusi baru, ada anggota, melibatkan narasumber juga”

Menurut informan 1, pemilihan media TVRI dan RRI untuk *blocking rubric* ini disebabkan karena stasiun tv dan radio ini memiliki *coverage* yang luas. TVRI dan RRI dirasa dapat menjangkau seluruh Indonesia dan menjangkau seluruh masyarakat. Penggunaan TVRI dan RRI juga adalah salah satu cara memanfaatkan dan menghidupkan TV publik. Selain itu, TVRI dan RRI sebagai stasiun TV dan radio milik publik dan bukan menjadi milik pemerintah lagi telah dianggap netral dalam memandang suatu peristiwa.

“kalo TVRI dan RRI pertimbangannya coveragenya luas, TVRI dan RRI itu seluruh Indonesia kita ada, menjangkau seluruh masyarakat dan juga itukan kita juga mau memanfaatkan dan menghidupkan TV publik”

dia kan (TVRI) sekarang menjadi TV publik istilahnya dan dia netral, jadi itu”

Informan 1 mengakui bahwa sebenarnya *blocking rubric* biro humas dan pemberitaan tidak hanya di TVRI atau RRI, namun juga terdapat di stasiun TV Metro TV dalam acara public corner. Namun, ia mengakui bahwa penggunaan TV-TV swasta untuk *blocking rubric* dirasa sangat mahal. Selain itu, penggunaan *blocking rubric* di stasiun televisi swasta dirasa sulit, karena TV swasta sudah banyak program-program milik TV itu tersebut yang banyak mengundang anggota-anggota DPR. Jadi untuk *blocking time* khusus DPR RI hanya menggunakan program Public Corner di Metro TV. Sedangkan menurut informan 2, pemilihan media ini antara TVRI dan TV swasta ini dilihat dari tema yang diangkat, jika tema yang sedang naik adalah masalah-masalah politik maka bisa menggunakan media Metro TV dan tvOne, namun jika hanya mengenai RUU Perikanan atau RUU Perbatasan dirasa cukup dengan menggunakan TVRI.

“tapi di tv swasta pun kita juga pake. Public Corner itu kita juga pake di Metro TV itu. Cuma ya emang mahal.. ya kalo tv swasta itu memang mahal”

“terus terang saja, yang di TV-TV swasta itu kan memang ada yang punya dia.. programnya dia sendiri yang narasumbernya banyak dari DPR. Tapi kalo kita blocking istilahnya, itu ada di public corner”

“isu-isu tentang politik bisa masuk di Metro TV dan tvOne, tapi kalo RUU Perbatasan, RUU Perikanan cukuplah hanya dengan TVRI”

Selain menggunakan sarana-sarana diatas, Biro Humas dan Pemberitaan secara rutin seminggu sekali juga mengadakan konferensi press di press room DPR RI. Acara ini diadakan setiap hari Kamis dan Jumat. Konferensi pres hari Kamis disebut dengan Dialektika Demokrasi dan konferensi press hari Jumat disebut dengan Forum Jumatan. Menurut informan 1, konferensi press Dialektika Demokrasi akan membahas isu-isu yang sedang hangat dan aktual di DPR. Sedangkan setiap hari Jumat merupakan semacam konsolidasi antara pimpinan DPR atau pimpinan komisi.

“secara rutin di DPR ini ada namanya Dialektika Demokrasi. Itu tiap hari Kamis membahas isu-isu yang aktual dan Forum Jumatan istilahnya semacam konsolitas lha dari pimpinan DPR, pimpinan komisi dan mengundang narasumber gitu”

Informan 1 memberikan contoh acara dialektika demokasi yang baru saja dilaksanakan. Beliau memberikan contoh masalah Freeport yang ada di Papua. Biro humas dan pemberitaan, melalui bagian pemberitaan lah yang menyiapkan konferensi pers dan mengundang para wartawan. Ketika itu konferensi pers dari komisi IX yang akan menyampaikan informasi mengenai Freeport tersebut.

“... kaya kemarin masalah Freeport yang di Papua itu kita adakan konferensi press dari komisi IX, kita undang wartawan disini, kita undang komisi gitu untuk menyampaikan informasi itu”

Di sisi lain menurut informan 2, Dialektika Demokrasi dan Forum Jumatan ini adalah bentuk dari konferensi press yang mencoba mempublikasikan hasil kinerja DPR selama satu minggu oleh pimpinan DPR. Namun pada kenyataannya tidak selalu pimpinan DPR yang hadir dalam konferensi press tersebut. Konferensi pers ini terkadang diisi dengan pimpinan lain atau dengan alat kelengkapan dewan.

“ya bentuknya mencoba memenuhi ketentuan tentang hasil kinerja DPR , bahwa seminggu sekali itu pimpinan DPR itu menyampaikan tentang program-program DPR, pencapaian-pencapaian DPR ”

4.4.2 Komunikasi Interpersonal

Biro humas dan pemberitaan DPR RI memiliki program tersendiri yang secara personal ditujukan untuk lebih mengenalkan kinerja DPR RI kepada kaum muda, khususnya siswa-siswi SMA. Program tersebut diberi nama Parlemen Remaja. Acara ini merupakan acara simulasi persidangan DPR yang dimainkan oleh siswa-siswi SMA se-Jawa. Persyaratan untuk mengikuti parlemen remaja ini adalah siswa-siswi SMA membuat essay mengenai DPR di masa depan, kemudian peserta yang terpilih akan mewakili sekolah dan daerahnya untuk mengikuti parlemen remaja. Simulasi persidangan ini dilakukan dengan memerankan siswa sebagai anggota DPR, pemerintah, masyarakat yang beraspirasi dan sebagainya. Peran-peran tersebut akan dimainkan seperti layaknya persidangan anggota DPR yang sebenarnya. Biasanya acara ini dilakukan setiap tahun, namun untuk tahun 2011 ini humas melakukan 2 kali dalam setahun.

Tahun ini humas DPR mulai merambah parlemen remaja ini pada kalangan mahasiswa. Dengan meluaskan target sasaran ini, maka acaranya akan bernama Parlemen Pemuda. Parlemen Pemuda ini merupakan kerjasama Biro Humas dan Pemberitaan dengan Kementrian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia dan FISIP UI. Nantinya acara ini akan banyak melibatkan mahasiswa. Untuk sementara acara ini hanya melibatkan mahasiswa se-Jawa dan diharapkan kedepannya akan mencakup mahasiswa yang lebih luas lagi. Universitas Indonesia merupakan pihak yang nantinya akan mempublikasikan, menjaring dan

menyeleksi para calon peserta yang syarat-syaratnya sudah ditetapkan dengan membuat essay mengenai DPR. Kemudian pada harinya, pihak humas DPR yang akan memberikan pemahaman tentang DPR dan simulasi persidangan. Simulasi persidangan ini dilakukan agar mahasiswa mengerti bahwa sebenarnya merumuskan undang-undang yang dilakukan anggota DPR adalah bukan perkara mudah, melainkan harus menampung aspirasi dari banyak pihak dan harus menemukan solusi dari masukan-masukan yang ada. Selain persidangan, nantinya juga akan ada simulasi bagaimana merumuskan anggaran negara dan melakukan pengawasan.

“ini kan ada parlemen remaja yang kita sudah punya, lha ini sebetulnya kita akan kerjasama dengan Kementerian Pemuda dan Olah Raga dan UI. Ini nanti ada Parlemen Remaja jilid dua yang disebut dengan Parlemen Pemuda”

Dalam melakukan seluruh kegiatan humas harus dilakukan evaluasi secara berkala untuk melihat efek atau dampak dari kegiatan yang sudah dilakukan. Menurut informan 1, evaluasi yang biasanya dilakukan dengan *me-review* kegiatan-kegiatan yang sudah berlangsung, dilihat apa-apa saja yang masih kurang dan apa kelemahan-kelemahannya. Biasanya di akhir kegiatan terdapat buku pedoman sebagai dasar untuk melakukan program selanjutnya.

“itu biasanya di akhir-akhir kegiatan kita selalu evaluasi dimana kita mereview kegiatan-kegiatan yang sudah berlangsung, apa-apa yang kurang, kelemahan-kelemahannya itu apa”

Melengkapi pernyataan informan 1, menurut informan 2 Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI melakukan evaluasi hanya bersifat subjektif, artinya belum ada indikator-indikator evaluasi yang dimiliki secara pasti. Namun informan 2 berharap nantinya akan ada evaluasi yang lebih sistematis lagi.

“seluruh kegiatan itu kan ada evaluasi, tapi evaluasi ini masih sangat-sangat subjektif. Artinya kalo ada indikator evaluasi itu kita belum punya secara pasti”

4.5 Kegiatan Humas DPR RI

4.5.1 *Media Relations*

Seperti yang kita telah sadari bersama, opini publik itu sangat dipengaruhi oleh media. Media sebagai pilar keempat pemerintahan setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif memiliki andil yang sangat besar dalam membentuk opini publik. Tidak terkecuali opini publik dan reputasi DPR juga dipengaruhi oleh publik. Hal ini lah yang menuntut biro humas dan pemberitaan melakukan media relations atau menjaga hubungan baik dengan media yang dalam hal ini adalah wartawan. Dalam penelitian ini, penting bagi peneliti untuk melihat bagaimana hubungan media dengan para wartawan. Hubungan media dengan biro humas dan pemberitaan ini didelegasikan kepada bagian pemberitaan.

Menurut informan 1, media merupakan mitra DPR dan sesuatu yang tidak bisa kita hindari. Hal ini dikarenakan mereka juga berperan dalam menyampaikan berita-berita yang ada mengenai DPR kepada publik. Biro humas dan pemberitaan DPR melakukan koordinasi dan hubungan baik dengan media dengan menyiapkan *press room*, memfasilitasi wartawan dengan berbagai perlengkapan seperti komputer, wifi, mesin fax, dan memfasilitasi konferensi press wartawan. Di DPR terdapat 132 wartawan dari berbagai media yang khusus meliput DPR. Mereka terdaftar di biro humas dan pemberitaan dan memiliki ID Card sebagai tanda pengenal wartawan. Mereka juga memiliki struktur koordinator tersendiri diantara para wartawan tersebut.

“Media itu ada disini makanya ya kita anggap sebagai mitra, karena dia juga berperan agar menyampaikan berita-berita yang ada. Makanya disini ada press room, ni ada yang namanya press room.”

“itu ada 132 wartawan yang mempunyai ID Card yang memang meliput sehari-hari disini”

Menurutnya, hubungan personal bagian humas dan pemberitaan dengan wartawan dibangun dengan keseharian yang dibentuk secara informal melalui konferensi pers Dialektika Demokrasi dan Forum Jumatan. Selain itu, hubungan personal antara wartawan dan bagian pemberitaan dibangun dengan rapat-rapat

dengan koordinasi wartawan. Hubungan personal yang dilakukan secara formal dilakukan melalui media gathering.

“hubungan personal sebetulnya hari-hari.. kan kita ada Dialektika dan Forum Jumatan, lha disitu kita komunikasi secara informal dan kita juga sering rapat-rapat koordinasi dengan kordinator wartawan DPR, lha nanti formalnya ada namanya gathering itu”

Dalam mem-feeding wartawan, biro humas dan pemberitaan mengadakan media gathering 2-3 kali dalam setahun agar menjaga hubungan baik dengan media. Menurut informan 1, tujuan media gathering juga ditujukan agar media dapat sepaham dengan humas dalam memberitakan mengenai kinerja DPR. Dalam gathering ini juga dapat disosialisasikan mengenai tata tertib DPR. Media gathering dilakukan diluar kota untuk lebih mendekatkan diri kepada teman-teman pers. Undangan media gathering disampaikan biro humas dan pemberitaan melalui koordinator wartawan dan koordinator wartawan inilah yang akan mengumumkan ke seluruh wartawan bahwa ada media gathering yang diselenggarakan oleh biro humas dan pemberitaan.

“ya itu sebetulnya kalo usaha kita saya tambai yang tadi tu ada juga kegiatan kita yang namanya gathering. Nah itu disampaikan mengenai supaya mempunyai pemahaman yang sama lha mengenai DPR tentang tata tertib atau sebagainya.”

“undangan kita kirim ke orangnya. Itu biasanya disinikan sudah ada coordinator wartawan, disinikan yang stay, yang ada disinikan ada 132 wartawan, ya itu kita serahkan kepada koordinator wartawan”

Kemudian menurut informan 2, media gathering merupakan upaya biro humas dan pemberitaan untuk mendekatkan secara psikologis, secara personal dan bukan formal antara biro dan wartawan sehingga tidak ada jarak. Hal ini juga ditujukan untuk membangun relasi yang lebih dekat secara informal.

“ya kalo media gathering itu upaya kita dalam mendekatkan secara psikologis, secara personal, dan bukan formal supaya tidak ada jarak.. membangun relasi yang lebih dekat secara informal”

Informan 2 memberikan gambaran mengenai hal-hal apa saja yang dilakukan dalam *media gathering*, misalnya saja pengenalan atau orientasi mengenai tata tertib bagi wartawan baru yang atau memberikan pemahaman tambahan mengenai kelembagaan DPR. Kemudian *media gathering* juga pernah menghadirkan Bapak Priyo Budi Santoso (salah satu wakil pimpinan DPR) yang menjelaskan bagaimana relasi press dan DPR dalam konteks pembangunan bangsa. Dengan pendekatan-pendekatan personal ini, diharapkan akan muncul kedekatan-kedekatan secara personal. Kemudian melalui kedekatan tersebut muncul pemahaman bagi para wartawan bahwa kepentingan DPR merupakan kepentingan bangsa. Sebenarnya menurut informan 2, biro humas dan pemberitaan memahami bahwa setiap media memiliki agendanya masing-masing. Dengan *media gathering* ini media diingatkan bahwa sebenarnya mereka memiliki tanggung jawab sosial untuk memberitakan hal secara netral atau sesuai prinsip jurnalisme yaitu *cover both side*.

“misalnya orientasi tentang tata tertib, banyak juga kan wartawan baru yang notabene mereka perlu dibekali atau perlu ditambah pemahaman mengenai DPR.. terus juga kemarin Pak Priyo ada juga bagaimana relasi press dan DPR dalam konteks pembangunan bangsa”

“kita paham itu, makanya kita melakukan pendekatan dengan wartawan supaya dalam tanda petik media diingatkan bahwa mereka punya tanggung jawab sosial juga, cover both side”

Namun, setelah dikonfirmasi dengan informan 3, informan tidak pernah mengikuti *media gathering*. Ia memang merasa undangan *media gathering* memang dikirimkan ke kantor, namun ia tidak pernah memperdulikan itu. Ia menganggap *media gathering* diperuntukkan untuk wartawan-wartawan yang senior, tapi tidak untuk dirinya. Menurutnya, wartawan lain dari kantornya juga dirasa tidak pernah ada yang mengikuti acara *media gathering* karena ia merasa pekerjaan di wartawan tvOne sangat padat dan tidak sempat ikut *media gathering*. Iya memberikan contoh misalnya saja tvOne menurunkan 20 tim dalam sehari dengan agendanya masing-masing. Hal itu tidak bisa digeser dengan alasan apapun termasuk media gathering. Ia juga tidak mengetahui apakah jurnalis lain mengikuti *media gathering* yang diadakan oleh humas atau tidak.

“Saya sebagai pribadi, mungkin temen-temen jarang ikutan media gathering”

“media gathering bagi kita yaaa.. oke lha, mungkin untuk mereka-mereka yang senior yang sudah tua-tua tapi kalo kita sii ya jarang-jarang ikutan media gathering”

“Sejauh ini sii belum tau. Karena jujur tvone itu pekerjaan kita padet setiap hari,”

Sejauh ini informan 3 belum pernah mengikuti media gathering yang diadakan biro humas dan pemberitaan, ia pun tidak mengetahui apa isi *media gathering* yang dilakukan. Ia menyadari bahwa dirinya senang dengan bersilaturahmi, makan-makan, refereshing dan hiburan, namun jika dilihat dari sisi substansi, ia merasa masih banyak hal yang lebih penting untuk dikerjakan. Menurutnya, dari kantor tidak boleh izin yang bukan liputan lebih dari tiga hari, misalnya seperti jalan-jalan. Ia merasa *media gathering* tidak ada *news value*-nya sehingga tidak bisa dijadikan liputan atau ditayangkan sebagai berita dan menurutnya *gathering* hanya berusaha mendekati DPR dengan media. Ia mengungkapkan bahwa pemberitaan tvOne berada di dalam ranah politik dan hukum dan *gathering* ini tidak termasuk dalam kategori pemberitaannya.

“kalo hanya untuk berkomunikasi, makan-makan mungkin iya tapi hanya refreshing dan hiburan. Tapi dari sisi substansi masih banyak pekerjaan yang harus saya kerjakan”

“yang saya tau dari kantor itu tidak boleh izin lebih dari 3 hari kecuali liputan keluar, misalnya jalan-jalan”

“kan kita banyak main di politik, hukum, kalo media gathering news value nya dimana?”

Belum lama ini ia mengetahui bahwa ada *media gathering* yang dilakukan anggota DPR ke Bangka Belitung, namun iya dari pihak tvOne tidak ada yang mengikuti. Ia merasa jika ada *media gathering* yang paling banyak ikut adalah wartawan media cetak dan media online. Ia merasa jika media cetak atau onlie dapat dengan mudah mengangkat berita tentang *media gathering* jika

dibandingkan dengan media elektronik. Ia tidak merasa bahwa *media gathering* adalah bukan sesuatu yang penting, namun ia merasa masih ada skala prioritas yang lain yang bisa dikerjakan. Ia mengatakan bahwa memang ia butuh refreshing, namun media gathering dirasa kurang pas.

“media gathering kemarin ada juga ke Bangka Belitung, tapi kita ga ada yang ikut. Kebanyakan yang ikut itu cetak dan online”

“mungkin untuk refreshing oke lah kita butuh refreshing tapi gimana yaa.. gak pas atau gimana..”

Dalam mem-feeding wartawan, informan 1 menjelaskan bahwa Biro Humas dan Pemberitaan melalui bagian pemberitaan juga secara rutin memberikan *press release* kepada media, namun bentuknya sudah bergeser. Dulu *press release* yang dalam bentuk lembaran, kini sudah bergeser dengan di-*upload* ke web DPR, sehingga siapapun dapat membaca *release* tersebut dan menjadikan bahan referensi bagi pemberitaan.

“ya itu (release) ada, jadi kita sebetulnya kan ada.. kalo dulukan namanya press release ada dalam bentuknya kan ya selebar gitu, nah sekarang ini kita lebih efektif sebetulnya di web itu”

Disisi lain, informan 3 merasa tidak pernah berhubungan dengan biro humas dan pemberitaan, baik dari bagian humas maupun bagian pemberitaan. Ia merasa tidak pernah menggunakan informasi baik dari humas maupun pemberitaan, bahkan parahnya lagi, wartawan tidak pernah mengenal orang-orang biro humas dan pemberitaan.

“wartawan itu jarang sekali menggunakan informasi yang bersumber dari Humas. Jujur saya sebagai pribadi saya jarang sekali menggunakan informasi dari Humas. ”

Informan 3 memang suka menerima *pressrelease* dari humas, namun itu tidak pernah digunakan sebagai bahan rujukan pemberitaan. *Press release* yang diberikan tidak mengenai substansi yang media butuhkan dan itu hanya sebatas informasi saja bagi wartawan. Informan ini mengatakan bahwa hal ini disebabkan

karena setiap media memiliki agendanya masing-masing dalam melakukan pemberitaan. Menurutnya, media sudah memiliki *plotting* agenda tersendiri setiap harinya yang sudah ditentukan oleh kantor. Sedangkan disisi lain, bagian pemberitaan mengirimkan *press release* selalu hanya yang berbau positif misalnya hanya mengenai event, rapat dan kunjungan. Media memberitakan release yang dikirimkan oleh humas hanya jika isi *release*-nya memiliki *news value* yang lebih tinggi dibandingkan dengan agenda media. Jika tidak, *release* tersebut hanya sebagai bahan informasi para wartawan saja dan tidak akan ditindaklanjuti.

“kalo press release seperti itu kita dapet, cuman terkadang itu tidak kena pada apa subtansi yang kita cari”

“pemberitaann kita tidak kena dengan hal itu, itu tidak kita ambil, hanya sebagai bahan informasi saja, namun banyak yang tidak kita lanjut”

“kalo misalnya ada suatu hal yang misalnya emergency atau kemudian news value nya lebih tinggi itu baru kita ambil.. kalo hanya sekedar release biasa saja ya gak kita ambil, hanya kita jadikan sebagai bahan rujukan dan referensi informasi saja”

“TV itu punya agenda tersendiri, hari ini kita mau angkat apa sudah punya agendanya sendiri, adapun tiba-tiba ada release, kalo emang news valuenya lebih tinggi dibanding isu kita, baru bisa diangkat. Kalo releasenya dibawah standart hanya jadi bahan informasi saja”

“jujur, kita sebagai media memiliki plotting yang sudah jelas. Artinya saya datang ke DPR dengan agenda dan dengan tugas yang sudah diagendakan”

Menurut informan 3, release yang dikeluarkan biro humas dan pemberitaan melalui bagian pemberitaan dikirimkan ke kantor media dalam bentuk *hardcopy* melalui faksimil atau tertempel di press room. Infoman ini menegaskan berkali-kali bahwa *release-release* yang seperti itu tidak digubris. Menurutnya, release yang bagus adalah release yang menyangkut data-data yang valid yang didukung oleh bukti otentik. Namun ia merasa, *release* dibutuhkan untuk media cetak dan media online. Untuk dirinya yang media elektronik release hanya sebagai bahan informasi saja. Karena sebagai elektronik yang dibutuhkan adalah gambar dan keluarnya statement dari seseorang yang berpengaruh.

“ .. ada hardcopy, kebanyakan mengirimkan ke kantor via facsimile.. nah kalo di press room paling mereka tempel-tempel kata gitu. Namun bagi saya dan teman-temen tvOne yang kaya gitu tidak digubris”

“release itu ya menyangkut data-data yang lengkap, yang valid dengan bukti otentik. Tapi kan release itu dibutuhkan oleh cetak dan online, kita juga butuh. Hanya kan kita sebagai rujukan saja, karena kita mainnya di sound on tape atau SOT”

Selain mem-feeding wartawan melalui release, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, Biro Humas dan Pemberitaan setiap minggu menyiapkan konferensi press untuk para wartawan. Namun, informan 3 menjelaskan ia sangat jarang mengikuti konferensi press yang setiap minggu diadakan di press room (Dialektika Demokrasi dan Forum Jumatan). Karena menurutnya, isu yang dimainkan dalam konferensi press tersebut belum tentu sama dengan agenda yang disiapkan dari kantor. Jika isu yang dimunculkan dalam konferensi pres sama, maka barulah ia meliput acara konferensi press tersebut. Namun biasanya ia tetap membuat janji dengan narasumber yang bersangkutan untuk di wawancara secara pribadi karena ia merasa belum tentu angel yang dimainkan dalam konferensi press sama dengan angel yang akan ia munculkan.

“jujur saja, kita jarang ngikutin. Karena isu yang dimainkan disitu belum tentu sama dengan isu yang kita butuhkan”

“tarolah gini, kita mainin resufle dia mainin resufle baru kita ambil dan suasananya paling saya setelah itu janjian di luar. Karena apa yang disampaikan disitu belum tentu sesuai dengan apa yang kita butuhkan angelnya”

Dalam mem-feeding wartawan, menurut informan 3 sejauh ini biro humas dan pemberitaan tidak pernah mendorong media memberitakan suatu hal. Humas dan jurnalis lebih cenderung berjalan sendiri-sendiri dalam menjalankan tugasnya. Menurutnya, media tidak pernah mencari bagian humas atau bagian pemberitaan sebagai sumber pemberitaan. Jurnalis merasa bahwa agenda humas dan agenda jurnalis berbeda. Informasi yang dibutuhkan media dan informasi yang disampaikan humas belum pernah sama. Informasi yang diberikan humas hanya

berbau positif dan bukan yang menjadi kebutuhan media. Media menginginkan berita-berita yang tajam dalam melihat suatu peristiwa, pendalaman atas sebuah masalah dan bersifat investigative sedangkan informasi yang disampaikan humas tidak pernah yang seperti itu.

“kita belum pernah mendapatkan push misalnya ini tolong dong diliput atau ini diangkat dan sebagainya. Mereka gak bakalan berani ke kita dan kita juga gak bakalan mau.”

“informasi yang diberikan humas bukan informasi-informasi yang tajam informasinya, hanya informasi-informasi yang berbau baik-baik, membaik-baikkan gitu. Sementara yang kita butuhkan adalah pendalaman atas sebuah masalah yang berbau investigasi “

Informan 3 mengaku sangat jarang berhubungan dengan humas dan ia tidak pernah mengetahui siapa koordinator humas. Hubungan media dengan narasumbernya bersifat *person to person*. Media langsung menghubungi narasumber yang ingin di wawancara tanpa melalui humas. Jika media membutuhkan bertemu dengan anggota DPR, maka wartawan akan langsung menghubungi orang yang bersangkutan dan langsung melakukan wawancara. Menurutnya DPR berbeda dengan korporasi yang jika ingin mewawancarai direktornya harus menghubungi humas terlebih dahulu. Ia menganggap bahwa DPR sebagai lembaga politis tidak ada batasan untuk berkomunikasi dengan orang-orang di dalamnya.

“ini saya jujur ya.. jarang sekali berhubungan dengan humas”

“saya gak tau siapa koordinator humasnya, bahkan saya dengan orang sekjen DPR saya jarang berkomunikasi dengan mereka. Karena justru saya pribadi, hubungannya adalah person per person dengan pimpinan anggota DPR. Langsung tidak melalui perantara.”

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia memiliki ruangan khusus para wartawan yang disebut dengan press room. Disini adalah tempat bagi wartawan berkumpul untuk membuat berita atau sekedar duduk-duduk menunggu

peristiwa di DPR yang bisa diliput dan kemudian menjadi pemberitaan. Wartawan yang *standby* di DPR jumlahnya mencapai 132 wartawan. Wartawan-wartawan ini memiliki koordinator dan pengurus wartawan sendiri. Koordinator wartawan berperan sebagai jembatan antara para wartawan dengan biro humas dan pemberitaan. Namun informan 3 tidak begitu mengenal koordinator wartawan, karena ia datang ke DPR dengan agenda yang sudah ditetapkan dari kantor jadi ia jarang sekali masuk atau nongkrong di press room. Ia menjelaskan wartawan-wartawan yang suka nongkrong di press room adalah wartawan-wartawan yang tugasnya tidak memiliki agenda tersendiri dari kantor jadi mereka hanya duduk *standby* di press room menunggu ada berita atau peristiwa yang muncul di DPR.

“nah, kalo tvOne kan liputannya berdasarkan plooting dari kantor, jadi saya atau kita jarang nongkrong di press room”

Informan 3 juga menjelaskan bahwa ia tidak pernah mendapatkan agenda-agenda rapat komisi atau alat kelengkapan dari humas atau dari koordinator wartawan. Ia mengaku mendapatkan agenda-agenda komisi berasal dari para anggota dewan secara langsung. Hal ini dapat dilakukan karena ia memiliki kedekatan secara personal dengan para anggota komisi, fraksi, dan orang-orang partai. Setiap hari ia berkomunikasi dengan mereka dan menanyakan ada agenda apa esok hari.

“kita banyak sumber informasi. Nah karena kedekatan kita dengan personal-personal anggota komisi, fraksi, dan dengan orang partai. Dia yang kasih kabar. Saya memegang komisi 6-11. Saya setiap hari berkomunikasi dengan mereka menanyakan agenda apa besok”

Selain itu, informan ini juga menjelaskan bahwa besar kecilnya yang disebut koordinator wartawan pasti memiliki kepentingan tersendiri. Ia menjelaskan bahwa setiap stasiun televisi ingin menghadirkan tayangan yang berbeda dari TV-TV lainnya dan tidak mau memiliki tayangan yang sama mengenai suatu isu, sehingga harus memiliki agenda tersendiri. Ia mencontohkan misalnya saja koordinator wartawan hanya mengetahui suatu acara atau agenda di komisi 2, tapi ia ditugaskan dari kantor untuk meliput komisi 4, ini berarti ia

jarang berhubungan dengan koordinator wartawan. Ia mengakui komunikasi memang dilakukan, namun tidak menentukan konteks peliputan. Sebagai wartawan elektronik, ia sangat jarang kumpul-kumpul di ruang *press room* dan jarang berkomunikasi dengan koordinator wartawan. Ia mengaku sangat jarang masuk ke dalam *press room*, hanya kadang-kadang saja ketika ia memiliki waktu luang untuk melihat ada agenda apa disana.

“komunikasi mungkin iya, tapi tidak menentukan konteks apa yang harus kita liput atau sebagainya. Karena untuk elektronik itu jarang untuk kumpul-kumpul kebanyakan”

“jujur, saya sendiri jarang berkomunikasi dengan koordinator wartawan”

“kita pernah berkomunikasi tapi tidak dalam konteks untuk menentukan ada berita apakah di DPR hari ini dan kita juga tidak pernah tanya ke mereka ada berita apa”

*“kadang-kadang kalo misalnya kita lagi kosong ga ada acara, saya juga suka melongok ke *press room* itu ada agenda apa gerangan”*

Selain melihat ke *press room*, terkadang di saat lenggang informan 3 juga melihat jadwal komisi atau agenda rapat melalui layar TV Parlemen dan website DPR. Namun ia merasa, agenda-agenda yang tertempel di *press room* atau di TV Parlemen dan web DPR tidak sesuai dengan agenda yang disiapkan dari kantor. Ia menjelaskan bahwa wartawan-wartawan yang suka nongkrong di *press room* adalah wartawan dari media cetak atau *online*, sedangkan dari media televisi jarang berada disana. Seandainya pun ada agenda yang dirasa lebih penting dari agenda kantor, maka ia mengkonfirmasi terlebih dahulu ke kantor mengenai agenda tersebut. Jika produser menyetujui, maka ia meliput namun jika tidak ia tidak akan meliput. Sebagai penegasan, Informan ini juga mengatakan bahwa wartawan yang biasanya dekat dengan humas itu biasanya wartawan cetak dan wartawan online.

“yang suka nongkrong disitu biasanya anak cetak dan anak online. Kalo anak elektronik itu jarang”

“ini kita jujur-jujuran aja, yang biasanya dekat dengan mereka (humas) itu biasanya cetak dan online. Mereka kan main data. Kita main SOT (Sound On Tape)”

Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya, informan 3 mengatakan bahwa setiap datang ke DPR sudah memiliki agenda tersendiri dalam mencari pemberitaan. Ia mengatakan bahwa yang menentukan agenda apa hari ini bagi media adalah produser. Rapat produser ini dilakukan setiap hari dengan beberapa koordinator lapangan. Ia sebagai wartawan tidak banyak terlibat mengenai penentuan agenda pemberitaan. Namun terkadang produser dan koordinator liputan menanyakan mengenai isu apa yang sedang panas saat ini di DPR dan hal-hal apa saja yang bisa dinaikkan menjadi berita. Tetapi tetap yang menentukan dikerjakan atau tidak adalah produser bukan wartawan. Jadi mekanisme yang di dalam media informan 3 adalah setelah produser menentukan tema atau *plotting*, maka sudah ada pembagian tugas wartawan siapa-siapa saja yang akan mengejar liputan untuk agenda tersebut. Wartawan tidak banyak terlibat dalam menentukan *plotting* dari kantor.

“penentuan plotting dari produser dan beberapa koordinator lapangan. Koordinator lapangan juga tidak banyak bicara.”

“kalo wartawan memang tidak banyak terlibat, tapi saat ini wartawan juga banyak diminta informasi, karena misalnya kita ni lebih banyak tau di DPR”

Menanggapi kegiatan *media relations* yang dilakukan biro humas dan pemberitaan DPR RI, informan 3 merasa humas *media relations* yang dilakukan humas masih sangat standart dan tidak menyentuh apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh wartawan. Menurutnya, *media relations* memang dibutuhkan bagi DPR namun hanya hubungan antar lembaga dan bukan masalah konten pemberitaan. Ia merasa media relation bagi DPR sifatnya hanya menjalin komunikasi yang sifatnya korporat antara lembaga dan lembaga. Ia menganggap itu dilakukan pada bagian-bagian petinggi dan bukan masalah humas mengatur

pemberitaan yang muncul di media. *Media relation* di DPR tidak berarti mempengaruhi konten berita yang akan ditayangkan oleh media.

“mungkin mereka sudah melakukan media relations tapi media relationnya masih standart dan tidak sampai pada apa yang menjadi kebutuhan media”

“media relations menurut saya dibutuhkan hanya untuk hubungan antar lembaga saja, antar tvOne dan DPR, oke itu dibangun. Tapi ketika turun pada konten, ketika DPR inginkan ini itu yang dimuat dan diliput.. oo kita tidak main di tataran itu”

Biro humas dan pemberitaan tidak secara rutin melakukan evaluasi berupa penelitian atau menganalisis mengenai publikasi-publikasi yang ada di media saat ini. Namun, dulu bagian pemberitaan pernah bekerja sama dengan konsultan dan menganalisis konten berita (*content analysis*) yang melihat mana-mana hasil pemberitaan yang netral, positif dan negatif. Namun, kerjasama itu sudah tidak berjalan lagi dan saat ini Biro Humas dan Pemberitaan tidak melakukan analisis mengenai publikasi-publikasi media mengenai DPR.

“oohh enggak. Kalo penelitian secara khusus gitu enggak, tapi kita pernah ada kerja sama dengan konsultan.. itu sebetulnya ya meneliti tentang isi berita, content analysis, mengenai berita media-media tentang DPR. Itu memang ada, nantikan disitu ada tulisannya.. ada hasil risetnya mungkin pemberitaan mengenai DPR yang netral berapa yang negative berapa, ada yang positif”

4.5.2 Internal Relations

Humas merupakan salah satu bagian dari sebuah organisasi yang seharusnya memiliki hubungan internal ke dalam organisasi. Untuk hubungan internal humas terhadap anggota, informan 2 mengatakan bahwa sangat sangat sulit untuk menjaga komunikasi yang sepeham dengan para anggota DPR, ia berdalih bahwa DPR adalah lembaga politik sehingga sangat sulit menyatukan komunikasi atau berkoordinasi antara anggota dan humas. Hal inilah yang menyebabkan sulitnya melakukan pencitraan terhadap DPR karena setiap anggota dapat berbicara kepada publik melalui media. Menurut tata tertib juru bicara DPR adalah pimpinan DPR namun pada kenyataannya tidak sepenuhnya seperti itu.

“gak bisa, di lembaga politik tidak bisa. Jadi pemahaman lembaga politik itu makanya ini sulitnya pencitraan DPR itu karena yang ngomong banyak. Jadi banyak, dan itu tidak mungkin disatukan. Sebetulnya di tata tertib itu jelas bahwa yang juru bicara DPR itu pimpinan DPR. Namun secara realitasnya, gak demikian juga.”

Menurut informan 1, akses pimpinan atau anggota DPR kepada humas tidak harus melalui sekretariat jendral terlebih dahulu sebagai perantara, namun bersifat langsung dan biasanya menggunakan surat. Misalnya saja pimpinan DPR, komisi atau fraksi meminta disiapkan untuk konferensi pers atau meminta bahan/data kepada humas, mereka bisa langsung mengirimkan surat permintaan ke humas tanpa melalui sekjen terlebih dahulu. Surat menyurat ini dilakukan oleh sekretariat komisi atau lembaga/badan yang ada di DPR. Untuk hubungan humas dengan anggota DPR secara personal sangat jarang terjadi, anggota DPR yang berhubungan dengan humas biasanya secara kelembagaan/badan atau komisi. Anggota DPR yang ingin mengungkapkan pendapat pribadi di media biasanya langsung berhubungan dengan wartawan media yang bersangkutan secara pribadi. Sedangkan jika biro humas ingin menyampaikan saran atau masukan kepada pimpinan DPR juga sifatnya langsung, biro humas bisa langsung menelpon sekretaris pimpinan DPR untuk diagendakan bertemu dengan pimpinan DPR jika humas ingin menyampaikan data atau laporan yang menyangkut kehumasan.

“Langsung ke kita minta bahan apa di arrange apa gitu. Dan tapi biasanya memang anggota yang banyak bukan pribadi yang sering kelembagaan AKD tadi kalo misalnya minta konferensi press atau minta bahan itu cuma bikin surat aja.. itu minta bahan dia biasanya bikin surat bikin surat lewat langsung dari sekretariatnya“

“kalo biro ke pimpinan langsung aja kita telp sekretarisnya untuk kita agendakan.. bisa diagendakan dan kita bisa laporkan mengenai apapun mengenai masalah terutama terkait dengan kehumasan”

Hubungan biro humas dan pemberitaan dengan alat kelengkapan dewan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya adalah dengan mengumpulkan bahan-bahan informasi mengenai kinerja alat kelengkapan yang nantinya akan dikumpulkan untuk menjadi majalah atau bulletin parlementaria. Selain majalah dan bulletin, informasi mengenai kinerja alat kelengkapan juga akan

dipublikasikan melalui website DPR. Menurut informan 1, Biro Humas dan Pemberitaan melalui bagian pemberitaan selalu meng-up date informasi yang berkembang di alat kelengkapan dan komisi. Selain itu, alat kelengkapan dewan akan menghubungi bagian pemberitaan jika membutuhkan konfirmasi dari pemberitaan yang muncul di media.

“jadi kita selalu meng-up date informasi yang berkembang di komisi-komisi.. lha ini terkait sebetulnya kalo ada konfirmasi-konfirmasi berita atau surat kabar biasanya menanyakan ke biro humas”

Pendapat ini dilengkapi oleh informan 2 bahwa selain biro humas dan pemberitaan mengumpulkan data-data tersebut selanjutnya data-data dan informasi dari alat kelengkapan yang nantinya akan dirangkum dan di *framing* dari sisi DPR untuk nantinya akan disampaikan kepada publik melalui web, majalah, bulletin, TV parlemen, talkshow di TVRI dan RRI. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat memahami bahwa sebenarnya DPR terus bekerja keras untuk menjalankan tugas-tugasnya. Dalam membahas hal ini, informan 2 memberikan contoh misalnya saja mengenai pembesaran masalah undang-undang tipikor pada tahun 2009. Humas yang ikut memonitor hal ini turut menyampaikan kepada masyarakat bahwa DPR melalui pansus tipikor memiliki jadwal dan bekerja untuk menyelesaikan masalah ini.

“sebetulnya bukan hanya sekedar mengkomunikasikan tapi kita memframing, artinya kebijakan-kebijakan output kita rangkum, kita kemas menjadi sebuah framing kepada publik”

Selain itu, hubungan biro humas dan alat kelengkapan dan komisi terjadi jika tim Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) yang merupakan anggota humas ingin meminta suatu informasi hal-hal yang menyangkut komisi atau alat kelengkapan dewan. Perlu diketahui bahwa beberapa staf humas merupakan tim PPID, yaitu suatu tim yang dibentuk humas dalam menangani permintaan informasi dari publik kepada DPR. Tim ini yang nantinya akan menghubungi komisi dan alat kelengkapan jika ada masyarakat yang meminta informasi terkait komisi dan alat kelengkapan yang dituju. Selain itu hubungan biro humas dan pemberitaan dengan alat kelengkapan dan komisi juga terjadi dalam rapat-rapat koordinasi. Biro humas dan pemberitaan dan biro persidangan

berada di dalam satu naungan deputi yaitu Deputi Persidangan dan Kerja Sama Antar Parlemen. Jadi dalam rapat-rapat koordinasi tersebut, biro humas dan pemberitaan selalu mendorong sekretariat alat kelengkapan dewan untuk dapat lebih memberikan informasi yang bisa digunakan dalam pemberitaan. Biro humas dan pemberitaan melalui kepala biro selalu mengingatkan alat kelengkapan agar dapat membagi informasi-informasi yang penting ke biro humas agar biro humas yang nantinya akan mempublikasikan kepada masyarakat melalui website, majalah dan bulletin. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui hal-hal apa saja yang sudah dikerjakan oleh alat kelengkapan dewan.

“kalo PPID ini sangat sering sekali, biro humas ini sangat tergantung sekali pada AKD karena informasi ada di unit-unit sana.. ”

“hubungan ini juga ada dalam rapat-rapat koordinasi.. kan kebetulan komisi ini berada dalam satu deputi kan.. di deputi itu ada biro persidangan yang membawahi komisi-komisi dan biro humas”

Menurut informan 1, data-data atau informasi yang didapat biro humas dan pemberitaan dari alat kelengkapan adalah berupa data-data yang bersifat statis mulai dari kegiatan-kegiatan acara harian, laporan singkat, kesimpulan, risalah. Informan ini menyadari bahwa informasi-informasi ini belum disajikan dalam waktu yang singkat, namun biro humas selalu menekankan AKD dan komisi untuk dapat mengeluarkan informasi-informasi kepada biro humas dan pemberitaan untuk dapat dipublikasikan kepada publik.

“jadi dari mulai data-data statis, kegiatan-kegiatan acara harian, laporan singkat, ada kesimpulan, ada risalah walaupun selama ini memang semua belum sepenuhnya bisa disajikan dalam waktu yang singkat ya..”

Selain mengambil informasi-informasi dari alat kelengkapan dewan, Biro Humas dan Pemberitaan juga mendapatkan informasi mengenai jadwal-jadwal kunjungan yang dilakukan berbagai komisi. Menurut informan 1, jadwal kunjungan dan rapat tersebut di dapat dari sekretariat alat kelengkapan dan komisi yang kemudian diinformasikan ke bagian pemberitaan. Kemudian dari bagian pemberitaan tersebut yang akan menampilkan ke layar TV Parlemen dan website DPR. Di TV Parlemen tersebut akan ditayangkan jadwal-jadwal harian para komisi dan alat kelengkapan yang biasanya ditayangkan di pagi hari.

“yang ngeluarin itu kan dari AKD-AKD, nyerahkan ke pemberitaan, bagian pemberitaan nanti yang akan ditayangkan di TV Parlemen”

“ya di LCDnya itu.. TV Parlemen tu jadwal acara tu ada, kalo pagi biasanya. Rapat hari ini apa-apa aja, terus kunjungan kerja kemana-kemana”

4.6 Reputasi Kinerja Anggota DPR RI

DPR sebagai lembaga negara yang membutuhkan kepercayaan publik harus memiliki citra dan reputasi yang baik. Hal ini dikarenakan DPR sebagai lembaga yang mengusulkan, menyusun dan mengesahkan undang-undang dan kebijakan negara wajib memiliki reputasi yang baik. Reputasi yang baik dibutuhkan agar masyarakat dapat mempercayai kinerja DPR yang sekaligus sebagai wakil rakyat di pemerintahan. Selain itu, pemilihan anggota DPR secara langsung menuntut anggota dewan untuk mempertanggung jawabkan hasil kerja mereka kepada publik. Hal ini pulalah yang menuntut DPR memiliki citra dan reputasi yang baik dimata masyarakat.

Gambaran reputasi kinerja DPR menurut informan 1 merupakan gambaran yang ada di media. Namun, ia menganggap isi penggambaran DPR yang ada di media selama ini tidak selamanya benar. Ia merasa pemberitaan yang muncul di media dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu waktu, jumlah kolom, dan framing media sehingga media tidak memberitakan mengenai DPR secara runtut dan utuh. Media belum memberitakan kinerja DPR secara keseluruhan. Menurutnya, media memiliki keterbatasan ruang dan keterbatasan rubrik yang menjadi kelemahan media. Dari kelemahan ruang pada media ini, tulisan-tulisan atau berbagai pemberitaan di media tidak bisa menggambarkan secara keseluruhan. Penggambaran yang tidak secara keseluruhan inilah yang menjadikan memberitakan dengan prespektif yang berbeda-beda mengenai DPR. Dari perspektif inilah yang nantinya bisa merugikan karena media bisa menggambarkan hal-hal yang tidak sebenarnya.

“selama ini mungkin yang ada di media massa tu sebetulnya tidak selamanya bener gitu. Belum tentu gitu dalam menggambarkan (...) karena keterbatasan ruang itu, tulisan itu sehingga ya dia tidak bisa menggambarkan secara keseluruhan. Lha tidak menggambarkan secara keseluruhan itu kan prespektifnya bisa beda, itu perspektif yang bisa dalam tanda kutip merugikan“

Dari penjelasan informan 1 ini, ia memberikan contoh misalnya saja jika ada persidangan rapat yang berlangsung dari pagi hingga sore. Dalam sidang tersebut terdapat perdebatan-perdebatan substansial yang mungkin sebenarnya bagus untuk pemberitaan, namun sering hal itu tidak dimunculkan oleh media. Media malah cenderung suka memunculkan hal-hal yang kontroversial yang sebenarnya bukan inti dari rapat tersebut karena media menilai hal itu memiliki nilai berita. Ia juga memberikan contoh mengenai sorotan media terhadap kursi-kursi kosong pada rapat atau sidang DPR yang bisa saja disorot media saat masa istirahat atau ketika persidangan belum dimulai. Ia merasa media mengambil sisi pemberitaan yang menurut mereka memiliki nilai berita namun kurang baik untuk kepentingan publik dan kepentingan si objek.

“contohnya katakanlah kalo mengikuti persidangan atau rapat... padahal ada perdebatan-perdebatan yang substansial yang mungkin bagus bagus dari sisi pemberitaan namun itu sering tidak dimunculkan. Yang dimunculkan justru hal-hal yang bersifat kontroversial tapi sebenarnya tidak menjadi roh pembicaraan pada waktu itu.

“dia (media) mengambil angel-angel yang dari sisi berita bagus, tapi untuk kepentingan publik atau kepentingan si objek kurang”

Ia merasa bahwa DPR sebenarnya sudah melaksanakan tiga fungsinya dengan baik. Namun, penilaian mengenai citra dan reputasi DPR memang diserahkan sepenuhnya di tangan masyarakat. Untuk itu, biro humas dan pemberitaan DPR berusaha menyampaikan kepada publik hal-hal yang tidak tersampaikan ke media. Dalam mencapai tujuannya ini, biro humas dan pemberitaan menjalankan *media relation* atau menjaga relasi dengan media dan menerima tamu-tamu delegasi masyarakat yang ingin mengetahui bagaimana

DPR menjalankan tugas-tugasnya. Disinilah peluang-peluang humas dalam menyampaikan hasil-hasil kinerja DPR agar publik dapat mendapatkan informasi yang positif mengenai DPR. Selain itu, dalam penerimaan tamu delegasi masyarakat, diberikan juga pemahaman dan pengertian kepada publik bahwa DPR sebetulnya menerima kritik dan masukan dari publik namun kritik dan masukan tersebut jangan sampai dapat meruntuhkan kelembagaan dan sebaiknya kritik yang disampaikan bersifat membangun. Hal ini dikarenakan bahwa parlemen merupakan salah satu struktur demokrasi.

“DPR itu sendiri sudah melakukan tugas dan fungsi itu, sudah optimal sebetulnya. Lha masalah penilaian masyarakat ya kita kembalikan kepada masyarakat. Makanya tiap hari hampir dateng tiap hari delegasi masyarakat dan itulah sebetulnya peluang kita untuk memberika informasi yang utuh mengenai kelembagaan DPR”

Menurut informan 2, reputasi DPR saat ini sangat memprihatinkan. Hal ini dikarenakan konstilasi politik yang ada saat ini. Reputasi DPR juga dirasa fluktuatif yang tergantung pada pemberitaan yang media sampaikan dan tergantung pada bagaimana penggambaran media kepada publik. Beliau juga berpendapat bahwa citra DPR itu lebih banyak negatifnya daripada positifnya, hal ini dikarenakan otoritas anggota DPR yang sangat luar biasa. DPR sebagai lembaga politik yang memiliki 560 anggota yang memiliki hak bicara secara politis. Hal ini sangat berbeda jauh jika dibandingkan dengan kementerian yang hanya ada satu pimpinan.

“menurut saya sendiri ini memang citra sekarang sangat memperihatinkan sii. Karena memang berbagai masalah konstilasi politik yang ada saat ini pencitraan DPR itu sangat fluktuatif.. “

Ia berpendapat di dalam lembaga DPR ada sangat banyak pintu informasi yang terbuka dari para anggota, mulai dari anggota DPR dan 17 alat kelengkapan dewan yang bisa dengan leluasa memberikan *statement* di media. Hal ini diperkuat dengan diadakan pemilihan langsung anggota dewan menyebabkan otoritas anggota DPR menjadi kuat. Walaupun secara tata tertib juru bicara DPR

adalah pimpinan DPR, namun pada kenyataannya setiap anggota dapat berbicara di depan publik. Hal inilah yang menyebabkan reputasi DPR buruk.

“kita ada 560 orang yang bisa berbicara apalagi dengan pemilihan secara langsung ke anggota memberikan kewenangan yang luar biasa kepada anggota untuk berbicara atas nama konstituen. Nah ini memberikan informasi yang beredar di masyarakat lebih beragam”

Informan 2 juga memberikan pendapat bahwa citra dan reputasi DPR bersifat fluktuatif. Fluktuatif disini dalam artian bahwa pemahaman pada bagaimana sebetulnya media mensikapi kejadian-kejadian yang ada di DPR. Ia memberikan gambaran pada waktu kasus sengketa masalah cicak dan buaya. Pada saat ini kondisi citra DPR menjadi naik turun. Suatu hari DPR bisa dibela media, namun di hari lain DPR bisa disudutkan oleh media.

Informan ini menyatakan bahwa reputasi DPR yang ada di mata masyarakat dilihat dari dua aspek. Pertama aspek pencapaian kinerja atau kualitas proses pembuatan legislasi yang rendah dan yang kedua adalah banyaknya kasus yang menimpa DPR. Kedua hal inilah yang menurutnya menyebabkan reputasi DPR menjadi buruk. Menurutnya kedua hal tadi tidak serta merta menghasilkan reputasi buruk di mata masyarakat. Reputasi buruk DPR juga dipengaruhi oleh framing media. Dari sinilah yang membangkitkan kinerja humas DPR agar dapat mempublikasikan kepada masyarakat bahwa apa yang ada di media tidak selamanya benar. Ia memberikan contoh misalnya saja persepsi masyarakat bahwa DPR adalah lembaga yang korup dan dari persepsi inilah humas yang memberikan pemahaman bahwa tidak seluruhnya anggota DPR korup namun hanya segelintir orang saja. Selain itu, pencapaian legislasi DPR yang masih jauh dari target juga perlu dijelaskan kepada masyarakat. Informan ini juga menjelaskan bahwa pencitraan DPR sangat sulit dilakukan karena DPR memiliki banyak orang yang bisa berbicara dan hal itu yang tidak mungkin untuk disatukan.

“ya sebetulnya kan reputasi masyarakat yang menilai. Memang kalo masyarakat kan melihatnya dua aspek. Pertama pencapaian kinerja artinya proses legislasi yang rendah dan yang kedua banyaknya kasus yang menimpa DPR. Selain itu, menurut saya ada juga faktor framing media”

“Jadi pemahaman di lembaga politik itu makanya sulit melakukan pencitraan DPR itu karena yang ngomong banyak. Jadi itu tidak mungkin disatukan”

Disisi lain, informan 3 memandang reputasi DPR tergantung pada bagaimana sudut pandang media dalam memberitakan DPR dan memposisikan DPR pada pemberitaan. Ia menganggap setiap media memiliki *agenda setting* tersendiri yang memiliki sudut pandang yang berbeda dalam melihat DPR. Artinya jika DPR ditempatkan media sebagai lembaga yang baik, maka reputasi DPR akan baik namun jika DPR dilihat sebagai lembaga yang buruk, maka reputasi DPR akan buruk. Namun, ia melihat reputasi DPR sebagai hal yang *“fifty-fifty”*, ia melihat bahwa DPR ada sisi positifnya dan ada sisi negatif. Ia menyadari fungsinya sebagai jurnalis yang harus netral dalam memberikan penilaian. Posisinya sebagai jurnalis dalam melihat reputasi DPR adalah *cover both side* yang berarti ada kalanya positif dan ada kalanya negatif jadi ia tidak menilai apakah DPR itu baik atau buruk.

“itu sebetulnya tergantung darimana kita (media) melihat sudut pandang, tergantung darimana media melihat dari agenda atau pemberitaan yang meliput DPR, saya melihat dalam koridor yang fifty-fifty, “

Ia mengatakan penilaiannya terhadap DPR tergantung pada situasi. Profesinya sebagai jurnalis menempatkan posisinya ditengah-tengah sebagai penghubung. Artinya jika dia menemukan sesuatu yang buruk di DPR maka dia akan memberitakan ke publik yang didukung dengan fakta, data dan validitas informasi. Namun jika ia menemukan sisi positif dari DPR maka ia akan memberitakan hal tersebut. Ia memberikan contoh mengenai berita positif DPR yang baru saja muncul mengenai pencapaian dalam urusan legislatif dan pembahasan undang-undang yang mengesahkan dua undang-undang yang menurutnya menarik. Salah satunya undang-undang validitas keuangan yang sudah dibahas dari tahun 2002 namun baru disahkan tahun 2011 ini. Menurutnya, ini pencapaian proses yang lama, namun DPR masih menggolkan undang-undang yang masih relevan dengan kondisi perbankan saat ini. Menurutnya ini adalah

salah satu pencapaian DPR. Selain itu, ia berpendapat bahwa citra buruk DPR yang berkembang saat ini disebabkan karena masalah personal, bukan lembaganya. Citra buruk DPR bukan karena DPR tidak bisa kerja dan tidak bisa menjalankan fungsi-fungsinya, namun disebabkan oleh segelintir orang yang bermasalah.

“tergantung situasi. Dan kita juga media sebagai perantara pihak yang terkait dengan publik yang sebagai penonton dan pendengar, harus berada di tengah-tengah dan kita sebagai penghubung”

“selama ini yang membuat citra buruk DPR itu personal, person per person, bukan karena lembaganya”

Sedangkan menurut informan 4 reputasi DPR saat ini dirasa tidak terlalu baik. Namun ia merasa reputasi DPR yang tidak baik bukan berarti bahwa DPR tidak baik dan tidak bisa bekerja dan bukan juga karena publiknya, namun dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya karena ada sebagian kinerja DPR yang tidak baik dan adanya oknum-oknum tertentu yang kurang baik, masyarakat yang tidak dapat mengakses hal-hal positif atau kebenaran-kebenaran mengenai DPR dan pengaruh media yang sangat besar yang mayoritas terdapat kelompok-kelompok tertentu yang mendeskreditkan DPR secara sistematis. Ketiga hal ini yang terakumulasi yang membentuk reputasi buruk DPR. Ia merasa DPR tidak banyak mengabarkan hal-hal positif mengenai dirinya kepada masyarakat yang sebenarnya banyak dilakukan. Ia merasa saat ini kinerja DPR lebih banyak positifnya daripada negatifnya, namun sayangnya masyarakat tidak dapat mengetahui hal itu. Sedangkan menurut informan 5 reputasi DPR sangat rendah.

“kalo melihat pandangan publik pada DPR ya, itu memang sekarang tidak terlalu baik. Harus diakui. Tetapi bukan karena DPRnya tidak baik.. kalo menurut saya ya.. bukan karena publiknya juga, itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama memang mungkin sebagian ada kinerja DPR yang kurang baik. Yang kedua, memang masyarakat tidak punya atau tidak bisa mengakses kebenaran-kebenaran yang ada di DPR dan yang ketiga adalah pengaruh dari media.. yang mayoritas menurut saya ada kelompok-kelompok tertentu yang mendeskreditkan DPR secara sistematis. Jadi variabel-variabel ini menjadi satu”

Dalam pengambilan data sekunder, peneliti telah mengumpulkan mengenai jajak pendapat dan survey DPR dari koran Kompas sepanjang tahun 2010 dan 2011. Dalam melihat hasil jajak pendapat Kompas, informan 1 merasa untuk menanggulangi perbaikan citra tersebut, dapat dengan meningkatkan kualitas personal-personal tim humas DPR dan sumber daya manusia. Misalnya seperti peningkatan kualitas wartawan dan reporter serta tim kehumasan. Selain itu, dari sisi penganggaran humas juga akan menambah kerja sama dengan media, misalnya menambah *blocking time* di televisi, menambah slot-slot mengenai pemberitaan positif mengenai DPR di televisi. Dan di tahun 2012 akan bekerja sama dengan konsultan.

“dari sisi internal, kita meningkatkan kualitas dari personal-personal kita, dan kita juga dari sisi dari sisi penganggaran juga. Penganggaran kalo dulu untuk untuk cover media. Selain itu sebetulnya juga ada rencana untuk kita bekerjasama dengan konsultan”

Berbeda dengan informan 1, informan 2 merasa hal yang harus dilakukan dalam menanggapi jajak pendapat adalah dengan kreatifitas dengan lebih banyak memberitahukan masyarakat mengenai kinerja DPR dan apa yang dilakukan oleh DPR.

“tentu sekarang dengan pencitraan DPR yang cenderung turun menurun kita dituntut kreatifitas. Kreatifitas bagaimana membangun opini publik. Kalo menurut saya yang bisa kita lakukan adalah bagaimana kita lebih banyak memberitahukan kepada masyarakat tentang apa-apa yang dilakukan oleh DPR”

Berbeda dengan informan 1 dan 2, informan 3 merasa berbagai citra buruk yang melekat pada DPR bukan karena DPR yang tidak bisa kerja, tidak bisa membuat undang-undang atau struktur organisasinya tidak berkomunikasi, melainkan karena masalah perorangan anggota DPR. DPR dirasa sudah menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik dan tidak bermasalah secara kelembagaan. Namun karena ada pihak-pihak tertentu yang mencoreng nama DPR, maka lembaga DPR pun ikut terseret dianggap negatif masyarakat.

Menurutnya, humas tidak bisa meng-*handle* dan menjelaskan kronologis permasalahan jika persoalan personal anggota DPR muncul. Namun secara kelembagaan, ia menganggap DPR tidak menghadapi masalah.

“citra DPR itu jatuhnya menyangkut hal yang berbau politik, dan ini sulit untuk humas DPR untuk mengcover itu, karena kebanyakan pernyataan yang muncul itu adalah hal-hal yang berbau pribadi. Secara kelembagaan DPR tidak menghadapi masalah (...) citra buruk DPR itu personal, bukan lembaganya”

Informan 3 memberikan contoh misalnya saja salah satu anggota DPR tertangkap menonton video porno saat sidang, atau tertangkap KPK karena tersangkut masalah korupsi atau penyuapan. Semua hal ini adalah kasus pribadi anggota DPR yang menyebabkan citra dan reputasi DPR menjadi buruk. Selain itu, mereka mencontohkan misalnya saja seorang anggota DPR tertangkap tidur ketika sidang berlangsung yang berhubungan dengan kinerja anggota dewan. Masalah-masalah ini yang sering muncul saat ini adalah masalah-masalah personal para anggota dewan yang tidak bisa di *handle* dengan humas. Humas sulit melakukan pencitraan baik ditengah kasus-kasus personal para anggota DPR. Ia merasa tidak mungkin humas berbicara memberikan klarifikasi jika ada masalah-masalah pribadi anggota dewan. Menurutnya, yang humas bisa lakukan hanya melakukan pemberitaan mengenai kinerja atau hal-hal apa saja yang bisa dan telah dicapai oleh anggota DPR. Misalnya seperti pencapaian undang-undang, melakukan kunjungan, atau hubungan kerja sama dengan parlemen ASEAN. Jika sudah menyangkut persoalan pribadi anggota DPR, informan 3 berpendapat bahwa humas tidak dapat melakukan apa-apa.

“ya paling sisi positifnya yang bisa dilakukan humas DPR ya tentang pencapaian perumusan undang-undang, melakukan kunjungan kerja kemana. Hanya itu. Ketika sudah menyangkut persoalan pribadi mereka gak bisa ngapa-ngapain”

Dalam menjaga citra dan reputasi DPR, humas mengalami kendala-kendala tersendiri. Menurut informan 2, kendala yang dihadapi humas adalah

komunikasi internal di DPR yang masih belum tersektor. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi antara alat kelengkapan dewan yang ada di DPR. Kemudian kendala berikutnya adalah ada 560 anggota dan 17 alat kelengkapan dewan dan fraksi-fraksi yang bisa berbicara atau mengutarakan pendapat sehingga banyak arus informasi dan sulit untuk disatukan. Lebih parahnya lagi, masing-masing fraksi dan anggota DPR memiliki kepentingan sendiri-sendiri yang semakin mempersulit arus informasi yang beredar.

“ya kendala pencitraan DPR itu pertama karena komunikasi internal DPR sendiri yang memang belum tersektor”



BAB V

DISKUSI DAN INTERPRETASI

Pada bab ini, peneliti akan menginterpretasikan hasil penemuan yang telah didapat dengan merujuk kepada pertanyaan penelitian yang ada pada bab sebelumnya. Dari interpretasi ini, peneliti akan mencoba menarik sebuah kesimpulan dari interpretasi-interpretasi tersebut dan memberikan rekomendasi baik rekomendasi akademis maupun rekomendasi praktis.

5.1 Peran Humas DPR RI dalam mempublikasikan kinerja anggota dewan

Humas DPR RI melaksanakan perannya sebagai *communication technician* atau sebagai pelaksana komunikasi antara organisasi ke publiknya. Peran sebagai pelaksana komunikasi ini juga biasa disebut dengan *communicator* artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Tidak hanya teori humas secara umum yang mengatakan bahwa humas berperan dalam menyampaikan informasi dari organisasi kepada publik, namun konsep humas pemerintah juga mengatakan bahwa tugas humas pemerintah adalah memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga dan upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijakan serta tujuan yang akan dicapai oleh organisasi. Konsep peran humas pemerintah secara konsep mengatakan bahwa humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak. Melalui kedua konsep ini, humas DPR RI sebagai humas lembaga negara juga wajib berperan dalam memberikan informasi kepada masyarakat khususnya mengenai kinerja anggota dewan.

Peran humas yang satu ini telah dijalankan oleh Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI. Komunikasi yang dilakukan biro humas adalah mempublikasikan hasil kinerja DPR kepada masyarakat. Komunikasi ini

dilakukan dengan berbagai sarana komunikasi, yaitu penerbitan bulletin dan majalah Parlementaria, berita di website DPR, bekerja sama dengan media elektronik untuk *blocking rubric*, publikasi melalui TV Parlemen, dan konferensi pers yang dilakukan setiap minggu.

Namun, komunikasi-komunikasi yang dijalankan ini masih belum dirasakan oleh masyarakat luas, sehingga pembentukan citra dan reputasi kinerja anggota DPR melalui media-media masih belum terbentuk. Komunikasi-komunikasi yang dilakukan biro humas dan pemberitaan untuk mensosialisasikan kinerja anggota dewan masih memiliki banyak kekurangan. Setiap sarana komunikasi yang dijalankan masih belum maksimal dalam mengkomunikasikan pesan-pesan dari DPR. Interpretasi dari setiap strategi komunikasi yang dilakukan akan dijabarkan pada poin berikutnya.

5.2 Strategi Komunikasi Humas DPR RI

5.2.1 Media Massa

Menurut Doorley and Gracia (2007), reputasi adalah gabungan dari perilaku, kinerja dan komunikasi organisasi. Menurutnya, reputasi dipengaruhi dari persepsi dan citra dari berbagai macam stakeholder kemudian penggabungan dari kinerja dan sikap perusahaan tersebut ditambah dengan komunikasi. Komunikasi disini adalah bagaimana sebuah kinerja dan sikap perusahaan dikomunikasikan kepada para stakeholder. Dalam kasus humas DPR RI sebagai pihak yang berperan dalam mempublikasikan kinerja DPR, peneliti ingin menginterpretasikan berbagai sarana atau media komunikasi yang dilakukan humas DPR kepada publik berdasarkan hasil analisis dan obeservasi peneliti. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, humas DPR RI mempublikasikan kinerja DPR melalui penerbitan bulletin dan majalah Parlementaria, berita di website DPR, bekerja sama dengan media cetak dan elektronik untuk *blocking rubric*, publikasi melalui TV Parlemen, dan konferensi pers yang dilakukan setiap minggu. Di sini, peneliti ingin melihat satu per satu keefektifan media-media tersebut dalam mempublikasikan kinerja DPR.

Berdasarkan hasil wawancara, informan mengatakan distribusi majalah dan bulletin Parlementaria ditujukan kepada kementerian-kementerian, pemerintah daerah, beberapa perguruan tinggi negeri, DPRD, DPD, kedutaan besar, dan para anggota DPR. Menurut peneliti, penerbitan bulletin dan majalah Parlementaria masih sangat kecil ruang lingkungannya. Distribusi bulletin dan majalah ini hanya menysasar pada orang-orang tertentu yang perbandingannya sangat sedikit jika dibandingkan dengan masyarakat Indonesia. Dengan pengiriman-pengiriman bulletin dan majalah kepada pihak-pihak tersebut benar-benar tidak efektif untuk mensosialisasikan kinerja DPR selama ini. Peneliti pernah mengobservasi di ruang salah satu anggota dewan, disana terdapat banyak majalah parlementaria. Menurut peneliti, bulletin dan majalah parlementaria tidak perlu diberikan kepada anggota DPR, yang perlu diberikan majalah dan bulletin ini adalah masyarakat luas. Anggota DPR sebagai pihak yang melakukan kinerja DPR dirasa sangat tidak perlu mendapatkan informasi mengenai kinerjanya sendiri, seharusnya publiklah sebagai pihak yang sangat tepat mendapatkan bulletin dan majalah ini. Jadi distribusi majalah dan bulletin ini sangat salah sasaran.

Disisi lain, isi pesan atau konten yang ada dalam Majalah dan Bulletin Parlementaria sudah cukup baik. Menurut hasil observasi peneliti, pesan-pesan dari setiap tema atau judul disampaikan dengan baik. Isi pesan atau konten sudah dapat mengkomunikasikan dengan baik mengenai kinerja-kinerja DPR. Selain itu, bentuk majalah dan bulletin juga sudah baik, sampul halaman dengan gambar dan warna yang menarik cukup menarik untuk orang membaca. Kemudian kertas yang digunakan sudah dapat dikatakan mewah. Menurut peneliti, bentuk, tampilan, dan isi pesan majalah dan bulletin ini sudah baik namun sayang distribusinya salah sasaran.

Selain itu, keberadaan TV Parlemen juga sangat tidak efektif. TV ini hanya ada di internal gedung DPR RI dan tidak bisa menjangkau masyarakat diluar DPR RI. TV-TV ini hanya dipasang di sudut-sudut gedung DPR RI dan diluar ruang persidangan. Walaupun TV Parlemen ini sudah bisa ditonton melalui *streaming* di *website* DPR namun hal ini masih menyulitkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai DPR. Menurut hasil observasi peneliti,

keberadaan TV Parlemen sangat tidak berguna. Di dalam gedung DPR, TV Parlemen sama sekali tidak diperdulikan orang. TV Parlemen hanya terpajang tanpa ada orang yang peduli. Bahkan banyak LCD TV Parlemen di dalam gedung Sekjen DPR mati tidak berfungsi. Sebenarnya, TV Parlemen ini ditujukan untuk menayangkan secara langsung sidang-sidang yang dilakukan anggota DPR setiap harinya. Namun pada kenyataannya, TV Parlemen ini lebih banyak menayangkan rekaman kunjungan kerja para anggota DPR ke daerah-daerah. Peneliti menganggap keberadaan TV Parlemen ini tidak memiliki nilai positif apapun bagi publikasi kinerja anggota DPR.

Kemudian, kerjasama biro humas dan pemberitaan DPR dengan media untuk *blocking rubric* juga masih dirasa kurang berjalan dengan baik. Pemilihan media untuk mempublikasikan kinerja DPR dirasa kurang tepat. Media yang banyak digunakan DPR dalam mempublikasikan kinerja DPR adalah TVRI dan RRI. Stasiun TV dan radio ini masih sangat jarang digunakan masyarakat Indonesia sebagai sumber referensi berita. Hanya sedikit kalangan yang menyaksikan TVRI dan mendengarkan RRI jika dibandingkan orang yang menonton TV-TV swasta dan radio-radio swasta lainnya. *Blocking rubric* yang ditayangkan di TVRI juga tidak menentu. Dalam setahun hanya ada 8-12 kali tayang. Hal ini juga memperkuat tidak efektifnya penyampaian pesan dari DPR kepada masyarakat.

Untuk *blocking rubric* DPR di RRI, humas DPR memiliki program khusus yang mengudara setiap hari Jumat pukul 9 pagi yang diberi nama 'Dialog Interaktif Bersama Wakil Rakyat'. Program ini merupakan diskusi bersama salah satu anggota DPR yang setiap minggunya diundang untuk menjadi narasumber. Setiap program dalam *blocking rubric*, humas DPR-lah yang menyiapkan tema untuk acara tersebut. Alur cerita dan pesan yang akan disampaikan pun disusun oleh biro humas melalui bagian pemberitaan. Menurut peneliti, penggunaan program khusus di RRI ini juga masih sangat sedikit orang yang mengetahui. Seharusnya pemilihan media dalam mempublikasikan kinerja DPR lebih ditujukan kepada media yang banyak ditonton dan didengarkan masyarakat, misalnya saja televisi-televisi dan radio-radio swasta.

Biro humas dan pemberitaan DPR juga menggunakan *blocking rubric* di TV-TV berita swasta seperti Metro TV dan tvOne, namun dengan frekuensi yang sangat jarang. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengakuan narasumber yang mengatakan *blocking rubric* di televisi swasta jarang dilakukan. Program-program *blocking rubric* di televisi swasta ini bukan program khusus yang dibentuk DPR melainkan program acara stasiun TV swasta yang narasumber dan temanya disiapkan oleh humas DPR. Dari hasil wawancara, informan hanya menyebutkan dua program televisi yang pernah digunakan untuk *blocking rubric* DPR, yaitu program Public Corner dan Economic Challenges di Metro TV.

Pemilihan media ini memang dipengaruhi oleh harga yang sangat mahal jika bekerja sama dengan TV dan radio swasta. Mahalnya kerja sama *blocking rubric* melalui televisi swasta ini menyebabkan humas DPR lebih memilih *blocking rubric* di TVRI dan RRI dengan harga yang relatif lebih murah. Namun publikasi kinerja DPR melalui TVRI dan RRI ini menyebabkan sempitnya ruang lingkup khalayak yang menerima publikasi. Hal ini karena TVRI dan RRI merupakan stasiun televisi dan radio dengan khalayak yang masih terbatas jika dibandingkan dengan stasiun televisi dan radio swasta. Pemilihan media yang kurang tepat ini yang menyebabkan kurangnya penerimaan informasi oleh masyarakat mengenai kinerja DPR.

Selanjutnya menurut observasi peneliti mengenai *website* DPR, *website* tersebut sudah berjalan baik namun masih memiliki banyak kekurangan. Menurut peneliti, informasi mengenai kelembagaan DPR pada *website* ini sudah cukup baik, namun masih banyak kekurangan yang terletak pada kebaruan atau *up-date* informasi. Misalnya saja pemberitaan-pemberitaan yang dilakukan pada *website* DPR belum sepenuhnya *up-to-date*. Hal ini dibuktikan dengan tidak setiap harinya muncul berita mengenai kinerja anggota dan alat kelengkapan dewan. Selain itu, foto-foto dan dokumentasi yang ada di *website* tersebut merupakan foto-foto lama yang sudah tidak relevan lagi untuk dipasang di *website* DPR. Keberadaan malajah parlementaria digital juga bukan majalah atau bulletin parlementaria terbaru. Data-data dan dokumentasi lain misalnya seperti risalah pembentukan undang-undang juga tidak *up-to-date*. Kekurangan yang paling fatal

menurut peneliti adalah kurang lengkapnya profile seluruh anggota DPR. Dengan tidak dapat diaksesnya profile seluruh anggota DPR, hal ini menyebabkan masyarakat tidak sepenuhnya tau siapa orang-orang yang mewakilinya dalam pemerintahan. Di sisi lain, tampilan *website* DPR juga cenderung monoton dan kurang menarik. *Website* ini tidak memiliki ruang untuk para penggunanya untuk berinteraksi. Kekurangan lain dalam *website* ini adalah tidak tercantumnya data jumlah pengunjung yang membuka *website* DPR. Hal ini berarti biro humas dan pemberitaan tidak pernah mengetahui dan melakukan evaluasi mengenai berapa jumlah pengunjung *website* yang membaca informasi mengenai kegiatan kinerja anggota DPR.

Diantara beberapa kekurangan dalam *website* ini, masih terdapat beberapa kelebihan, diantaranya di dalam *website* ini sudah cukup baik dalam menyampaikan jadwal-jadwal rapat anggota DPR, laporan-laporan dan kesimpulan rapat yang sudah dapat diunduh, dan keberadaan *streaming* TV Parlemen. Setiap kegiatan humas mengenai kunjungan masyarakat dan delegasi masyarakat yang menyampaikan aspirasi tercatat dalam *website* DPR. Untuk daftar kegiatan kunjungan masyarakat, ini sudah cukup baik tercantum di dalam *website*. Hampir setiap hari bagian humas menerima kunjungan masyarakat dari berbagai wilayah di Indonesia. Namun, untuk catatan kegiatan pendelegasian masyarakat, hal ini masih belum tercatat dengan baik. Urutan tanggal dan isi kegiatan pendelegasian masyarakat masih belum runtut. Dari kenyataan ini, maka salah satu fungsi humas menurut Seitel (2004) yaitu *website development and Website interface* dalam humas DPR ini masih belum terlihat.

Biro humas dan pemberitaan DPR RI melalui bagian pemberitaan secara rutin menyiapkan konferensi pers setiap hari Kamis dan Jumat yang diberi nama Dialektika Demokrasi dan Forum Jumatan. Konferensi pers pada hari Kamis atau Dialektika Demokrasi membahas tentang isu-isu yang sedang hangat di DPR, sedangkan Forum Jumatan merupakan laporan hasil kerja apa saja yang telah dihasilkan anggota DPR dalam satu minggu. Namun, konferensi pers ini juga sangat tidak efektif. Ini dibuktikan dengan hasil konferensi pers yang hampir tidak pernah muncul di media, khususnya media elektronik. Menurut hasil observasi

peneliti, hal ini disebabkan karena kurangnya pendekatan humas kepada pihak media. Selain itu, hal ini disebabkan karena biro humas dan pemberitaan belum menjadi sumber referensi berita bagi media. Humas DPR dirasa bukan pihak yang dicari media dalam mencari berita sehingga keberadaan konferensi pers belum sepenuhnya diperdulikan wartawan. Peneliti juga melihat konferensi pers yang dijalankan juga masih menyimpang dari prosedur.

Dari peraturan, yang seharusnya melakukan konferensi pers adalah juru bicara DPR yaitu pimpinan DPR. Namun pada kenyataannya, tidak selalu seperti itu. Konferensi pers sering diisi dengan pimpinan-pimpinan lain dan tema konferensi persnya pun tidak menentu. Hal ini juga membuktikan bahwa kurangnya koordinasi antara biro humas dan pemberitaan dengan pimpinan DPR dalam melakukan konferensi pers. Selain itu, kurang efektifnya konferensi pers ini juga disebabkan tidak adanya kedekatan personal antara humas dan media. Sehingga jika humas mengadakan konferensi pers, media tidak terlalu peduli dengan konferensi pers tersebut.

Di sisi lain, pintu informasi dalam DPR masih berada dalam anggota DPR sehingga keberadaan humas masih belum diperdulikan dengan media. Belum lagi media saat ini adalah media yang telah memiliki agendanya masing-masing sehingga agenda atau berita yang disampaikan oleh humas masih belum efektif. Jurnalis lebih memilih mencari informasi langsung dari anggota DPR daripada melalui biro humas dan pemberitaan. Menurut obeservasi peneliti melalui studi dokumentasi, hal ini disebabkan karena keberadaan humas secara struktur masih terbilang jauh dengan pimpinan dan anggota DPR. Sehingga humas sendiri pada dasarnya belum mengetahui secara detail informasi yang ada di setiap alat kelengkapan dewan DPR. Keberadaan humas secara struktur yang masih jauh dari strategis ini ini juga menyebabkan keberadaannya tidak diperdulikan wartawan sebagai sumber berita. Jadi peran humas sebagai penyampai informasi kepada publik masih belum terlihat. Dari berbagai hasil interpretasi peneliti diatas, secara umum Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI masih belum maksimal dalam mengkomunikasikan kinerja anggota dewan. Dengan publikasi yang masih terbatas ini, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui kinerja-kinerja dan

kegiatan anggota dewan. Komunikasi ini yang nantinya berpengaruh pada penilaian reputasi kinerja anggota DPR RI dimata masyarakat.

Selain publikasi yang terbatas ini, kekurangan humas DPR dalam mengkomunikasikan kegiatan anggota dewan terlihat pada tidak adanya evaluasi dari setiap komunikasi yang dijalankan. Ini terbukti dari hasil wawancara peneliti kepada informan yang mengakui bahwa selama ini humas DPR masih belum memiliki indikator-indikator pasti dalam mengevaluasi setiap kegiatan komunikasi yang dijalankan. Dengan tidak adanya evaluasi ini, berarti humas DPR tidak pernah mengetahui apakah komunikasi yang dijalankan kepada publik sudah maksimal atau belum. Salah satu bukti tidak adanya evaluasi ini yaitu tidak adanya data jumlah pengunjung *website* DPR. Padahal *website* sebagai salah satu sarana humas dalam mengkomunikasikan kinerja DPR sebaiknya memiliki data tersendiri berapa jumlah pengunjung yang telah membaca publikasi humas. Selain tidak adanya evaluasi, humas DPR juga tidak menerima *feedback* dari publik mengenai apa yang telah dikomunikasikan. Tidak hanya itu, dalam mengkomunikasikan kinerja DPR, humas tidak pernah melakukan riset mengenai media apa yang tepat dalam mengkomunikasikan kinerja DPR. Ini dibuktikan dengan digunakannya stasiun televisi TVRI dan radio RRI dalam mengkomunikasikan kinerja DPR, padahal stasiun televisi dan stasiun radio ini masih sangat jarang digunakan masyarakat sebagai referensi berita. Tidak hanya pemilihan media, tidak adanya riset juga dibuktikan dengan pemilihan target sasaran penyebaran bulletin dan majalah parlementaria yang tidak tepat sasaran.

Dengan bentuk komunikasi yang seperti ini, humas DPR RI masih menjalankan model komunikasi informasi publik atau *public information model*. Menurut Grunic dan Hunt (1984) dan Cutlip, Centre dan Broom (1994), model komunikasi yang muncul pada tahun 1900an ini masih bersifat satu arah yaitu dari organisasi kepada publik. Model ini hanya mementingkan *output* semata tanpa menerima *feedback* dari khalayak. Penyampaian komunikasi dalam model ini juga tidak pernah melakukan riset mengenai apa yang menjadi kebutuhan masyarakat. Model ini sangat sesuai dengan model komunikasi yang dijalankan humas DPR,

dimana humas DPR tidak pernah melakukan riset dan menerima *feedback* dari masyarakat. Komunikasi yang dilakukan hanya mementingkan output semata tanpa memperdulikan keefektifan komunikasi tersebut.

5.2.2 Komunikasi Interpersonal

Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI dalam mengkomunikasikan kinerja DPR juga dilakukan dengan membentuk program Parlemen Remaja. Parlemen Remaja ini ditujukan untuk mengedukasi siswa-siswi SMA dan mahasiswa mengenai bagaimana anggota DPR menjalankan fungsi membentuk undang-undang, fungsi anggaran dan fungsi pengawasan. Peneliti merasa program ini adalah program yang baik, namun sayangnya program ini belum didengar oleh masyarakat luas. Hanya sedikit orang yang mengetahui bahwa Biro Humas dan Pemberitaan DPR RI melakukan program ini. Menurut hasil observasi, peneliti pernah melihat poster mengenai ajakan dan syarat-syarat bagi mahasiswa yang ingin mengikuti Parlemen Remaja yang terpasang di Gedung A FISIP UI beberapa waktu lalu. Selain itu, peneliti juga pernah melihat papan besar di depan Gedung MPR DPR mengenai Parlemen Remaja ini. Seharusnya program seperti ini bisa lebih dipublikasikan lebih luas lagi agar lebih banyak masyarakat yang mengetahui tentang kegiatan ini. Program seperti ini harusnya bisa ditayangkan di media massa agar publik juga bisa mengerti bagaimana simulasi kerja anggota DPR. Jika publik mengetahui program seperti ini maka publik akan lebih bersimpati kepada kinerja para wakil rakyatnya sehingga publik akan lebih bisa mempercayai kinerja para anggota DPR.

Kurang maksimalnya publikasi kinerja anggota dewan oleh humas disebabkan karena tidak adanya komunikasi antara humas sebagai lembaga sekretariat jendral dan anggota DPR. Menurut hasil wawancara peneliti, pihak biro humas dan pemberitaan tidak pernah berkomunikasi dengan para anggota DPR. Bahkan komunikasi dengan pimpinan DPR pun jarang sekali dilakukan. Biasanya komunikasi antara biro humas dan anggota DPR diatas namakan alat kelengkapan dewan dan bukan secara personal anggota DPR. Anggota dewan pun

sama sekali tidak pernah berhubungan dengan humas. Begitu pula sebaliknya, humas tidak pernah berhubungan secara langsung dan humas tidak mempunyai akses kepada anggota dewan. Komunikasi yang dilakukan humas hanya kepada sekretariat alat kelengkapan dewan yaitu dengan mengumpulkan informasi-informasi mengenai hasil-hasil rapat dan sidang alat kelengkapan yang kemudian informasi-informasi tersebut akan diolah menjadi majalah dan bulletin Parlementaria dan pemberitaan di *website* DPR.

Selain itu, komunikasi yang humas lakukan kepada alat kelengkapan juga terjadi jika Tim Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi membutuhkan dokumen atau informasi yang diperlukan dari permintaan publik. Komunikasi dengan alat kelengkapan juga terjadi untuk meng-*up-date* jadwal kerja, sidang, dan rapat anggota dewan yang nantinya akan ditayangkan pada *website* DPR dan TV Parlemen. Disisi lain, sekretariat alat kelengkapan dewan hanya menghubungi bagian humas jika mereka membutuhkan konferensi pers. Sekretariat alat kelengkapan tersebut meminta disiapkan perlengkapan-perlengkapan untuk konferensi pers dan bukan materi penyusunan pesan konferensi pers. Sekretariat alat kelengkapan juga akan menghubungi humas jika ia meminta humas mewakili DPR dalam mengklarifikasi isu dan masalah yang berkembang, misalnya saja biro humas diminta mengklarifikasi isu mengenai hilangnya gambar presiden dan wakil presiden saat sidang paripurna berlangsung.

Menurut peneliti, komunikasi-komunikasi internal seperti ini hanya bersifat administratif saja dan bukan komunikasi yang bersifat membangun suatu pesan untuk diberikan kepada publik. Komunikasi internal yang seperti ini yang menyebabkan humas dirasa kurang berperan dalam menjaga citra dan reputasi DPR RI. Humas tidak berperan aktif bekerja sama dengan para anggota dan pimpinan DPR untuk bisa membangun strategi pesan yang akan disampaikan kepada publik.

Tidak berperannya humas dalam membangun strategi pesan ini disebabkan karena struktur humas yang begitu jauh dengan para anggota dan pimpinan DPR dan humas tidak bersifat politik. Keberadaan humas yang di dalam Sekretariat Jendral DPR RI juga mengakibatkan humas hanya berperan sebagai ‘pembantu’

anggota dewan dan bukan *partner* anggota DPR. Seharusnya, humas dalam lembaga seromit DPR, humas bisa menjadi pengikat komunikasi internal bagi para anggota dewan. Humas DPR juga sebaiknya dapat bekerja sama dengan para anggota DPR dan pimpinan DPR untuk bisa merumuskan pesan kepada publik sehingga pesan yang diterima publik tidak simpang siur. Banyaknya anggota DPR saat ini dan kebebasan mereka dalam menyatakan pendapat di media menyebabkan informasi yang berkembang saat ini berasal dari banyak sumber.

Tidak adanya komunikasi antara anggota DPR dan lembaga dalam hal mempublikasi kinerja anggota dewan menyebabkan tidak adanya kesatuan pesan yang akan disampaikan kepada publik. Selain itu untuk masalah-masalah kelembagaan, DPR cenderung tidak memiliki satu suara dalam memberikan informasi kepada publik. Misalnya saja pro kontra mengenai rencana pembangunan gedung baru dan renovasi toilet di Gedung Nusantara I DPR RI. dalam hal ini, tidak pernah ada kesatuan informasi yang disampaikan kepada publik. Sejak awal rencana pembangunan gedung baru, humas DPR RI tidak pernah mempublikasikan dan menjelaskan kepada publik apa yang menjadi masalah dan tujuan terhadap pembangunan gedung baru ini. Melalui konflik yang ada, humas sebagai perwakilan lembaga juga tidak berusaha menjelaskan kepada publik mengenai klarifikasi pemberitaan. Humas hanya cenderung diam tanpa kata ketika permasalahan pembangunan gedung baru ‘gempar’ di publik. Peristiwa yang sama juga terjadi pada rencana renovasi toilet DPR yang akan menghabiskan dana 2 Milyar dan renovasi ruang rapat badan anggaran dengan biaya 20 Milyar. Humas sebagai pihak yang seharusnya mempublikasikan keputusan lembaga lebih banyak diam. Pendapat-pendapat yang banyak keluar ke publik adalah pendapat pribadi para anggota DPR yang setiap orang memiliki perbedaan pendapat masing-masing dalam melihat suatu sudut pandang. Ini semua diakibatkan oleh tidak adanya komunikasi antara lembaga dan anggota DPR sehingga sulit bagi humas DPR untuk mempublikasikan kinerja anggota DPR dan kebijakan organisasi.

5.3 Kegiatan Humas DPR RI

Salah satu fungsi humas adalah melakukan *media relations* atau menjaga hubungan baik dengan media dan bekerja sama dalam melakukan publisitas. Menjaga hubungan baik dengan media ini yang nantinya akan membantu humas dalam mempublikasikan hasil kinerja DPR kepada masyarakat. Melalui media ini, masyarakat akan mendapatkan informasi mengenai kinerja DPR. Dengan dikomunikasikannya kinerja DPR melalui media kepada masyarakat, ini akan berpengaruh kepada penilaian reputasi DPR di mata masyarakat. Untuk itu, keberadaan *media relations* bagi humas DPR menjadi penting untuk dilakukan.

Namun pada kenyataannya, biro humas dan pemberitaan DPR RI melalui bagian pemberitaan belum sepenuhnya melakukan *media relations* dengan baik. Hal ini diwujudkan dengan tidak adanya *feeding* informasi kepada wartawan. Bagian pemberitaan yang diserahkan tugas untuk melakukan *feeding* terhadap wartawan belum melakukannya dengan baik. Bagian pemberitaan memang sudah membuat *press release* kepada wartawan namun *release* tersebut masih belum menjadi sumber pemberitaan bagi jurnalis. Hal ini disebabkan karena *release-release* tersebut hanya ditempel-tempel di *press room*, dikirimkan ke kantor melalui faksimil dan di *upload* ke *website* DPR. Pemberian *press release* tidak secara langsung diberikan kepada wartawan. Seharusnya biro humas dan pemberitaan setiap hari memberikan *feeding release* kepada wartawan secara personal dan tidak hanya ditempel di dinding ruang wartawan atau hanya mengirimkan *release* ke kantor. Pemberian *feeding release-release* berita kepada wartawan tidak hanya bisa memungkinkan berita akan dipublikasikan kepada wartawan namun pemberian *feeding* ini yang nantinya juga akan menciptakan kedekatan personal antara humas dan wartawan.

Menurut peneliti, ditempelnya *release-release* di ruangan wartawan atau dikirimkan ke kantor wartawan sama sekali tidak efektif. Selain itu, di-*upload*-nya *release* ke dalam *website* DPR juga sama sekali tidak memudahkan wartawan dalam mencari sumber referensi berita, mungkin untuk masyarakat memang cukup efektif tapi untuk wartawan sama sekali belum efektif. Di sisi lain, *release-release* tersebut juga dianggap masih standar dan tidak memenuhi apa yang dibutuhkan media. Biro humas dan pemberitaan hanya mengirimkan *release* yang hanya membaik-baikkan DPR, sedangkan media membutuhkan informasi yang

bersifat investigatif dan mendalam dalam melihat suatu peristiwa. *Release-release* yang dikeluarkan humas sama sekali belum menjawab apa yang menjadi kebutuhan media. Ini yang menyebabkan pemberitaan yang dikeluarkan humas sama sekali tidak berguna bagi wartawan. Menurut hasil observasi peneliti, tidak berfungsinya pemberitaan dari humas bagi wartawan juga disebabkan karena tidak adanya kedekatan personal atau hubungan interpersonal yang baik antara pihak biro humas dan pemberitaan kepada wartawan. Hubungan antara biro dan wartawan-wartawan yang ada di DPR hanya dihubungkan dengan koordinator wartawan. Celakanya, koordinator wartawan sendiri adalah wartawan DPR yang sudah minimal setahun menjadi wartawan tetap DPR. Hal ini menyebabkan tidak adanya kedekatan antara wartawan media-media massa dengan pihak-pihak biro humas dan pemberitaan.

Tidak adanya kedekatan ini juga dibuktikan dengan undangan *media gathering* yang hanya diberitahu kepada koordinator wartawan dan nantinya koordinator wartawan ini yang menyebarkannya kepada wartawan-wartawan. Seharusnya untuk mendekati diri dengan wartawan, Biro Humas dan Pemberitaan mengundang wartawan secara personal ke acara *media gathering*, sehingga nantinya akan ada keterikatan emosional antara wartawan dan biro humas. Menurut informan, *media gathering* ditujukan untuk mendekati hubungan personal antara media dan humas, namun pada kenyataannya *media gathering* sendiri juga belum menjadi perhatian bagi kalangan jurnalis. Mereka tidak pernah memperdulikan adanya *media gathering* yang dilakukan Biro Humas dan Pemberitaan. Jadi pada kenyataannya, *media gathering* belum berhasil menjadi jalan untuk mendekati hubungan personal antara wartawan dan humas DPR. Wartawan yang memperhatikan adanya *media gathering* sebagian besar adalah wartawan-wartawan DPR sendiri. Wartawan media luar sebagian besar kurang peduli dengan *media gathering*. Jika undangan *media gathering* dikirimkan kepada personal media, mungkin hal ini bisa menumbuhkan rasa kedekatan emosional kepada wartawan dan pihak media pun dapat memiliki sedikit memiliki ketertarikan untuk terlibat dalam *media gathering*.

Hubungan bagian pemberitaan dengan media lebih banyak hanya bersifat penyedia alat-alat perlengkapan saja. Misalnya penyediaan alat-alat perlengkapan untuk konferensi pers, penyediaan komputer, mesin fax, *wifi*. Hubungan ini lebih kepada hubungan secara penyedia perlengkapan dan bukan sebagai penyedia sumber berita yang akan diberikan kepada wartawan. Sebenarnya hubungan ini bukanlah hubungan dengan media yang tepat dan efektif. Inilah yang menyebabkan biro humas dan pemberitaan tidak memiliki kedekatan personal kepada wartawan. Seharusnya biro humas dan pemberitaan DPR bisa lebih memberikan *feeding-feeding* berita kepada para jurnalis yang diberikan secara personal, sehingga jurnalis bisa memiliki kedekatan tersendiri dengan humas DPR.

Menurut peneliti, tidak dapat terciptanya hubungan personal antara humas dan wartawan juga disebabkan karena biro humas dan pemberitaan bukan menempati posisi yang strategis sehingga hal ini tidak diperdulikan oleh wartawan. Dengan tidak strategisnya posisi humas DPR dalam kelembagaan menyebabkan tidak adanya komunikasi antara humas sebagai lembaga kesekjenan DPR RI dengan para anggota DPR. Tidak adanya Selain itu, kecenderungan media yang mencari tokoh dalam melakukan pemberitaan membawa kesulitan tersendiri bagi humas untuk mendekatkan diri kepada wartawan. Belum lagi karena semua anggota DPR dengan jumlah 560 orang bisa dengan leluasa berbicara di depan publik melalui media atas nama pribadi ataupun lembaga sehingga para jurnalis akan lebih cenderung mencari tokoh anggota DPR daripada mencari informasi melalui humas. Di dalam lembaga DPR tidak ada batasan hubungan media dengan para anggota DPR sehingga hal ini memudahkan hubungan media dengan anggota DPR. Tidak hanya media yang mencari dan membutuhkan anggota DPR namun anggota DPR sendiri pun membutuhkan media untuk aktualisasi politik mereka masing-masing. Menurut informasi dari wartawan, para anggota DPR secara personal juga sering meminta diliput oleh media mengenai kegiatan dan aktifitasnya. Ini dimaksudkan untuk menciptakan pencitraan individu para anggota dewan. Anggota DPR dan media memiliki kedekatan secara personal yang jauh lebih baik daripada hubungan media dan biro

humas. Melalui hubungan yang simbiosis dan kedekatan ini, sulit bagi humas untuk masuk sebagai pusat informasi.

Selain itu, anggota DPR jauh lebih terkenal jika dibandingkan dengan para anggota humas. Publikasi mengenai anggota dewan secara besar-besaran menyebabkan humas bukan menjadi tujuan pencarian berita dan informasi oleh media. Kemudian, para anggota DPR pun tidak memiliki kewajiban dan kesadaran untuk membangun pesan bersama-sama dengan humas untuk disampaikan kepada publik. Selama ini dalam berkomunikasi dengan media, anggota dewan cenderung berkomunikasi secara langsung tanpa adanya komunikasi dengan lembaga yang dalam hal ini melalui humas.

Sulitnya humas menjadi pusat informasi bagi media dikarenakan humas tidak berperan sebagai pengikat komunikasi internal. Yang terjadi saat ini pada lembaga DPR adalah setiap anggota DPR bisa berbicara masing-masing kepada publik melalui media tanpa ada pengikat komunikasi internal secara utuh. Pimpinan DPR yang diatur dalam tata tertib DPR sebagai juru bicara DPR pun juga tidak selalu memerankan perannya tersebut. Pada kenyataannya setiap anggota DPR juga bisa berperan sebagai juru bicara DPR. Banyaknya pihak yang bisa berbicara di depan publik menyebabkan humas sulit memberikan informasi kepada publik. Hal ini disebabkan media lebih tertarik pada pernyataan yang dikeluarkan anggota dewan dibandingkan dengan berita yang disusun oleh humas DPR. Jadi humas DPR kesulitan untuk mengambil celah untuk pemberitaan positif mengenai DPR. Secara ideal, humas adalah pihak yang berperan sebagai *speaker* dalam sebuah organisasi. Namun, adanya tata tertib DPR yang menuliskan bahwa juru bicara DPR adalah pimpinan DPR, juga menghambat kerja humas DPR dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Selain itu, ketidakdekatan antara biro humas dan pemberitaan dengan wartawan adalah karena pada dasarnya terdapat beberapa wartawan yang memang sudah memiliki agenda tersendiri dalam melakukan pemberitaan. Mereka sudah memiliki sudut pandang tersendiri dalam melihat suatu peristiwa. Seperti wartawan yang diwawancarai oleh peneliti, yaitu wartawan stasiun televisi tvOne. Wartawan ini mengaku bahwa setiap ia datang ke DPR, ia mengaku telah

memiliki agenda tersendiri dalam mencari pemberitaan di DPR. Selain itu, ia mengaku memiliki kedekatan personal dengan banyak anggota DPR. Hal ini juga yang menyulitkan humas dalam mensosialisasikan kinerja DPR kepada media agar media mau mempublikasikan kepada publik.

Namun jika ditelaah, stasiun televisi tvOne memang memiliki kecenderungannya tersendiri dalam melakukan pemberitaan. TvOne sebagai salah satu tv berita selain Metro TV memiliki kecenderungan isi berita yang selalu menyudutkan pemerintahan. Hal ini bisa dipengaruhi oleh pemiliknya yaitu Aburizal Bakrie yang sekaligus menjabat sebagai ketua umum Partai Golkar. Ia sebagai partai besar pesaing Partai Demokrat yang sedang berkuasa saat ini seolah-olah ingin menjelek-jelekan pemerintahan yang ada saat ini. Penentuan *plotting* atau agenda dalam media ini dilakukan melalui rapat-rapat yang dilakukan oleh produser-produser tvOne dan beberapa koordinator lapangan. Berbagai hambatan dan kesulitan dalam menjalin hubungan antara media dan biro humas ini yang menyebabkan mengapa masyarakat kurang mendapatkan berita-berita dari sudut pandang DPR.

Disisi lain, hal yang sudah baik dilakukan biro humas dan pemberitaan adalah dengan menginformasikan agenda-agenda para alat kelengkapan dewan DPR dalam menjalankan tugasnya. Publikasi ini melalui tayangan di TV Parlemen di pagi hari dan melalui *website* DPR. Selain itu, jadwal rapat dan agenda alat kelengkapan dewan juga tertempel di dalam ruangan khusus wartawan atau *press room*. Namun sayangnya informasi ini belum sepenuhnya digunakan oleh jurnalis. Masih terdapat media yang mendapatkan informasi agenda anggota DPR bukan dari publikasi humas tersebut melainkan langsung dari para anggota DPR. Hal ini juga disebabkan karena hubungan humas dan media yang kurang terjalin dengan baik.

Dalam mengkomunikasikan kinerja anggota dewan kepada publik, seharusnya humas DPR RI melakukan *research, strategy, tactic, evaluation*. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan melakukan *research* mengenai apa yang menjadi kebutuhan publik mengenai informasi tentang DPR khususnya mengenai kinerja anggota dewan. Namun selama ini humas DPR RI

tidak pernah melakukan riset atau penelitian sebelum mereka melakukan komunikasi-komunikasi dengan publiknya. Komunikasi hanya dijalankan sebagai rutinitas seperti biasa tanpa adanya perkembangan, inovasi dan kreasi yang baru disetiap komunikasi yang dilakukan. Langkah selanjutnya dalam tahap-tahap mengkomunikasikan pesan kepada publik adalah menyusun strategi. Dalam hal menyusun strategi komunikasi, humas DPR RI telah menyusun pesan dengan baik dalam mengkomunikasikan kinerja anggota dewan. Misalnya saja pesan-pesan pemberitaan yang disampaikan di Majalah dan Bulletin Parlementaria sudah menunjukkan *framing* yang baik mengenai kinerja anggota dewan. Publikasi yang dilakukan di web DPR RI pun sudah dapat dikatakan baik. Menurut observasi peneliti, seluruh pesan yang dikemas humas DPR RI mengenai publikasi kinerja anggota dewan sudah baik dilakukan.

Langkah ketiga dalam penyusunan pesan yang ideal kepada publik adalah *tactics*. *Tactic* ini merupakan bagaimana pemilihan sarana yang tepat dalam mempublikasikan kinerja anggota DPR. Taktik juga mencakup pemilihan media yang digunakan dalam berkomunikasi. Pemilihan media yang tepat akan mempengaruhi penerimaan pesan kepada publik. Namun pada kenyataannya, menurut peneliti *tactic* atau pemilihan media yang digunakan humas DPR RI dalam mengkomunikasikan kinerja anggota dewan masih kurang tepat. Pemilihan *blocking rubric* di media TVRI dan RRI bukan merupakan media yang tepat untuk menjangkau publik secara lebih luas. Selain itu, pembuatan majalah dan bulletin parlementaria pun juga dirasa salah sasaran. Masyarakat luas sebagian besar tidak mengetahui keberadaan majalah dan bulletin tersebut. Distribusi pun salah sasaran. Sehingga keberadaan majalah dan bulletin belum efektif dalam mempublikasikan kinerja anggota dewan. Selain itu, publikasi melalui website DPR juga dirasa masih belum tepat karena masih minim orang yang membuka akses website DPR untuk mencari publikasi mengenai kinerja anggota dewan. Begitu juga TV Parlemen yang masih sangat minim manfaatnya bagi publikasi anggota dewan kepada masyarakat, karen cakupan TV Parlemen hanya berada di lingkungan internal gedung DPR RI. Jadi selama ini humas DPR RI masih belum tepat dalam pemilihan media yang digunakan untuk mempublikasikan kinerja anggota dewan kepada masyarakat.

Langkah terakhir yang sebaiknya dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi dari setiap komunikasi yang dilakukan. Hal ini ditujukan agar humas DPR RI dapat mengetahui seberapa besar pesan sampai ke publik, berapa persen kira-kira publik yang menerima pesan dari DPR dan bagaimana pengaruh pesan terhadap publik serta seberapa besar efektifitas sarana pesan yang digunakan. Evaluasi penting dilakukan karena hasil evaluasi digunakan sebagai acuan langkah ke depan dalam mengkomunikasikan pesan kepada publik. Namun sangat disayangkan, humas DPR RI dalam berkomunikasi dengan publik tidak pernah melakukan evaluasi secara mendalam dan terstruktur. Evaluasi yang dilakukan oleh humas DPR RI hanya sebatas secara subjektif saja tanpa ada indikator-indikator pasti mengenai pengukuran evaluasi. Evaluasi yang tidak pernah dilakukan ini menyebabkan humas DPR RI tidak pernah mengetahui seberapa besar khalayak yang menerima pesan dari DPR, apakah efektif atau tidak pesan yang disampaikan atau seberapa efektif sarana yang digunakan dapat mempublikasikan kinerja anggota dewan. Selain itu, tidak adanya evaluasi menggambarkan bahwa publikasi yang dilakukan humas DPR RI dalam mempublikasikan kinerja anggota dewan hanya sebatas tugas sehari-hari tanpa dapat memastikan keefektifan publikasi tersebut.

5.4 Peran Humas DPR dalam Menjaga Reputasi Kinerja Anggota DPR

Menurut Fombrum (1996), reputasi sebuah lembaga atau organisasi diartikan sebagai keseluruhan estimasi atau anggapan yang perusahaan dapatkan dari para *stakeholdernya*. Sebuah reputasi organisasi merepresentasikan reaksi afektif dan emosional, baik atau buruk, kuat atau lemah, dari pelanggan, investor, karyawan dan publik umum atau masyarakat. Dalam kasus lembaga DPR RI selama ini, berdasarkan konsep ini reputasi DPR sudah dapat dikatakan buruk. Ini dibuktikan dengan anggapan para *stakeholder* DPR yang menilai bahwa citra & reputasi DPR saat ini belum dapat dikatakan baik. Anggapan atau penilaian buruk tentang DPR saat ini muncul dari berbagai kalangan, mulai dari karyawan Sekretariat Jendral DPR, anggota DPR, jurnalis, dan praktisi PR sebagai

perwakilan masyarakat. Melalui akumulasi anggapan buruk ini, sudah dapat disimpulkan bahwa reputasi DPR dapat dikatakan buruk.

Tidak hanya itu, menurut Fombrum (1996) faktor-faktor yang membantu sebuah organisasi dalam membangun reputasi yang baik dengan konstituen utama mereka yaitu dengan *credibility*, *reliability*, *trustworthiness* dan *responsibility*. Kredibilitas DPR sebagai lembaga negara saat ini sedang dipertaruhkan. Berdasarkan hasil wawancara, berbagai pendapat buruk mengenai DPR dan hasil survey jajak pendapat saat ini dinilai masih menghasilkan kredibilitas yang buruk bagi lembaga negara ini. Kemudian, para karyawan DPR dalam hal ini anggota DPR masih merasa DPR merupakan lembaga yang belum maksimal dalam menjalankan tugasnya. Hal ini berarti para anggota DPR masih belum percaya kepada kinerja lembaganya. Ini dibuktikan dengan hasil jajak pendapat yang dilakukan Kompas yang dimuat pada tanggal 14 Juni 2010 kepada 109 anggota DPR. Hasil jajak pendapat menyatakan bahwa 55% anggota DPR sendiri tidak puas dengan kinerja lembaganya. Dengan ketidakpuasan anggota DPR kepada kinerjanya ini, maka akan menimbulkan ketidakpercayaan kepada lembaga tempat mereka bekerja.

Disisi lain, reliabilitas dari hasil kinerja DPR dimata masyarakat juga masih dianggap buruk. Realibilitas DPR disini dilihat dari seberapa besar kepuasan masyarakat terhadap hasil produk kinerja DPR. Reabilitas buruk DPR ini dibuktikan dengan berbagai polling jajak pendapat Kompas yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat tidak puas dengan kinerja anggota DPR. Hasil jajak pendapat menyebutkan bahwa hanya 11,5% masyarakat yang puas terhadap kinerja DPR, sisanya 84,6% menyatakan tidak puas dan 3,5% menjawab tidak tahu (Kompas, 8 Agustus 2011). Survey Kompas terbaru pada 10 Oktober 2011 mengeluarkan hasil yang jauh lebih mencengangkan. Sebesar 89,4% masyarakat tidak puas terhadap kinerja anggota DPR dalam fungsi perwakilan rakyat. Hanya 9,5% menjawab puas dan sisanya 1,1% tidak tahu atau tidak menjawab. Kepuasan kinerja DPR dalam membuat anggaran negara juga dinilai masyarakat kurang memuaskan. Pada tahun 2008 sebesar 71% masyarakat tidak puas dengan kinerja DPR dalam membuat dan mengesahkan anggaran negara dan tahun 2011 semakin

meningkat dengan 82,9% masyarakat tidak puas dengan fungsi DPR yang satu ini (Kompas, 1 Juli 2011).

Selain itu, pertanggungjawaban organisasi terhadap komunitas dalam hal ini rakyat juga masih rendah. Sebagai lembaga legislatif, pertanggung jawaban organisasi kepada masyarakat dibuktikan dengan penerimaan kritik dan masukan dari masyarakat. Hal ini disebabkan karena anggota DPR merupakan pilihan rakyat yang dipilih secara langsung melalui pemilu, sehingga para anggota DPR wajib mempertanggungjawabkan kinerjanya kepada rakyat. Berdasarkan hasil jajak pendapat Kompas, 72,3% masyarakat merasa bahwa anggota DPR tidak peduli terhadap kritik masyarakat. Hanya 22,9% menganggap peduli dan 4,8% sisanya tidak menjawab. Sebesar 74% masyarakat juga merasa bahwa aspirasi mereka kepada anggota dewan masih belum dirasakan, hanya 20,3% masyarakat yang merasa aspirasinya terwakilkan oleh anggota DPR dan 5,4% tidak tahu (Kompas, 11 April 2011). Melalui *credibility*, *reliability*, *trustworthiness*, dan *responsibility* yang masih rendah terhadap lembaga DPR, ini membuktikan bahwa saat ini reputasi DPR belum dikatakan baik. Reputasi buruk DPR ini juga sejalan dengan berbagai hasil polling dan jajak pendapat Kompas yang sebagian besar menyudutkan DPR. Berbagai hasil polling tersebut telah dijabarkan peneliti pada bab pertama sebagai latar belakang penelitian ini.

Dengan buruknya reputasi kinerja DPR ini, maka humas DPR harus bisa berperan dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR melalui publikasi-publikasi mengenai kinerja anggota dewan. Namun, pada kenyataannya humas masih mengalami hambatan-hambatan dalam mengkomunikasikan kinerja lembaga diantaranya, posisi Biro Humas dan Pemberitaan secara struktur dalam kelembagaan yang masih belum strategis. Biro Humas dan Pemberitaan DPR saat ini berada di bawah naungan Deputy Persidangan dan Kerja Sama Antar Parlemen Sekretariat Jendral DPR RI. Sekretariat Jendral sendiri adalah pihak yang menunjang kinerja anggota dewan. Jadi secara tidak langsung, Sekretariat Jendral masih dibawah pimpinan dan anggota DPR. Posisi humas ini sangat jauh dari pimpinan dan anggota DPR sehingga humas tidak memiliki akses langsung untuk menuju ke pimpinan dan anggota DPR. Ini juga mengakibatkan keberadaan

humas tidak terlalu dianggap oleh anggota DPR, pimpinan DPR dan bahkan media.

Dengan tidak adanya akses ini, humas menjadi sulit untuk mengetahui seluruh informasi yang ada di pimpinan, anggota DPR dan alat kelengkapan dewan. Kedudukan biro yang jauh dari pimpinan ini juga menyebabkan tidak adanya komunikasi dan hubungan internal yang baik antara humas dan pimpinan serta anggota DPR. Tidak adanya kedekatan secara struktur ini juga mengakibatkan tidak adanya kerja sama dalam membangun pesan yang akan disampaikan dari lembaga kepada publik. Sehingga pesan yang disampaikan lembaga kepada publik selama ini keluar dari banyak sumber.

Berdasarkan studi dokumentasi peneliti, posisi struktur humas DPR yang berada di bawah Sekretariat Jendral DPR RI menjadikan humas DPR tidak bersifat politis. Dewan Perwakilan Rakyat merupakan lembaga politik yang berbagai kasus dan permasalahannya bersifat politis. Humas disini belum dapat membantu penyelesaian masalah di bidang politik. Selain itu, perlu diketahui bahwa masalah-masalah yang membelit DPR selama ini lebih banyak masalah-masalah pribadi anggota dewan misalnya saja kasus korupsi, absensi dalam persidangan, tidur saat sidang, terlibat kasus penyuapan, kasus video porno dan lain sebagainya. Masalah-masalah seperti inilah yang menciptakan buruknya reputasi kinerja anggota DPR. Dari kasus-kasus pribadi ini humas tidak dapat melakukan apapun, karena humas tidak dapat masuk ke dalam ranah politik pribadi anggota DPR. Humas belum dapat berbicara atau mengklarifikasi permasalahan pribadi yang menjerat anggota DPR.

Faktor berikutnya adalah faktor media yang sudah memiliki kepentingan masing-masing dalam melakukan pemberitaan. Misalnya saja dua stasiun televisi berita yang besar di Indonesia, yaitu Metro TV dan tvOne. Kedua stasiun televisi ini telah menjadi referensi pemberitaan terbesar di Indonesia. Keduanya telah memiliki sudut pandang masing-masing dan sudut pandang tersebut relatif selalu menyalahkan pemerintahan dan menyudutkan DPR. Hal ini disebabkan karena pemilik kedua stasiun televisi ini merupakan orang-orang yang berkecimpung di bidang politik sehingga pemerintahan, dalam hal ini termasuk

DPR, menjadi lawan politik mereka. Media-media saat ini sudah memiliki kepentingannya masing-masing dan sudah tidak menjalankan fungsinya yang netral dalam melihat suatu peristiwa. Ini yang menyulitkan bagi biro humas dan pemberitaan dalam mempublikasikan kinerja-kinerja DPR. Adanya kepentingan media ini diperparah dengan *media relations* yang rendah dari humas DPR. Sehingga ini semakin memperparah pemberitaan media mengenai DPR.

Humas di dalam sebuah lembaga negara seharusnya dapat bisa melakukan komunikasi dengan para anggota dewan. Komunikasi yang dibangun bersama anggota dewan ini yang nantinya akan disampaikan secara satu suara oleh lembaga kepada publik, sehingga pesan yang disampaikan ke publik dapat terbentuk satu suara dan tidak simpang-siur. Selain itu, humas dalam lembaga legislatif secara ideal seharusnya paham mengenai kondisi masyarakat Indonesia dan dapat menjadi komunikator yang baik dalam menyampaikan pesan dari organisasi ke publiknya, khususnya terkait kinerja anggota dewan dan kebijakan lembaga. Humas untuk lembaga sekelas DPR seharusnya juga diduduki oleh orang-orang yang kredibel dalam bidang komunikasi dan politik. Pemahaman para anggota humas mengenai kelembagaan DPR dan bidang kehumasan juga harus lebih banyak dibandingkan dengan humas pada lembaga lainnya. Humas DPR RI juga sebaiknya dapat menjadi sumber informasi bagi publik dan menjadi referensi bagi jurnalis. Humas DPR juga sebaiknya dapat menginstruksikan komunikasi internal di dalam lembaga. Selain itu, untuk dapat mengetahui seluruh kegiatan kinerja anggota dewan, humas idealnya dapat mengikuti perkembangan kinerja lembaga sehingga humas dapat mempublikasikannya dengan baik kepada publik dan menjadi referensi pemberitaan bagi media.

BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pada bab ini peneliti akan merangkum poin-poin kesimpulan yang didapat dari hasil analisa dan interpretasi penelitian ini. Selain itu, pada bab ini peneliti juga akan memberikan rekomendasi akademik maupun praktis terkait hasil penelitian ini.

6.1 Kesimpulan

Dalam menjaga reputasi kinerja anggota dewan, Humas DPR RI telah melakukan berbagai strategi komunikasi untuk mempublikasikan kinerja anggota dewan, diantaranya :

- Penerbitan Majalah dan Bulletin Parlementaria
- Penyiaran TV Parlemen
- *Blocking Rubric* di TVRI dan RRI
- Publikasi melalui Website DPR
- Mengadakan konferensi pers setiap minggu (Dialektika Demokrasi & Forum Jumatan)
- Mengadakan acara Parlemen Remaja tingkat SMA dan Mahasiswa
- Menjaga hubungan baik dengan media

Namun dalam melakukan perannya dalam menjaga reputasi kinerja anggota DPR RI, humas mengalami hambatan-hambatan tertentu, diantaranya :

- Tidak adanya komunikasi antara anggota DPR dengan lembaga sehingga mengakibatkan tidak adanya koordinasi antara lembaga dan anggota DPR dalam menyusun dan mengembangkan pesan untuk dipublikasikan kepada publik.
- Keberadaan struktur humas DPR RI secara kelembagaan masih jauh dari strategis layaknya pada lembaga pemerintah lainnya. Birokrasi dalam

lembaga negara yang masih kuat ini menyebabkan jauhnya hubungan antara pimpinan dan para anggota DPR sehingga humas belum dapat berkomunikasi dengan anggota DPR.

- Media di Indonesia memiliki kepentingan-kepentingan tertentu dan kurangnya hubungan baik humas dengan media atau *media relations* yang masih rendah.

6.2 Rekomendasi

6.2.1 Rekomendasi Akademis

Penelitian ini menyarankan agar dapat muncul konsep humas lembaga negara, khususnya lembaga legislatif. Hal ini dikarenakan konsep humas secara umum dan konsep humas pemerintahan yang ada selama ini belum dapat sepenuhnya diterapkan pada lembaga negara khususnya DPR. Konsep humas lembaga negara nantinya bisa tidak seketat humas pemerintah namun juga tidak seluas konsep humas secara umum.

6.2.2 Rekomendasi Praktis

Peneliti menyarankan agar harus ada komunikasi antara anggota dewan dengan lembaga DPR dalam hal ini humas, sehingga dapat menciptakan pesan yang akan disampaikan ke publik. Selain itu, komunikasi ini penting dilakukan agar humas dapat secara maksimal dapat mempublikasikan kinerja anggota dewan dan memberikan pemahaman kepada publik mengenai hasil keputusan lembaga sehingga meminimalisir pemberitaan negatif yang ada di media. Rekomendasi selanjutnya adalah dengan memodifikasi struktur organisasi DPR dimana humas dapat menempati posisi yang lebih strategis dan dapat bersifat politis agar humas dapat berkomunikasi langsung dengan anggota DPR.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardiyanto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations : Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Baskin, O., Aronoff, C., & Lattimore, D. 2007. *Public Relations : The Profession and The Practice, 4th Edition*. New York : Mc Graw Hill
- Creswell, John W. 2010. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G.M., 2006. *Effective Public Relations, 9th Edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Dalton, J., & Croft, S. (2003). *Specially Commissioned Report : Managing Corporate Reputation*. London : Thorogood Professional Insight
- Daymon, Christine., & Immy Holloway. 2002. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. New York: Routledge
- Dowling, Grahame R. 1994. *Corporate Reputation*. London : Kogan Page Limited
- Dowling, Grahame. 2002. *Creating Corporate Reputation : Identity, Image and Performance*. London: Oxford University Press
- Effendy, O. U. (1999). *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Fink, Steven. 1986. *Crisis Management*. New York: Amacom :1986
- Fombrun, Charles J. 1996. *Reputation, Realising Value From The Corporate Image*. Boston : Harvard Business School Press
- Griffith, Andrew. 2008. *New Strategies for Reputation Management : Gaining Control of Issues, Crises and Corporate Social Responsibility*. London: Kogan Page Limited

- Grunic, J., Gruni.L., & Doizer, D. 1995. *Managers guide to excellence in PR and Communication Management*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates
- Holtz, Shel. 2002. *Public Relations on The Net 2 Second Edition*. New York : Amacom
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kasali, Rhenald. 2003. *Management Public Relations*. Jakarta : Grafiti
- Kusumastuti, Frida. 2001. *Dasar-Dasar Humas*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Moelong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedi. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Neuman, W. Lawrence. 2006. *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches 6th edition*. Boston : Allyn and Bacon
- Newsom, D., Turk, J.D., & Kruckerg, D. 2004. *This is PR, The Realities of Public Relations*. Canada : Thomson Learning, Inc.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Poerwandari, Kristi E. 2007, *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Prilaku Manusia*. Jakarta : Universitas Indonesia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosadi. 2010. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Seitel, Fraser. 2004. *The Practice of Public Relations Ninth edition*. New Jersey : Pearson Education. Inc.
- Setyodarmojdo, Soenarko. 2003. *Public Relations : Pengertian, Fungsi dan Perannya*. Surabaya : Papyrus Surabaya

Smith, Ronald D. *Strategic Planning for Public Relations*. 2002. London : Lawrence Erlbaum Associates

Wilcox, D.L., Cameron G.T. 2006. *Public Relations : Strategies and Tactics 8th Edition*. United State of America : Person Education, Inc

Yulianita, Neni. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Pusat Penerbitan Universitas Islam Bandung

Jurnal

Goldstein, K., Doorley, John., & Turner, P. (2011). Corporate Reputation Management in the U.S. Pharmaceuticxal Industry. *Journal in Institute for Public Relations*

Dowling, G.H., Robert, P.W. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 23, 1077-1093

Weiwei, Tang. (2007). Impact of Corporate Image and Corporate Reputation On Customer Loyalty : A Review. *Management Science and Engineering Vol. 1 No.2 Desember 2007*

Louisot, Jean. (2004). Managing Intangible Asset Risk : Reputation and Strategic Redeployment Planning. *Risk Management : An International Journal 2004*, 6(3), 35-50

Situs

<http://bataviase.co.id>

<http://tempointeraktif.com>

<http://republika.co.id>

<http://grafis.kompas.com>

www.dpr.go.id

<http://vivanews.com>

LAMPIRAN 1

Panduan Pertanyaan Wawancara

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA

1. Apa saja yang menjadi tugas dan fungsi humas DPR ?
2. Bagaimana cara humas DPR mengkomunikasikan kinerja para anggota DPR ?
3. Bagaimana hubungan humas dengan internal DPR, dalam hal ini pimpinan dan anggota DPR ?
4. Bagaimana hubungan humas dengan wartawan atau media ?
5. Bagaimana humas berkomunikasi atau menjaga hubungan baik dengan masyarakat diluar DPR ?
6. Bagaimana pandangan Anda mengenai reputasi DPR saat ini ?
7. Melihat berbagai hasil polling dan jajak pendapat yang dilakukan Kompas, sebagian besar menunjukkan hasil yang negatif, langkah apa saja yang telah diambil humas DPR untuk menanggulangnya ?
8. Apakah humas DPR melakukan analisis mengenai kecenderungan pemberitaan di media mengenai DPR ?
9. Apa strategi humas dalam jangka pendek dan jangka panjang ?
10. Apa yang menjadi hambatan humas dalam melakukan tugas-tugasnya ?

LAMPIRAN 2 Transkrip Wawancara Informan 1

Pertemuan pertama, wawancara dilakukan pada hari Kamis, 17 Oktober 2011, pukul 13.30 WIB berlangsung di ruangan Informan.

T : Peneliti

J : Informan

T : Selamat siang Pak, saya Tika. Judul skripsi saya itu mengenai bagaimana peran humas dalam menjaga reputasi DPR.

J : ya ya ya

T : bapak bisa menjelaskan kah sebenarnya tugas humas DPR itu dan fungsi peran humas secara umum itu apa?

J : ya kalo eeee apaaa.. eee kalo fungsi humas nanti eee secara ini ya eee apa secara ini nya yaaa resminya sii ada di tupoksi.. nanti itu ada tupoksi, nanti mungkin kita bisa minta... supaya lengkap.

T : ada peraturan secara tertulis ya..

J : ya ya namanya tupoksi,, tugas pokok dan fungsi itu ada. Tapi secara umum,, secara umum kita tu yaaa kita sebagai penghubung, humas itu sebagai penghubung antara lembaga ini eee penghubung lembaga ini,, eee ada dua kan sebenarnya, penghubung antara internal antar lembaga-lembaga di DPR ini kita tu me apa eee melakukan koordinasi melakukan hubungan antar lembaga ini untuk disampaikan kepada publik. Ya itu satu. Yang kedua sebetulnya ya dari publik, dari publik sendiri. Ya masukan-masukan dari publik itu itu juga eeee kita kumpulkan kita analisa kita kaji untuk feedback kita, feedback organisasi. Jadi eee itu humas tu.. eee dalam internal juga kita melakukan eee relasi hubungan antar unit-unit juga, selain itu juga kita eeee keluar, kita melakukan hubungan dengan stakeholder, dalam hal ini ya masyarakat, LSM.

T : itu contoh konkritnya gimana pak misalnya ?

J : contohnya misalnya seperti eee kita menyampaikan, menginformasikan kepada masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan kinerja dewan.

T : dalam bentuk apa ya pak?

J : dalam bentuk itu wujudnya bisa di kita itu ada yang namanya majalah parlementaria. Itu eee bulanan, ada bulletin parlementaria.. itu eeee mingguan, jadi satu bulan ada 4 kali. Ada kita punya juga yang namanya tivi parlemen. Ini untuk siaran langsung yang sekarang anu ya .. tivi parlemen. Terus juga eeeee (diam sejenak)... itu ya. Itu untuk disampaikan ke masyarakat. itu kan ada di unit-unit, dikumpulkan dari komisi-komisi, nah itu kita olah melalui biro humas, nah itu kita olah, kita melalui .. kita kan ada reporter, ada fotografer dan sebagainya.. wujudnya itu tadi. Terus disitu kita sampaikan ke masyarakat melalui majalah, bulletin. Seperti itu..

T : cara masyarakat mendapatkan itu ?

J : nahh itu, eee pertama untuk majalah itu sekarang sudah kita distribusikan. Itu pertama kepada, sementara ini kepada seluruh eee kementerian, seluruh universitas, seluruh kota, kabupaten dan itu kita kirim. Yang yang yang parlementaria, kita kirim. Itukan klo untuk

(Lanjutan)

- majalah. Trus kalo TV parlemen, itu sekarang juga juga streaming lewat anuu eee lewat online begitu..
- T : eeee yang website DPR ?
- J : ya ya yang itu... yang TV Parlemen. ya ya ya terutama itu yang paling yang paling eeee populer itu ya web itu, karena web itu disitu kan isinya kegiatan seluruh anggota dewan, itu disampaikan ke masyarakat.
- T : itu TV parlemen selain disini itu dipublikasikan internal dimana lagi ?
- J : ga ada. Ini kan secara internal saja, jadi memang publikasi internal di gedung ini, tapi bisa di
- T : streaming di website..
- J : ya itu , karena kalo kita mau kalo keluar itu nanti memang ada proses-proses yang harus kita tempuh, misalnya itu kan ... berarti menjadi TV publik atau apa gitu kan. Menggunakan frekuensi,, itu.. itu memang nanti ke depannya kita akan mengarah kesitu ... itu itu yang tadi internal ini ya... kalo yang dari luar ya kita eee terima... misalnya.. klo di kita itu hampir tiap hari ada yang namanya delegasi. Delegasi masyarakat yang menyampaikan kesini ya...
- T : jadi masyarakat datang kesini gitu pak?
- J : ya, jadi itu ada yang namanya delegasi yang ingin mengetahui tentang DPR katakanlah. Itu wujudnya bisa seperti mahasiswa ini, itu bentuknya bisa yang namanya operation room, itu hampir tiap hari seminggu tu bisa tiga empat kali itu nerima dari mulai SD, murid TK, SD, SMP, Mahasiswa, masyarakat itu bisa sampe seratus, seratus lima puluh.
- T : itu dalam bentuk kunjungan gt ya pak?
- J : ya itu kunjungan gitu, trus nanti kita sampaikan mengenai DPR. Disamping itu juga ada sebetulnya yang kesini menyampaikan aspirasi.. klo yang kesini itu tadi kan mencari informasi mengenai DPR. Ini yang menyampaikan dalam bentuk mungkin pengaduan, pengunjung rasa dan sebagainya, itu kita salurkan, kita apa salurkan pada komisi sesuai dengan yang diminta gitu. Jadi itu lah salah satu fungsi humas disini, di internal tadi kita mengelola informasi dan disampaikan keluar dan disamping itu kita juga menerima orang masuk kesini untuk kita salurkan, kita anu sesuai permintaan yang delegasi itu.
- T : jadi kalo misalnya ada demo, trus humas sebagai perantara dari pendemo itu ke komisi mana yang diinginkan.
- J : ya betul, jadi kita arahkan... mau ke komisi mana, kita pertemukan sampai itu selesai. Eeee walaupun kadangkala memang sering muncul masalah disitu. Karena kadang kala maunya datang dalam jumlah yang besar, padahal disinikan ada aturannya, misalnya delegasi itu maksimal 50. Ada juga yang maksa dan kadangkala ada juga yang dengan cara yang gak ini gak sesuai dengan tata tertib disini dan sebagainya. Itu masalah-masalah yang terkait dengan itu tadi penyaluran delegasi, karena biasanya yang pengaduan, itu biasanya orang yang datang kesini sudah dalam kondisi panas, dalam artian sudah masalahnya sudah banyak ya masalah diluar yang mungkin tidak bisa diselesaikan dia mau menyelesaikan secara politis. Itulah eee tantangannya humas ya karena menerima orang yang sudah dalam kondisi bermasalah. Gitu. Dan.. dan itu ya itu tantangannya bagi temen-temen disini. Ini sudah yaaa sehari-hari itu.

- T : ada gak pa upaya humas.. eeemm ibaratnya kan ini orang dateng sudah dalam kondisi panas, ada gak pak upaya humas program yang preventif supaya orang tu gak panas duluan, supaya orang tu penerimaan terhadap apa yang ada di DPR tu gak sampe salah arti.
- J : ya.. kita see seeee... sepanjang yang kita bisa lakukan, ya kita akukan untuk ee mee.. anu meee mengkondisikan supaya supaya masyarakat yang dalam kondisi panas tadi anu yaa.. adem ya.. misalnya kita terima dengan cara yang baik, kita juga ada untuk itu di personal humas tu juga ada diklat-diklat gimana penanganan eee konflik, bagaimana penanganan delegasi bagaimana eee eee publik, khususnya di depan publik. Itu salah satu untuk eee meningkatkan SDM kita dan yang menerima-menerima tamu itu. Juga mungkin eee kya ruangan, kita bikin yang agak ini.. kita layani dengan baik, itu salah satu upaya kita supaya Dan yang penting sebetulnya meyakinkan kepada anggota pada komisi untuk bisa menerima. Karena kadangkala juga eeee merasa bahwa .. kaya contohnya eee ada kelompok mahasiswa yang usulnya kemarin tu ada mau membubarkan badan anggaran. Tapi dia mau ketemu dengan bangganya, padahal aspirasinya dia tu membubarkan. Nah itu kan susah kita. Eeeee yang anggota juga bisa paham kalo dia gak mau nerima kan wong anunya aspirasinya itu, yaudah eee kya kya gitu yang kita harus bisa mee satu sisi kita memberi pengertian kepada eee kepada apa delegasi itu, satu sisi kita juga meyakinkan kepada anggota untuk mohon ini supaya bisa diterima aspirasinya walaupun sekedar menyampaikan aspirasi. Itu anunya kita.
- T : kalo misalnya hubungan dengan media sendiri gimana pak? Karena kan biasanya publik itu penerimaannya itu dibentuk oleh media.
- J : ya ya ya
- T : nah, hubungan humas sendiri dengan media atau media relationnya itu gimana pak ?
- J : ya kalo humas, kita coba.. karena kita juga pahami, kita mengerti bahwa bener bahwa media itu kita anggap sebagai mitra jadi sebagai mitra sebagai sesuatu yang tidak bisa dihindari. Media itu ada disini makanya ya kita anggap sebagai mitra, karena dia juga berperan agar menyampaikan berita-berita yang ada. Makanya disini ada press room, ni ada yang namanya press room. Ini ada koordinatoriat wartawan DPR. Itu disitu ada sekitar 132 wartawan yang mempunyai ID yang memang sehari-hari meliput disini. Nah itu kita melakukan koordinasi, melakukan eeee hubungan relasi dengan dia dan juga memfasilitasi misalnya ruang, ruang press room nya kita bikin fasilitas, ada apa eee apa eee ada komputer, trus untuk press room nya kita bikin yang bagus. Ini juga mau kita renovasi. Nah salah satu bentuknya itu, dan juga kita agendakan acara secara rutin di DPR ini ada yang namanya dialektika demokrasi. Itu tiap hari kamis eee tiap hari kamis ya ya kamis, itu me anu meee membahas isu-isu yang aktual dan juga ada forum jumat istilahnya. Tiap hari jumat tu ada untuk eee apa ee ya semacam konsolitas lha dari pimpinan DPR dari pimpinan komisi itu dan mengundang wartawan dan mengundang narasumber gitu. Jadi kita dengan wartawan ya kita lakukan itu. Kerjasamanya itu hubungan-hubungannya seperti itu.

(Lanjutan)

- T : tapi kan itu.. oke lah wartawan meliput ya pak. Setelah itu adakah proses lain. Misalnya eee meminta secara halus ya.. meminta ditayangkan agar yang rutin disini masyarakat bisa tau. Mungkin pemberitaan selama ini mengenai DPR kan cuma sekilas, dan bahkan lebih banyak yang negatifnya daripada positifnya gitu kan. Ada kah upaya humas untuk menyeimbangkan yang negative itu ke positif?
- J : ya ya ya .., ya itu sebetulnya kalo usaha kita eeeee saya tambai yang tadi tu ada juga kegiatan kita yang namanya gathering. Gathering itu se see see setaun itu bisa 2-3 kali..
- T : itu khusus wartawan?
- J : ya itu khusus wartawan yang meliput disini. Nah itu disampaikan mengenai supaya mempunyai pemahaman yang sama lha mengenai DPR tentang tata tertib DPR atau sebagainya.. lha disamping itu.. untuk berita itu memang ada sebetulnya mekanisme yang ada namanya blocking rubric yang yang yang ada ya. Itu sebetulnya tujuan kita untuk untuk memberikan eeee berita yang agak berimbang gitu.. karena kan...
- T : itu dimana ya bapak ?
- J : blocking rubric tu ada di setiap media tu biasanya kan punya kan anu.. eee jadi untuk berita seperti ini supaya eee dimuat dari perspektif DPR. Itu ada di media ... situ pernah ke media ga? Di media ka nada yang namanya blocking rubrik. Kalo.. biasanya advertorial gitu. Kya kya gitu...
- T : ooo, pak maaf tadi yang dialektika yang setiap kamis itu dimana?
- J : disini, di press room..
- T : oooo, tapi belum tentu tayang... kaya..
- J : ya konferensi press untuk wartawan media cetak maupun elektronik. Itu rutin udah. Jadi seminggu itu 2 kali, diluar itu nanti kalo ada masalah-masalah penting kaya kemarin masalah Freeport yang anu Papua itu ya kita adakan konferensi press dari komisi Sembilan.. kita undang wartawan disini, kita undang dari komisi gitu.. untuk menyampaikan informasi itu.
- T : pak, humas pernah gak sii meneliti atau menganalisis eeee publikasi-publikasi media yang ada sekarang gitu ?
- J : oohh enggak.
- T : kya kecenderungannya seperti apa..
- J : oohh enggak. Kalo penelitian secara khusus gitu enggak, tapi kita pernah ada kerja sama dengan konsultan.. itu sebetulnya ya meneliti tentang isi berita, content analysis, mengenai berita media-mediitentang DPR.. itu emang ada, nantikan disitu ada ada tulisannya.. ada hasilnya, hasil risetnya mungkin pemberitaan tentang DPR yang netral berapa...ada juga yang negative ... ada yang positif,, tapi itu pernah kita .. kita pernah kerjasama
- T : tapi tidak rutin gitu ya pak?
- J : enggak, kita kerja sama dengan anu.. konsultan ..
- T : eemmmm .. kalo pandangan humas sendiri mengenai citra dan reputasi DPR itu bagaimana ?
- J : ya kalo.. humas sebetulnya eee kalo dari sisi kita apa yang selama ini mungkin ada di ... media massa tu tidak selamanya sebetulnya tidak selamanya bener gitu. Belum tentu gitu dalam menggambarkan. Karena kita juga paham sebetulnya ... ka nada keterbatasan kan kalo media itu.. itu masalah kolomnya, waktunya, dan sebagainya. Sehingga mungkin

menggambarkannya tentang eee apa itu tentang DPR itu kadang kala gak runtut dan juga kadang kala disitu kan juga... kalo dimedia ka nada yang namanya framing ada namanya segala macam itu.. aaaa sebetulnya.. DPR itu sendiri sudah melakukan tugas dan fungsi itu, 3 fungsi itu ya sudah sudah optimal sebetulnya. Sudah luar biasa, lha masalah penilaian masyarakat ya kita kembalikan kepada masyarakat. makanya salah satu tugas dari biro humas sebetulnya itu ...

T : apa yang tidak tersampaikan ke media...

J : yang secara utuh itu, dan eee kita juga makanya kan medianya juga macem-macem. Dengan media, relasi dengan media kita lakukan dengan baik. Kita selalu maintain dengan media. Selain itu juga kita itu tadi yang misalnya tiap hari hampir tiap hari dateng dari masyarakat, anak-anak sekolah itu kita masukkan disitu. Itulah sebetulnya peluang kita untuk memberikan informasi yang utuh, yang utuh mengenai DPR, mengenai kelembagaan agar.. sebetulnya kita tidak papa terhadap kritik atau saran atau perbaikan tapi jangan sampe ini me meruntuhkan kelembagaan karena apapun juga pilihan kita sebagai anu kan parlemen ini kan salah satu eee eeee struktur di demokrasi, jadi kalo kritik boleh untuk perbaikan, tapi jangan sampe ini nanti bisa meruntuhkan.. gitu lho .. kalo kritiknya itu sebetulnya dalam konteks membangun. Itu yang yang eee kita memberikan pemahaman, memberikan pengertian, menyampaikan informasi untuk keseimbangan itu berita itu..

T : eeemm kalo kaya newsrelease gitu ke media rutin itu bagaimana pak?

J : ya itu ada, jadi kita sebetulnya kan ada di... kalo dulukan namanya press release ada dalam bentuknya kan ya selebar gitu, nah sekarang ini kita lebih efektif kita gunakan sebetulnya selain press release kalo ada konferensi press ya. Kalo konferensi press tu kita bikin sebetulnya di web itu, di anu ni kan ada, di internet ini ka nada ya... itu eee itu di ininya banyak kita pake anu eeee berita-berita press masuk di internet itu...

T : jadi publik bisa langsung liat...?

J : ya bisa. Dan tiu juga banyak menjadi acuan bagi media juga, ambil disitu. Jadi sudah peran press release yang dulu itu hardcopy itu sudah banyak bergeser...

T : Pak, ini aku bawa dari media-media.. ini seperti jajak pendapat mengenai citra dan reputasi DPR. Ini kok kayanya kecenderungannya banyak negative ya pak. Ini humas sudah seperti apa untuk menanggulangnya...

J : ini koran apa ?

T : ini dari kompas semua pak, ini tahun 2010 dan ini 2011. Nah humas sudah seperti apa ya untuk menanggulangi ini ? karena humas kan sebagai garda terdepan...

J : ya betul. ya kita lakukan berbagai upaya untuk peningkatan kinerja ini, kinerja DPR ini terutama yaaaa... dari sisi internal, kita eee meningkatkan kualitas dari personal-personal kita, SDM kita, jadi kita ada reporter, ada ini .. ada yang kehumasan tadi, kita selalu update, selalu usaha untuk meningkatkan. Trus yang kedua, kita juga dari sisi dari sisii eee ada dari sisi penganggaran juga. Penganggaran kalo dulu untuukkk cover media.. untuk kita blocking di TV itu kurang ya kita tambah juga. Untuk

(Lanjutan)

slot slot untuk DPR juga. Kaya public corner di itu... nah itu tu kita kita tambah juga. Selain itu sebetulnya juga ada rencana .. eee untuk kita anu konsultan.. konsultan.

T : konsultan PR gitu ya pak?

J : ya konsultan PR gitu. Itu yang mungkin 2012 mudah-mudahan bisa di ini.. sehingga ada memang secara profesional yang meng-advise kita, meng-guidance kita... gitu.

T : itu rencana ke depannya ya pak?

J : ya itu 2012. Kalo dulu itu ada ya sebatas itu aja yang saya sampaikan tadi konsultan mengenai media itu .. untuk mengatur.. apa.. ee content analysis mengenai pemberitaan, ini kurang ini ini ini,... yang tahun-tahun kemarin seperti itu. Nah itu kita lakukan. Selain juga itu tadi eee upaya kita itu tadi kita distribusikan parlementaria kalo isinya kontennya udah bagus, ini kita distribusikan ke coverage nya semakin luas.

T : diparlementari tadi itu juga berusaha mempublikasikan mengenai undang-undang baru.. isinya ini., trus rencana kedepan seperti prolegnas ini.. apakah ini termasuk ada di parlementaria tersebut?

J : ya iya. Ya disitu tu kegiatan-kegiatan yang dilakukan DPR. Tiga fungsi ada disitu, bukan hanya undang-undang saja. Fungsi-fungsi pengawasan disitu ada diberitakan dan juga fungsi budgeting, itu termasuk kegiatan diluar gedung dan itu sebagainya juga ee ada di situ.. udah dapet majalahnya belum?

T : belum pak.

J : itu tu ada itu ...

T : kalo masyarakat mau dapet itu majalaj itu berarti dateng ke kementrian-kementrian.. dateng sendiri..

J : lho masyarakat ini kan bisa lewat web. Bisa.. kalo misalnya ada yang dateng ya kita ada ya kita kasih. Kalo misalnya tamu-tamu yang dateng kesini kita kasih yang masyarakat itu kita kasih, liflet liflet, majalahnya itu, tapi yang banyak itu liflet-liflet itu.

T : Kalo profil anggota DPR yang sekarang apakah dipublikasikan?

J : Ada, semuanya udah diiii. Kalo browsing di internet ada semua. Itu mulai sekarang kita andelannya di di di.... Mohon maaf ini karena waktunya udah ini ya.... Nanti mungkin bisa disambung ya... bsk dengan pak ratno, janji aja...

T : iya baik pak. Terima Kasih.

Wawancara kedua dilakukan pada Kamis, 3 November 2011 pukul 13.30WIB, di Ruang Informan.

T : kalo kemarin itu kan masih banyak mengenai media relations, kalo sekarang saya ingin bertanya berdasarkan pedoman umum nya... pedoman umum kehumasan dan bagaimana penerapannya

J : he ehh.. iyaa..

T : kan disini strategi pengelolaan humasnya mengumpulkan data dari seluruh alat kelengkapan termasuk memanfaatkan riset kehumasan. Itu bagaimana ya pak riset kehumasannya?

- J : ya... ya jadi itu kalo yang apa bahan-bahan itu kita kumpulkan dari AKD, tentunya itu bahan yang sifatnya informative, bahan yang masih mentah.. dari komisi-komisi.. itu kan kita ada sebuah komisi, itu kita kumpulin missal kegiatan-kegiatan apa aja yang ada di DPR.
- T : itu AKD itu...
- J : alat kelengkapan dewan. Kan disini itu ada komisi satu sampai sebelas, ada juga yang namanya BURT .. itu kan di anu ka nada kan di renstra DPR itu ka nada..
- T : iya iya
- J : itu dikumpulkan segala macam aktifitas, kegiatan dia karena dia itu kan biasanya dia rapat itukan mesti ada outputnya kan mesti berupa ini.. laporan singkat atau kesimpulan rapat. Atau risalah gitu ya.. nah itu kita kumpulkan sebagai bahan untuk kita olah menjadi eee data menjadi informasi yang berguna untuk tentunya untuk DPR. Nah tadi kaitannya dengan apa tadi..
- T : riset kehumasan..
- J : riset kehumasan, itu eeeee memang kita dulu juga ada eeee tapi sekarang belum dilanjut yaaa.. kita ee kerja sama dengan konsultan. Jadi konsultan itu bersama-sama dengan kita sii itu melakukan riset mengenai konten berita, content analysis berita. Berita tentang DPR dimana itu eee dimonitor tiap berita pemberitaan tiap hari ada berapa media waktu itu.. 15 apa berapa media.. terus disitu nanti di nilai pemberitaannya itu, nah nanti biasanya kita bedakan menjadi 3 ada penilaiannya negative, netral, dan positif. Lha dari situ nanti.. eeee kita sajikan dalam bentuk diagram, dalam bentuk data angka... kuantitatif nantikan keliatan dalam sekian anu itu eee berita apa sii yang negative berapa persen trus ini yang negative tentang apa.. terus dari situ nanti akan kita olah dengan masukan-masukan dari komisi tadi kita kombain untuk menjadi bahan, nah itu nanti kita jadikan dalam bentuk.. mungkin nanti di pemberitaan, atau mungkin nanti kita sampaikan pada pimpinan, AKD, atau pimpinan dewan untuk me me mengkontrol atau memberi masukan atau bisa juga melalui blocking rubric. Itu ada kan blocking rubric. Itu kan kalo di media itu ada blocking time. Itu kita isi dari perspektif dari kita, supaya paling tidak beritanya itu berimbang, karena kan media kan biasanya suka-suka walaupun itu prinsip jurnalisme, tapi kan belum tentu diterapkan kan cover both side itu. Lha itu kita mencoba untuk memasukkan dari sisi-sisi kepentingan lembaga, kepentingan DPR supaya beritanya tu lebih berimbang, itu berarti mencerdaskan juga mendidik masyarakat juga.
- T : yang konsultan itu udah selesai ya pak... terus nanti baru rencana 2012
- J : sudah, dan ini rencana... dan sekarang ini dilakukan oleh temen-temen di anuu oleh kita gitu, kita lakukan. Eeee riset-riset kecil lha ga terlalu.... Lha nanti berikutnya untuk 2012 kita programkan untuk kita hayer, akan kita kontrak konsultan mungkin yang lebih skup nya yang lebih besar ya untuk bisa handle eee masalah kehumasan ini terutama untuk quote unquote pencitraan DPR ini. walaupun tetap basic utamanya tetep personil yang ada disini. Tapi ini karena terus terang kan keahlian eee keahlian mengenai kehumasan, PR kan sangat.. aspeknya kan banyak dan ini perlu ada yang anunya lah ahlinya lah paling mengguidence kitalah eee apa

(Lanjutan)

menjadi teman berdiskusi tukar pengalaman, tukar pandangan gitu untuk merumuskan langkah-langkah kehumasan yang lebih barangkali lebih progresif gitu ya gak hanya defend aja, kita bisa ini.. ya mungkin itu jangkanya bisa jangka taunan .. bisa ini bisa ini.. sehingga kita gak reaktif kita bisaantisipasi kira-kira kita eee pemberitaan-pemberitaan apa yang nanti kita akan muncul.. lha nanti itu kan bisa didiskusikan dengan dari konsultan itu karena dia mempunyai pengetahuan, mempunyai perangkat, mempunyai pengalaman dan dia memang khusus mengeee spesialisasinya kan di bidang itu kan, makanya pengetahuan-pengetahuannya dia itu kan akan mantapkan untuk kepentingan lembaga kita.

T : lha ini ada program-program kehumasan jangka pendek, menengah, panjang. Yang sudah dilakukan dan akan dilakukan ini apa aja pak?

J : ya itu kalo jangka menengahnya, kalo yang jangka pendek ya sekarang ini kita lakukan.. ada macam-macam ya kalo kehumasan itu dari sisi melalui anuu media dan non media kan.. yang tidak melalui media, itu ya itu penerimaan-penerimaan tamu disini, itu kita kita layani menerima delegasi dari masyarakat bermacam-macam strata dari TK, SD, SMP, perguruan tinggi itu kita layani.. terus penyaluran delegasi itu kan bagian dari .. sebetulnya untuk image kita kan bahwa kita melayani tamu yang datang kesini. Itu khususnya.. dan juga untuk melalui media ya itu tadi, saya sampaikan tadi kita akan eeee apa kita akan kumpulkan bahan-bahan yang dari AKD nanti kita oleh terus kita terbitkan melalui bulletin maupun majalah parlementaria dan diharapkan eee di web juga.. di web juga nanti menjadi acuan. Menjadi acuan berita oleh media media lain. Itu. Mungkin itu jangka menengah dan jangka panjang ya termasuk kita juga mmebentuk tim kehumasan. Dimana tim kehumasan itu unsurnya dari.. ya dari DPR mungkin nanti juga ada yang dari pakar dan sebagainya, dari kita... itu mungkin jangka menengah..

T : nah setiap kegiatan yang humas lakukan itu dilakuakan evaluasi kan pak?

J : ya tentunya..

T : itu evaluasinya dalam bentuk apa?

J : evaluasinya sebetulnya eee sebetulnya setiap program-program setiap event itu mesti ada perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Itu biasanya pada akhir kegiatan selalu kita lakukan evaluasi dimana kita eeee mereview kegiatan-kegiatan yang sudah berlangsung tu apa kurang-kurangnya apa, kelemahan-kelemahannya itu apa. Itu yang kita lakukan setiap kegiatan mesti di akhir kegiatan itu ada dan mestinya biasanya juga ada bukunya sehingga itu jadi pedoman jadi eee apa alat untuk kita menentukan yang berikutnya. Karena kita selalu berharap bahwa kegiatan itu selalu ada peningkatannya.. peningkatannya. Makanya itu sangat penting tahapan yang namanya tahapan evaluasi itu.

T : pak kalo misalnya akses biro humas sendiri kepada anggota dan pimpinan DPR itu seperti apa? Sulit kah atau langsung atau harus melalui sekjen dulu..

J : ohhh enggak, kalo di kalo diiii disini apalagi kalo dari DPR butuh kita gitu itu biasanya enggak enggak juga. Langsung. Langsung langsung ke kita minta bahan apa eee di arrange apa gitu. Dan tapi biasanya memang anggota yang banyak bukan pribadi ya,, ya sering kelembagaan AKD tadi

kalo misalnya minta konferensi press atau minta bahan itu Cuma bikin surat aja.. itu minta bahan dia biasanya bikin surat bikin surat lewat langsung dari sekretariatnya, sekretariatnya di komisi, itu disampaikan ke bagian pemberitaan atau bagian humas. Atau langsung ke kita untuk kita untuk bisa di ini...

T : kalo dari biro ke pimpinan ? melalui surat juga?

J : enggak, kalo biro ke pimpinan ... enggak justru eee kalo biro ke pimpinan paling kita eee kalo misalnya ada sesuatu yang kita laporkan.. langsung aja kita telp sekretarisnya untuk kita agendakan.. bisa diagendakan dan kita bisa laporkan mengenai apapun mengenai masalah terutama terkait dengan kehumasan. Dan juga biasanya kan rapat-rapat ini sering rapat-rapat pimpinan itu sering tiap minggu ada biasanya kita selalu hadir.. rapat-rapat pimpinan rapat-rapat koordinasi. Itu yang secara terjadwal, hampir tiap minggu tu ada.

T : pak menurut bapak, posisi di biro ini cukup strategis gas ii pak? Menurut bapak untuk bisa berhubungan dengan semua pihak yang ada di DPR ini.

J : oiya, kalo kalo kalo dari sisi itu memang kita ini biro humas ini kan sebagai apa ya penghubung lha atau jendela lha dari lembaga ini ya.. pada satu sisi kita menerima yaaa masukan dari luar kita olah kita distribusikan ke dalam dan itu sebaliknya dari dalam kita oleh juga kita distribusikan kita sampaikan ke publik, begitu juga antar unit di internal kita yang terkait dengan informasi terkait apa ya kita mempunyai kewajiban untuk menyampaikan pada mereka makanya saya kira punya peran lha punya posisi yang strategis terutama terkait dengan masalah yaaa diskriminasi informasi dan sebagainya. Informasi kan sekarang sangat penting dan eeee mempengaruhi arus kelancaran informasi kan sangat berpengaruh pada kinerja suatu organisasi. Nah biro sebagai salah satu unit yang mengelola itu posisinya sangat penting.

T : kalo renstra itu garis besarnya apa pak untuk ke depan ?

J : renstra itu kan sebetulnya rencana strategis. Rencana strategis itu kan biasanya yaaa jangka panjang yaa kalo disini tu lima tahunan, jadi kalo renstra tu apa sii yang mau kita wujudkan dan apa yang mau kita raih dari lembaga ini. itu di DPR juga sudah punya renstra makanya sekretaris jenderal sebagai supporting sistem, kita juga harus mempunyai .. makanya seksen sudah.. sudah punya kan dokumennya.. makanya ini kita mau bahas itu .. jadi nanti deputi, ada empat deputi lagi nyusun dan nanti diharapkan biro-biro juga mempunyai renstra itu karena nanti disitu ada visi misi ada program kerja dan program-program yang mau dicapai. Itu sedang kita susun.

T : ini kan dalam pedoman bahwa humas melakukan tindakan preventif, trus preventif tu yang seperti apa trus yang responsive itu yang seperti apa.. dan kreatifnya itu yang seperti apa..

J : itu sebetulnya yang pertama itu preventif ya...

T : iya.

J : ya preventif itu sebetulnya kita eee bisaantisipasi misalnya pemberitaan-pemberitaan yang nanti akan merugikan citra tentang DPR itu dari awal sudah kitaantisipasi. Contohnya, sekarang ka nada program DPR itu akan membentuk yang namanya menginisiasi program yang namanya rumah

(Lanjutan)

aspirasi. Rumah aspirasi itu dimaksudkan sebetulnya secara filosofinya untuk mendekatkan antara anggota DPR sebagai wakil rakyat dengan rakyatnya, makanya di daerah-daerah itu ada namanya rumah aspires. Itu nanti semua keluhan semua masalah semua complain mengenai apa yang terjadi di konstituennya itu bisa ditampung disitu. Ya nanti diolah disitu ke anggota nanti tinggal menyuarakan disini tu udah matang. Itu kalo dari filosofis kan eee dari sisi idela kan bagus. Tapi kan sering kali itu nanti kalau eee dibaca dengan prespektif lain dari sisi penganggaran itu pasti diperlukan .. ada rumah walaupun rumahnya dalam bentuk apapun kan perlu anggaran perlu ada juga yang ngelola. Lha nanti dari sisi pembiayaan itu pasti ada yang akan yang apa, ada yang mengkritisi ada yang mengecam dan sebagainya. Lha untukantisipasi itu ya kita bisa siapkan sebelumnya ada ada pemberitaan-pemberitaan yang untuk eee memberikan informasi yang benar mengenai satu hal itu. Kaya gitu yang maksudnya yang prefentif ya...

T : kalo yang responsive pak?

J : kalo yang responsive ya sebetulnya bahasa halus dari reaktif.. sebetulnya respinsiv itu apa yang ada ya segera.. segera di anu, segera kita tangani segera kita lakukan penyempurnaan. Misalnya dengan mekanisme hak jawab dan sebagainya. Di anu ya dalam konteks media, kaya kemarin mengenai contohnya mengenai berita media Indonesia mengenai eeee pembangunan gedung baru .. kan gak jadi .. karena DPR sudah sepakat bahwa uang yang sudah ada di anggaran 2011 karena tidak jadi dibangun maka dikembalikan ke negara.. lha itu di pemberitaan disitu munculnya bahwa uang yang dikembalikan ke negara iut katakanlah 800 waktu itu sekitar 800. Itu kan gak gak gak semuanya dikembalikan, karena kan sudah dipakai untuk manajemen perencanaan, waktu itu kan prosesnya mau dibangun ka nada perencanaan ada manajemen konsultan, sehingga keluar angka 800 itu kan melalui proses tu 800 M. lha itu angkanya yang dipake itu Cuma 4, M.. 4,1 M. Tapi muncul di media waktu itu 188.. udah uang itu hangus, uang itu dipake dengan cara yang gak benar .. lha itu kita cepet, kita responsive.. kita langsung panggil medianya, kita kasih penjelasan kita kasih kronologisnya yaaa alhamdulillah walaupun gak anu.. eee dii dii apa dimuat juga.. dimuat juga eee berita itu .. pake hak jawab atau klarifikasi yaa itu sebetulnya bentuk dari yang anunya responsive tadi.. ini kemrinkan ada.. contoh nya ini (menunjukkan hasil kliping koran)... ini ya.. ini kan ..

T : ini kliping ya pak..

J : ya kliping dari berita kemarin, yang terkait dengan itu ya.. kaya ini ya ini kan saya juga langsung anu kan (menunjukkan klipiing koran).

T : ini kan langsung dipanggil media nya..

J : iya.. ini ka nada.. langsung diklarifikasi ada juga kemarin mengenia pemasangan foto ni juga nii... lha itu kan itu kan asumsu dan pendapat yang berkembang di wartawan .. bisa pendapatnya wartawan trus dicarikan konfirmasi pada orang yang belum tentu benar gt kan .. ini kan dulu ini kan (menunjukkan foto dalam gambar) ini ternyata bukan karena disini ada presiden dan wapres dicopot, tapi karena memang ini sound.. ini sound karena memang mungkin tiap ini ke anu kan sehingga ada

perubahan warna gitu. Tapi karena disini di lembaga politik, semua bisa di .. quote unquote bisa dipolitisir.. ini kan ditanyain sm sii orang PDI kemarin kan.. lho itu udah dicopot itunya.. lha akhirnya diberita .. kita luruskan..

T : itu sebelumnya gambar presiden emang ga ada ?

J : ga ada.. gitu.. lha makanya yang dinamakan responsive itu yang seperti itu gitu.

T : kalo kreatif itu yang program-program..

J : ya, klo kreatif itu gimana kita eee apa tidak selalu unusual dalam menghadapi atau yang berinteraksi dengan media.. ya kita harus mempunyai program-program yang ini.. bukan bukan bukan apa bukan yang unusual aja.. yang usual aja... kadangkala juga kita ada program-program yang sifatnya ini.. program-program kaya misalnya kita melakukan gathering.. kita tukar-menukar ini... kita adakan pameran foto. Itu sebenarnya kan bentuk-bentuk yang kita yang untuk mendekatkan relasi kan supaya eee paling enggak ada kesepahaman lha dari media dan lembaga.. karena kan kita juga tidak mempunyai pretense untuk mempengaruhi media. Karena fungsi media kan memang alat kontrol tapi ketika melakukan fungsinya itu, itu juga harus dijaga katakana mengenai kelembagaan. Jadi apapun juga DPR ini kan lembaga yang harus kita jaga kehormatannya, dijaga marwahnya tapi kalo untuk di kritik untuk penyempurnaa ya boleh-boleh saja tapi jangan sampe meruntuhkan lembaga ini sendiri. Karena ini kan simbol lembaga itu ya demokrasi ya parlemen ini. gitu..

T : Selain parlemen muda itu ada program apa lagi pak?

J : ini ka nada parlemen remaja, yang kita sudah punya. Lha ini sebetulnya kita akan kerja sama dengan eee apa parlemen pemuda. Itu dengan itu dengan .. kementerian pemuda dan olah raga. Dan ini yang istilahnya parlemen remaja jilid duanya ini malah kerja sama dengan UI. Dengan anak-anak dari fakultas.. dari FISIP. Itu nanti akan melibatkan dari mahasiswa.. dari mahasiswa seluruh.. mungkin selama.. mungkin sementara ini dari Jawa. Dari jawa nanti anunya kita kerja sama dengan UI nanti kerja sama untuk yang seleksi.. untuk yang distribusi kesempatannya yang jarring pesertanya itu dari UI. Dengan persyaratan-persyaratan yang sudah kita tetapkan. Lha nanti ketika hari H nya baru kita masuk disitu. Disitu diajarkan bagaimana ya pemahaman tentang DPR itu saya kira peserta itu akan pasti tau, karena dia kan harus bikin esay tentang DPR. DPR masa depan seperti apa istilahnya kya gitu kan. Nanti juga disitu akan diajarkan yang paling penting sebetulnya eee apa simulasi .. jadi nanti akan dibagi yang dari sisi pemerintah, dari .. seperti mau bikin undang-undang itu .. yang tiga fungsi itu, sehingga nanti itu biar mahasiswa juga paham ternyata membuat undang-undang gak gampang.. karena itu kan menampung aspirasi semua kelompok yang kadang kala dinamikanya.. dimana cari solusinya. Mungkin bikin APBN pun gak gampang. Pengawasan juga gak gampang. Itu semua melalui simulasi itu dan itu kadangkala kita ke daerah juga, disamping yang tadi saya sampaikan banyak yang datang kesini ini. ini sampe hari kemarin sampe

(Lanjutan)

17.000 , sekali dateng ka nada 300, ada 150 dari anak-anak sekolah itu. Nag itu kita sampaikan ...

T : terakhir pak, tugas bapak sehari-hari.. seperti apa pak?

J : ya sebetulnya kalo di anu kan sudah ada di tupoksi itu..

T : tapi hanya garis besarnya aja..

J : ya kalo kalo tugas sehari-hari ini kita kan ya akhirnya bisa dipilah menjadi tiga bagian tadi, bagian protokol, bagian humas dan bagian pemberitaan. Kalo bagian protokol ya kita melayani kegiatan-kegiatan pimpinan, ada tamu delegasi, ada pimpinan mau.. trrus ada menteri datang itu tugas bironya tapi saya distribusikan ke kebag, kabag nanti ditugaskan pada anu, nanti teman-temannya kalo dari sisi saya ya paling cuma mengatur aja, mengatur pekerjaan, me apa mengawasi, menerima laporan, tapi kalo hal-hal yang kaya misalnya upacara pelantikan nah saya hadir sendiri kaya misalnya paripurna atau anu presiden.. nah itu tu saya musti datang juga sebagai undangan dan pelaksana disitu. Itu kalo keprotokolan juga termasuk kalo ada tamu-tamu dari luar, duta besar, menteri datang kesini itu juga di handle oleh protokol termasuk juga kalo mau keluar negeri, ke daerah, kalo emang itu perlu kita protokol kita protokol terus kalo dari sisi kehumasan ya itu tadi nerima masyarakat yang terjadwal yang pengen tau tentang DPR dan masyarakat pendemo, itu kita salurkan kita diskusikan ke masing-masing kelengkapan, kalo pemberitaan kita handle wartawan yang disini ada sekitar 132, tiap hari yang stay disini lalu ada juga yang wartawan harian itu kita atur kalo ada konferensi per situ kita .. paling enggak kita sampaikan kegiatan DPR per hari, day to day activity itu dia tau terus nenti kalo ada keputusan untuk konferensi pers kita siapkan, kalo pimpinan butuh press release kita siapkan.

T : itu pimpinan langsung aja ya..

J : ya saya mau ini, saya mau ada konferensi pers ya kita siapkan...

T : kalo dari anggota DPR itu berdasarkan badannya, misalnya badan apa.. atau komisi berapa..

J : ya ya komisi itu bisa minta kesini untuk minta konferensi pers, kaya misalnya kemarin komisi IX masalah Freeport saya mau konferensi pers, kita langsung sampaikan ke wartawan kita siapakan tempatnya, kita siapkan eeesejala sesuatu ya..

T : kalo perorangan itu jarang ya pak..

J : perorangan jarang.. perorangan ya biasanya langsung ini aja.. tapi perorangan bisa aja, tapi perorangan biasanya dia langsung ini langsung nemuin wartawannya kan..

T : kalo misalnya perorangan ni pak, misalnya ketauan nonton video porno gitu pak.. itu kaya kemarin.. ada kan campur tangan humas untuk handle seperti itu?

J : yaa itu yaaa.. sebetulnya prinsipnya.. kalo seperti itu kita akan liat klarifikasi, kalo memang itu benar ya kita gak bisa ini, gak bisa melakukan apa-apa, tapi kalo itu memang ada ingin... yang bersangkutan misalnya.. ingin melakukan hak jawab ya tu perlu kita fasilitasi gitu.. tetp kita liat dari itu nya dari sisi.. sisi.. sisi apanya apa yang dilakukannya, case per case..

T : pak ini biro atasnya langsung sekjen ya pak?

- J : bukan deputi, deputi persidangan...
T : aku minta struktur, tapi dikasihnya gini..
J : ini kan struktur juga ini..
T : maksudnya struktur dari atas gitu, terus ke biro.. tapi dikasihnya langsung biro gitu pak
J : eeee.. ooo ini diambil pas biro nya aja, ini sebetulnya gak ini, Cuma ini aja kalo anu disini ada deputi..
T : deputi membawahi biro biro biro gitu ya pak?
J : ya kalo ini ka nada deputi perdidangan ... persidangan tu yang membawahi komisi-komisi itu ... dan KSAP. KSAP itu kerja sama antar parlemen. Ini baru sekjen..
T : kalo sekjen itu berarti disamping.. pimpinan dewan.
J : sekjen tu sebetulnya ga ada hubungannya, ga ada hubungannya dengan anu.. Cuma dia memang bertanggung jawab terhadap pimpinan.. jadi kalo mau anggota dewan itu diatasnya itu, tapi sebetulnya struktur resminya itu ga ada.. tapi kalo sebetulnya kalo dibaca dari tugas kita itu kita melayani.. melayani lembaga ini.. begitu.. udah cukup ya..
T : iya pak
J : nanti kapan-kapan dilanjut lagi.

Wawancara ketiga dilakukan pada Selasa, 15 November 2011 pukul 16.00 WIB di Ruang Informan

- T : kemarin itu kan bapak bilang... ini bertanya dari wawancara yang sebelumnya aja ya pak..
J : ya ya..
T : kan kata bapak reputasi DPR yang selama ini ada di media ini kan tidak benar,, nah yang maksud bapak yang tidak selamanya benar itu seperti apa pak?
J : ya.. apaa.. ap yang digambarkan apa yang ditulis, di media itu karena kan media sendiri kan memang ada keterbatasan ruang, keterbatasan rublik, itukan kalo sisi kelemahan dan kelebihan di media kan.. nah karena keterbatasan ruang itu, tulisan itu sehingga ya dia akan tidak bisa menggambarkan secara keseluruhan. Lhaa tidak menggambarkan secara keseluruhan itu, itu persfektifnya kan bisa.. bisa dalam tanda petik bisa merugikan. Bisa tidak menggambarkan secara sebenarnya. Gitu kan.. contohnya eee.. katakana kalo kita mengikuti persidangan atau rapat, rapat di anu di DPR itu dari pagi sampe sore gitu.. padahal ada perdebatan-perdebatan substansial yang mungkin itu bagus dari sisi pemberitaan, tapi sering-sering itu tidak dimunculkan.. yang dimunculkan itu itu justru hal-hal yang mungkin dalam tanda petik, eee bersifat kontroversial tapi sebenarnya tidak menjadi roh pembicaraan pada waktu rapat itu. Tapi karena mungkin ada nilai beritanya, itu lah yang akan muncul, terus juga ada di gambar-gambar atau foto-foto di media itu kadangkala kursi kosong, ya memang eee kadangkala juga itu ngambilnya mungkin ketika rehat atau ketika belum anu ya,,,
T : oooo

(Lanjutan)

- J : ya itu kadangkala ee disitu lah anu.. apa.. didikatakan bahwa apa yang anu... tidak semuanya bisa menggambarkan, tapi yang pertama tadi jangan dihilangkan, yang pertama karena memang karakteristik media yang terbatas itu memang mungkin aja dia mengambil angel-angel yang dari sisi berita bagus, tapi untuk kepentingan publik atau kepentingan si objek berita kurang anu...
- T : dan itu makanya bapak bilang tidak runtut dan tidak utuh..
- J : ya ya bisa..
- T : pak kalo hubungan biro sama AKD AKD itu gimana pak? Selain kita mendapat informasi dari mereka,..
- J : biro anu ya biro humas ya..
- T : iya..
- J : ya biro humas ini kan sebetulnya ditempatkan difungsikan dan diposisikan sebagai ee juru bicara.. terutama untuk ngontek ini nya ya.. sekretaris jendral. Jadi ya ee kita selalu meng-up date infomasi yang berkembang di komisi-komisi.. lha ini nanti terkait sebetulnya kalo ada konfirmasi.. konfirmasi dari berita atau surat kabar itu biasanya menanyakan ke biro humas.. lha itu biasanya kita harus ter-update. Lha itu sebetulnya bisa melalui ini, melalui website itu bisa menolong sekali. Kegiatan-kegiatan rutin itu sudah ter-cover disitu. Lhaaa ee nanti kalo misalnya ingin detail informasinya ya kita hubungi dari komisi. Itu dari sisi berita-berita yang isu current, isu current itu .. tapi kalo gak tau, termasuk PPID atau enggak, tapi kalo PPID itu sangat ini sekali.. biro humas ini sangat tergantung sekali kepada eee AKD karena informasi, data itu adanya di unit-unit AKD itu., di komisi-komisi itu. Makanya itu ada permintaan ya kita teruskan permintaan disana. Maka sangat hubungan itu sangat ini.. dan kita juga sering sampaikan kalo ada rapat-rapat koordinasi dengan ..kan kebetulan kan komisi ini berada dalam satu deputi kan.. di deputi itu ada biro persidangan, itu yang membawahi komisi-komisi dan biro humas itu satu deputi, jadi itu kita sering mengadakan kordinasi ya itu.. kalo kita dari sisi orang humas kita selalu menekankan supaya ada eee aware lha, awareness dari AKD terhadap desiminasi informasi, jadi informasi itu kalo dulu apa eee ideologinya kita sembunyikan kita anu.. kalo sekarang itu kita harus sepanjang itu menjadi informasi publik itu bisa di share, itu yang kita sering tekankan kepada AKD. Awareness kepada desiminasi informasi. Siapapun yang minta, termasuk juga mengecek untuk meng-up date di website ini, di website itu ka nada kegiatan-kegiatan banyak kan..
- T : kaya persidangan-persidangan..
- J : ya, jadi dari mulai.. apa.. data-data yang statis ya mulai dari anggota terus ada kegiatan-kegiatan acara harian itu kan ada.. disitu juga ada laporan singkat, ada kesimpulan, ada risalah, walaupun selama ini memang semuanya tu belum sepenuhnya bisa disajikan dalam waktu yang singkat gitu ya.. tapi itu selalu kita terangkan kepada AKD pada teman-teman dari komisi untuk melaksanakan itu. Gitu.
- T : eeee nah kalo hubungan personal dengan media itu melalui press gathering itu ya pak?

- J : iya. Eeee hubungan personal itu ya sebetulnya hari-hari.. hari-hari itu kita kalo di DPR itu ada yang namanya kegiatan dialektika. Itu tiap hari.. rabu atau kamis,, rabu..
- T : kamis ya pakk..
- J : eiya sorry, kamis.. terus jumat itu ada forum jumat. Itu biasanya forum untuk pimpinan atau AKD.. lha disitu kita juga ada list acaranya kan, lha disitu kita komunikasi sebetulnya secara informal, dan kita secara anu sering komunikasi dan kita juga sering rapat-rapat koordinasi, eee dengan koordinasi wartawan DPR.. nah disitu lah kita sebetulnya komunikasi itu kita jalin, lha nanti formalnya mungkin ada nanti yang namanya gathering itu. Kita biasanya ada di anu, disuatu tempat, di luar kota itu untuk lebih mendekatkan eee kepada temen-temen pers,
- T : itu biasanya diundangnnya ke kantor apa ke orang?
- J : ke orang. Itu biasanya disini ni kan sudah ada coordinator wartawan, disinikan kan yang stay, yang ada disini itu ka nada 132 wartawan, ya itu kita serahkan kepada coordinator wartawan..
- T : nanti koordinatonya yang menyebarkan..
- J : ya.. untuk yang share... pokoknya semuanya itu bisa ikut. Semua bisa ikut..
- T : eee iya iya.. pak kalo acara di TVRI itu talkshow seperti apa sii pak?
- J : di TVRI itu ada namanya cempolo, kalo situ pernah liat di TVRI itu ada cempolo setiap bulan itu ada berapa kali ya itu durasinya itu.. disitu biasanya pendekatannya melalui pendekatan budaya ya.. disitu ada eee.. apa wayangan atau fragmen apa gitu. Terus nanti dikaitkan dengan tema masalah yang kita angkat. Misalnya masalah RUU, misalnya masalah anggaran, itu saya pernah ikutin itu anggaran, itu nanti di anu.. di ada fragmennya gitu lho.. ada fragmennya atau sandiwara gitu. Dan dari situ nanti eee ada diskusi baru.. diskusi.. ada anggota, melibatkan narasumber juga.
- T : kenapa sii pak pemilihan medianya TVRI dan RRI yah?
- J : ya sebetulnya gak hanya itu aja, selain TVRI dan RRI itu kita juga gunakan eeee metro.. public corner itu kadang-kadang kita pake juga, kalo RRI sama TVRI pertimbangannya coveragenya dia luas, TVRI dan RRI itu kan seluruh Indonesia kita ada.. menjangkau seluruh masyarakat. dan juga itu kan salah satu eeee TV publik kan yang kita juga harus juga apa ee memanfaatkan atau menghidupkan lha TV publik itu. Makanya kita pilih itu. Walaupun itu tetep kita evaluasi. Pemanfaatannya kita pilih, programnya itu..
- T : dan sama-sama TV pemerintah juga ya pak..
- J : enggak, dia kan bukan TV pemerintah. Dia kan TV publik, jadi bukan pemerintah lagi. Jadi dia bukan TVRI yang dulu kan.. dia kan sekarang menjadi TV publik sitilahnya dan dia anunya kan netral, netral.. jadi itu . Tapi di TV swasta pun kita juga pake. Public corner itu kita juga pake di Metro TV itu. Cuma ya memang mahal.. ya kalo swasta tu mahal.
- T : dan relative lebih sering di TVRI dan RRI ya pak?
- J : ya ya ya.. karena terus terang aja, yang di tv-tv swasta itu kan ya memang ada yang punya dia.. ya punya dia. Programnya dia sendiri, kan yang itu ada kan.. itu kan narasumbernya banyak juga yang dari DPR.

(Lanjutan)

- Tapi kalo yang kita blocking istilahnya, blocking time itu ada di public corner.
- T : kalo biro itu suka dapet ga si pak misalnya minggu ini komisi ini kunjungan ke manaa... gitu pak. Suka dapet ga?
- J : itu kan biasanya kalo kunjungan-kunjungan kan, mesti.. mestii ini.. acara-acara di komisi itu ditayangkan. Di LCD kan ditayangkan, jadi otomatis, kita terinfokan gitu.
- T : misalnya bsk ada kunjungan kemanaaa gitu..
- J : iya, ada. Di LCD ka nada ditayangkan.
- T : TV Parlemen itu ya pak..
- J : ya, di LCD nya itu.. TV parlemen tu jadwal acara tu ada, kalo pagi biasanya. Rapat hari ini apa-apa aja, terus kunjungan kerja kemana-kemana..
- T : yang keluarin itu humas gitu pak?
- J : yang ngeluarin itu kan dari AKD-AKD, nyerahkan bagian ke pemberitaan, bagian pemberitaan nanti akan ditayangkan di TV itu.
- T : dan dimasukin ke web juga ya..
- J : iya iya.. di web maupun di yang LCD itu.
- T : iya iya.. pak eee selama bapak jadi kelapa biro ini enjoy ga sii pak?
- J : weee enjoy sekali..
- T : maksudnya ini apakah.. kan agak berbeda sedikit dengan latar belakang pendidikan bapak, apakah itu bisa diterapkan atau sejalan atau bagaimana? Atau harus ada pembelajaran lagi atau seperti apa?
- J : enggak, kalo.. ya kalo belajar ya iya. Karena kan memang eee kan baca buku, tapi kan kita orang anu ya orang sosial ya.. background ilmu sosial ya,, saya kira ya nyambung aja kita. Kalo dari si enjoynya ya senang nya, ya kita di paksa untuk belajar dan tau hal-hal yang baru dan sebagainya itu kan menarik. Jadi exciting lha, kalo saya sii kerja disini walaupun sebetulnya baru ya kalo dari sisi itunya tapi ketika juga kita di bagian-bagian lain kan juga sering berhubungan dengan wartawan kalo dikatakan humas salah satunya wartawan, tapi yang jelas kita ter-update, senengnya tu ter-update itu dengan pasal-pasal yang baru, jadi itu yang membuat kita tertantang dan eee bisa menjadi pinter kita sebetulnya, pandai di humas sebetulnya itu. Untungnya itu. Informasi kan banyak itu, banyak yang kita dapet dari internal kita dapet, dari anu kita dapet, karena fungsi, posisi dan kedudukan, informasi harus lewat kita. Jadi, itu keuntungannya..
- T : tapi kalo posisi biro secara struktur ya pak, menurut bapak sudah cukup strategis kah?
- J : oohh strategis, kalo di konteks sini ya sebetulnya eee kalo untuk DPR dalam artian ini memang kurang ya, belum ya.. karena apa.. karena memang masih ada eee ada keterbatasan kita sebagai juru bicara.. katakana eee humas atau jubir ya, karena jubir sebetulnya ada di pimpinan dewan, secara kelembagaan ya.. ya biasanya yang sifat-sifatnya politis dan sebagainya itu, itu emang porsinya pimpinan dan anggota pun mengatakan bahwa setiap anggota itu ya sebetulnya itu jubir. Hanya diskursusnya disitu ya seperti itu, sehingga orang kita memang katakanlah agak beda, dengan KPK. Kalo KPK kan memang dia pusatnya, kalo di kita kan

enggak. Di kita tu jubirnya pak ketua, speakernya. Sama wakil-wakil yang lain.

- T : ya itu kuasanya dia ya pak? Tidak ada campur tangan humas..
- J : ya itu sebetulnya, tim kehumasan itu membantu beliau-beliau itu untuk ini.. untuk menghadapi media, kasih kita feeding bahan-bahannya dan sebagainya, walaupun itu sebetulnya belum efektif ya.. eee program itu berjalan.
- T : biasanya saran-saran yang di kasih ke pimpinan itu seperti apa sii pak, selain memberikan bahan-bahan pemberitaan..
- J : ya itu, yang itu belum anu ya.. belum ... ini kan kalo masalah feeding ke pimpinan, itu tu sementara ini sebetulnya ada juga tim eeee eee.. di pimpinan itu kan masing-masing ada tenaga ahli, itu juga biasanya dia spesifik juga ke masalah eee media gitu.. terus juga ada P3DI, Pusat Pengkajian dan Pelayanan Data dan Informasi, itu juga memberi feeding-feeding ke ini.. ya itu yang nanti kita coba sebetulnya untuk kita integrasikan menurut tim kehumasan itu. Tim kehumasan juga ada, tapi belum berjalan secara efektif, dan nantinya diharapkan nantinya, itu aka nada juga yang namanya.. seperti yang kemarin saya sampaikan yang konsultan itu. Selain ada dari kita, ada juga konsultan kehumasan sehingga apa yang disampaikan ke ini nii.. ke pimpinan akan lebih ini.
- T : kalo di pemberitaan itu ka nada fotografer, reporter dan sebagainya itu, setiap ada kunjungan kerja itu dia pasti ikut ya pak?
- J : itu sebetulnya tidak menjadi kewajiban, tapi sekarang sudah kita eeee sarankan, kita minta pada secretariat komisi, untuk bisa melibatkan, melibatkan dari temen-temen kita reporte, maupun fotografer, atau wartawan.. wartawan media gitu. Prinsipnya kan pengen supaya kegiatan anggota dewan itu diketahui masyarakat, apakah itu melalui si wartawan apa reporter eee DPR apaaa.. yang pemberitaan apakah wartawan yang biasa mangkal di press room. Itu sekarang sudah hampir 70% sudah diikutin. Menyertakan wartawan.
- T : jadi wartawan ni harus tau ni jadwal-jadwalnya seperti apa..
- J : ya biasanya kalo dia minta dia ada kunjungan-kunjungan kerja dari komisi itu minta bikin surat, ke pemberitaan. Dia minta untuk bisa disertakan wartawan, biasanya dia juga langsung nyebut wartawan kompas, atau republika atau media lain, bisa juga enggak, bisa juga langsung menyebutkan minta wartawan yang parlementaria, wartawan parlementaria itu wartawan DPR itu wartawan pemberitaan. Biasanya dari sana, suratnya.. kalo dia gak nyebut orang ya berarti kita rooling lha kita rataan kalo di pemberitaan, kalo untuk media dia gak nyebut media ya kita kasih ke coordinator atau ke pengurus, nanti dia yang nentuin. Tapi biasanya yang banyak-banyak dia udah nentuin. Kompas atau apa..
- T : nanti dari pemberitaan yang menghubungi si wartawan itu..
- J : ya ya ya.. itu kan kordinator wartawan tu ibaran penghubung lha, jembatan antara 132 itu sama kita manajemennya. Gitu.
- T : jadi koordinatonya itu orang sini donk pak..
- J : bukan, wartawan.. jadi bukan pegawai dia..
- T : iya maksudnya wartawan sini atau wartawan luar?

(Lanjutan)

J : wartawan sini.. salah satu persyaratan utk bisa jadi pengurus kordinatornya itu harus sudah setauh disini, jadi wartawan tetap disini. Itu kan pengurusnya ada sekitar 5 orang. Tanya aja nanti coba, gusti lasek coba ketuanya itu..

T : kemarin aku kesana dibilangnya lagi ga ada kordinatornya..

J : atau yang lainnya, Pak Jaka Suryo.. Jaka Suryo itu sekretaris.. tanya dia aja kalo dia mau.. persfektifnya tambah luas.

T : Pak, kalo di skripsi itu kan ada untuk deskripsi informan gitu.. ada gak pak kaya CV atau apa gitu..

J : oo ada CV.. (mengambilkan CV dan wawancara berakhir)



LAMPIRAN 3
Transkrip Wawancara Informan 2

Wawancara pertama dilakukan pada Jumat, 28 Oktober 2011 pukul 10.20 WIB di Ruang Informan

T : Peneliti

R: Informan

T : Selamat Pagi Pak, pertama masih bersifat umum. Apa fungsi, peran dan tugas Humas DPR itu seperti apa?

R : Jadi tugas utama humas itu melakukan pencitraan. Eee bagaimana supaya masyarakat itu tau tentang apa yang dilakukan anggota dewan. Jadi tugas utama humas adalah mensosialisasikan eee apa apa yang sudah dilakukan DPR kepada masyarakat agar masyarakat bisa tau.

T : itu dalam bentuk apa pak? Bentuk konkrit nya seperti apa?

R : eeee ada beberapa program dalam rangka sosialisasi itu, eee terkait masalah eee publik itu kita bisa ee melakukan sosialisasi melalui media. Seperti kita blocking media, media cetak, media elektronik, maupun pemanfaatan penerbitan kita. Kita ada majalah ada bulletin, kita kerja sama sama anak-anak radio, kita juga punya web DPR dan itu secara intens kita update informasi-informasinya sehingga masyarakat mengetahui tentang apa-apa yang akan dilakukan dan apa-apa yang telah dilakukan.

T : penyebaran majalah internalnya itu seperti apa pak? Bagaimana masyarakat dapat mendapatkan majalah itu?

R : kalo yang majalah da bulletin itu kita sebarkan melalui distribusi, jadi memang ada kelompok-kelompok perguruan tinggi, eee pemerintah daerah, DPRD, LSM, itu kita kasih majalah sama bulletin. Bahkan sampe kawasan-kawasan luar negeri, itu di kedutaan-kedutaan besar, itu kita kirimin.

T : Kalo mengenai pemberitaan yang menyangkut citra itu kan biasanya dipengaruhi oleh media, kalo di Humas DPR, media itu diperlakukan seperti apa?

R : klo di kita ini, kalo di DPR punya press yang eksis itu ada sekitar 132 media. Ada sekitar 80 eeee ada 132 media yang berada standby di DPR kita terus melakukan kerja sama...

T : misalnya seperti apa?

R : kita siapkan ruangan, kita fasilitasi peralatan jurnalistik seperti wifi, kita siapkan eeee komputer, kita siapkan fax disana kita siapkan ruang press room, kita siapkan ruangan-ruangan untuk untukk apa namanya press conference, jadi kalo ada alat-alat kelengkapan DPR yang ingin melakukan apa namanya eee press conference nah bisa kita fasilitasi.

(Lanjutan)

T : kalo program-program rutin yang sehari-hari dilakukan oleh Humas DPR itu apa aja pak? Yang biasa dilakukan staf staf humas?

R : kalo... kalo... humas ini sebetulnya ada 2 bagian besar dalam membangun pencitraan, yang pertama adalah bagian pemberitaan, yang terkait masalah peng-kebijakan pengelolaan media relations, bagaimana berhubungan dengan media dan kita dibagian humas itu bertanggung jawab kepada fungsi penerangan, yang bersifat destruktif. Kalo yang di media relations kan enggak.

T : kaya yang seperti tadi itu ya? (sebelum wawancara ada tamu yang ingin datang dalam rapat paripurna dan diterima oleh humas)

R : iya, dan kita juga melakukan kunjungan ke daerah-daerah untuk melakukan sosialisasi dengan pelajar maupun mahasiswa, dan kelompok-kelompok masyarakat.

T : nah, menurut bapak sebagai kepala bagian humas, bagaimana citra dan reputasi DPR sekarang ini bagaimana ?

R : sebetulnya kalo pencitraan itu tidak hanya dibangun.. menurut saya sendiri ini memang eeee citra sekarang sangat memperhatikan sii.. apa namanya .. karena memang berbagai masalah konstilasi politik yang ada saat ini. yang kedua memang kalo kita lihat dari eeee

(ada gangguan staf meminta tanda tangan informan, wawancara terhenti sejenak)

R : mohon maaf tadi masalah pencitraan ya? Jadi memang pencitraan DPR itu sangat fluktuatif, fluktuatif dalam arti dalam pemahaman bagaimana sebetulnya media mensikapi eee kejadian-kejadian yang ada di DPR. Misalnya kasih gambaran waktu kasus, jadi waktu ada kasus sengketa masalah yang cicak buaya. Ini DPR itu situasinya naik turun. Suatu hari kita bisa dibela media, tapi suatu hari kita juga bisa di sudutkan sama media. Ini ini ini adalah dinamika politik yang ada di DPR. Kalo menurut saya memang pencitraan DPR sekarang ini memang sangat sangat sangaatt apa namanya eee mungkin sangat tinggi dan negative karena memang di lembaga politik otoritas anggota sekarang sangat luar biasa. Eee jadi kelompok-kelompok yang eeee bisa memberikan informasi tentang DPR, itu banyak. Kalo di lembaga eeee kementrian lembaga atau korporat itu hanya satu. Kita ada 560 orang yang bisa bicara. Ee ada sekitar 17 alat kelengkapan yang mereka bisa punya hak bicara secara politik. Jadi memang sangat sangat sangat .. pintu-pintu informasinya tu sangat-sangat banyak. Kalo menurut sayaa.. tapi itu memang adalah eee dinamika politik yang ada di DPR. Permasalahan yang kedua memang, kalo kita liat memang.. apa namanya.. belum lagi sekarang ada eeee DPR sekarang itu secxara politik, secara perorangan itu sangat kuat. Dengan pemilihan secara langsung, personal ke... pemilihan langsung anggota, menurut saya ini memberikan kewenangan yang sangat luar biasa kepada anggota untuk

berbicara atas nama konstituen. Nah ini lebih memberikan eee informasi yang beredar di masyarakat menjadi lebih beragam.

T : nah berartikan, ada gak si pak koordinasi antara humas dengan para anggota yang banyak itu biar ibaratnya biar satu kata...

R : gak bisa..

T : sulit ya pak..

R : gak bisa, di lembaga politik tidak bisa. Di lembaga politik itu gak bisa. Jadi pemahaman lembaga politik itu makanya ini sulitnya pencitraan DPR itu karena yang ngomong banyak. Jadi banyak, dan itu tidak mungkin disatukan. Tidak mungkin disatukan. Juru bicara DPR itu .. sebetulnya di.. di... tata tertib itu jelas bahwa yang juru bicara DPR itu pimpinan DPR. Namun secara realitasnya, gak gak demikian juga. Karena yang menjadi sumber berita ... kalo di tatib DPR, kemarin, itu nanti dipelajari tentang tugas fungsi DPR itu salah satunya adalah speaker.

T : jadi tidak melalui humas dulu ya

R : enggak. Gak ada gak ada... juru bicara ya itu pimpinan DPR.

T : jadi humas itu suka ngasih pendapat atau masukan gak sii pak? Misalnya kasih masukan.

R : iya, ngasih masukan ke pimpinan. Alat kelengkapan kita kasih itu yang penting. Kita ada yang namanya konsultan media, kita ada audit media, kita riset itu opini publik melalui eee penelitian content analysis.

T : itu penelitian mengenai content analysis itu ...

R : day per day..

T : setiap hari..

R : iya setiap hari..

T : oooohh.. nah ini pak saya ada seperti jajak pendapat mengenai DPR, nah biasanya itu hasil citra dan kinerja DPR dianggap buruk ya pak.. tanggapan bapak dimana tu pak dan langkah-langkah apa yang sudah humas lakukan..

R : tentu tentu sekarang dengan pencitraan DPR yang cenderung turun menurun kita dituntut kreatifitas. Kreatifitas eee eee mencari eeee apa namanya bagaimana membangun opini publik. Kalo menurut saya yang bisa kita lakukan adalah bagaimana kita lebih banyak memberitahukan kepada masyarakat tentang apa-apa yang dilakukan oleh DPR. Mungkin-mungkin otoritas saya otoritas penerangan kan mbak ya mungkin kalo otoritas lain ya di unit lain. Jadi mungkin nanti sampean bisa wawancara juga dengan kepala biro yang punya otoritas dua.. antara humas dan pemberitaan. Kalo kita tentu bagaimana memperluas cakupan infomasi kepada publik.

T : isu sudah dilakukan melalui ya media media tadi...

(Lanjutan)

- R : kalo itu di pemberitaan. Kalo kita lebih bagaimana kepada eee.. menyebar luaskan kepada masyarakat melalui semakin banyak masyarakat yang berkunjung. Termasuk juga kita .. kampus kampus.
- T : Nah kalo menurut bapak, bagaimana humas yang ideal untuk menjaga reputasi DPR itu seperti apa? Di lembaga yang sepele ini..
- R : kalo menurut saya harus dituntut kreatifitas yang sangat sangat tinggi untuk mencari solusi solusi eee pencitraan.
- T : apakah itu sudah dilakukan ?
- R : Iya sebetulnya itu bagaimana kita misalnya kaya melakukan eee pertemuan dengan remaja, pertemuan dengan mahasiswa.. yang kelompok kita lho utamanya, nanti kalo yang media kan punya punya lain lagi. Kita meee memberikan penjelasan kepada masyarakat yang datang ke DPR,kita tu satu bulan hampir rata-rata menerima hampir 3500-4000, karena kita sounding kepada masyarakat silahkan datang kesini, ke DPR.
- T : jadi mereka datang kesini untuk menyampaikan aspirasi, nanti humas yang menghubungkan ke komisi-komisi..
- R : ya ya ya
- T : jadi sebagai penghubung.. tapi kalo media ke bagian pemberitaan..
- R : iya iya..
- T : humas itu mempublikasikan gas ii pak mengenai undang-undang yang dihasilkan DPR, berusaha mempublikasikan kepada masyarakat agar masyarakat tidak salah tangkep terhadap hasil yang dihasilkan DPR
- R : jadi gini, tanggung jawab untuk sosialisasi undang-undang itu bukan tugas kita, itu di undang-undang 12 kalo gak salah itu, itu yang bertanggung jawab mengenai sosialisasi undang-undang itu di pemerintah karena mereka yang bertanggung jawab yang mengeksekusi. Kalo yang kita lakukan sosialisasi kepada masyarakat adalah kinerja anggota DPR. Bagaimana proses pembuatan undang-undang itu kita..
- T : tapi publikasi undang-undangnya sendiri itu...
- R : bukan kita.
- T : kalo profil anggota-anggota dewan itu pak?
- R : ada ada di web DPR itu kan komplit.
- T : kalo hubungan humas di internal seperti dengan karyawan itu seperti apa?
- R : ya sebetulnya kita kan bertanggung jawab eeee sebetulnya kan sampean dulu, pemahaman humas kita disamakan dulu.. humas kita itu eee bukan pemahaman eee ...
- T : secara konsep?
- R : secara konsep.. eeee kita kita agak sedikit beda.. agak sedikit beda, kita ada koordinasi antar bagian eee yang menurut saya DPR sendiri perlu dibangun. Dibangun sekarang kita baru membentuk sebuah tim kehumasan. Ada pedoman kehumasan. Karena selama ini kita menyadari

betul komunikasi internal kita yaa yaaa kurang. Menurut saya ini karena sifatnya politik, juga ga gampang. Kita membangun sebuah pedoman kehumasan itu 3 tahun juga ga selesai. Karena kepentingan politik sangat sangat kuat sekali.

T : kalo terhadap karyawan pak? Karyawan biasa bukan anggota DPR?

R : sebetulnya kita kan yang bermasalah bukan di sekretariat. Yang kita citrakan itu kan diluar. Dianggota kan ... ya problemnya di sekretariat kan ga ada masalah. Ya secara politik kalo di lembaga lain boleh sampean ada pertanyaan begitu, tapi kalo di DPR... makanya sampean harus pahami dulu tentang anatomi kelembagaan DPR. Harus beda. Karena kita gak pencitraan kita ga terkait masalah antar internal... internal kita tuu,, bukan... sekretariat jendral.

T : maksud saya, yang saya pahami itu kan humas itu punya dua publik, publik eksternal dan internal, jadi saya menanyakan terkait publik internal..

R : jadi kalo di di di.. di DPR mungkin konsep itu harus sampean hilangkan.. jadi sampean ga bisa internal ... internal siapa? Kalo internal sekretaris jendral.. internal.. menurut saya harus di did ii luruskan. Gak supaya sampean memahami humas tadi benar.. gitu lho.. persepsi sampean humas di DPR itu jangan kaya humas di korporasi gitu., lain lain lain... menurut saya ini juga perlu sampean ajukan juga ke dosen pembimbing. Lain gituuu... sampean Tanya komunikasi internal eksternal.. sekarang saya tanya.. masalah dii.. internal komunikasi kita dengan siapa coba ?

T : misalnya dengan antara badan..

R : lhaa lain kan lain kan..

(wawancara terhenti sejenak karena ada staf humas yang masuk dan berbicara dengan informan)

T : iya pak

R : sampean anu dulu... sampean harus .. anu dulu.. trus sampean anu dulu supaya nanti pertanyaannya.. sampean ga bingung dan saya jawabnya juga ga anu juga...

T : kalo dengan lembaga negara lainnya, Gak juga ?

R : ya sebetulnya kan kita ga ada hubungannya dengan lembaga lainnya. Kita dengan publik kan dengan masyarakat. jadi kalo internal kita yang mau kita bangun adalah bagaimana supaya eeee ini bukan persepsi sampean sekretaris jendral. Kita humas DPR. Berarti komunikasi yang dibangun sebetulnya.. ini sendiri yang menurut saya di pedoman kehumasan itu mau kita rancang supaya.. misalnya saja ada keputusan di komisi empat atau komisi lima masalah sumber daya air. Tapi komisi lain itu bisa mereka protes. Sama-sama DPR. Apa yang diputuskan secara alat kelengkapan? Itu bisa diprotes di di di gak diterima di alat kelengkapan yang lain.

(Lanjutan)

T : terus penyelesaian adalah campur tangan humas ?

R : ga ada.

(wawancara terhenti lagi, karena ada staf humas yang masuk memberitahukan bahwa informan ditunggu rapat)

T : kalo strategi jangka pendek dan jangka panjang itu bagaimana pak?

R : kalo jangka pendek tentu kita... kalo jangka panjang kita harus punya grand desain tentang kehumasan dan itu harus disesuaikan secara politik. Harus ada tim kehumasan DPR yang kuat dan tidak hanya selesai di tingkat saya. Kalo jangka pendek ya itu program-program yang kita lakukan....

(staf humas masuk kembali menginformasikan tentang kedatangan tamu)

R : mbak udah dulu ya, saya ditunggu pak biro...

T : tapi nanti kalo ada yang kurang....

R : gak papa gak papa.. tapi nanti sampean pelajari dulu di anu apa kelembagaan DPR supaya nanti pemahaman sampean agak agak anu gitu yaa.. nanti gak papa nanti...

.
Wawancara kedua dilakukan pada Selasa, 15 Oktober 2011 pukul 15.00 di Ruang Informan

T : Nah Pak, kemarin itu kan waktu aku tanya mengenai pendapat bapak mengenai reputasi DPR, bapak bilang kan memprihatinkan.. memprihatinkannya itu yang bagaimana ya Pak?

R : ya sebetulnya kan reputasi organisasi itu kan masyarakat yang menilai. Memang kalo-kalo dilihat masyarakat itu kan melihat dari dua aspek, pertama aspek pencapaian kinerja, eee kualitatif dalam artian proses pembuatan legislasi yang juga rendah, yang kedua adalah eee banyaknya kasus yang menimpa DPR. Yang saya liah ini memang eee apa namanya ee membuat reputasi DPR ini menjadi buruk gitu. Ya tapi memang eee tidak serta merta seluruh eee apa namanya, eee apa yang dipersepsi oleh masyarakat sendiri menurut saya juga ada faktor daripada framing media tapi menurut saya memang kita dituntut untuk lebih kerja keras lagi, minimal kita harus eee menjelaskan kepada publik bahwa tidak selamanya itu betul. Artinya bahwa apa yang dipersepsi oleh masyarakat bahwa DPR itu menjadi tempat korupsi, padahal itu hanya sebagian kecil orang, pencapaian legislasi pun menurut saya memang perlu ada penjelasan. Kenapa tidak tercapai, misalnya di tahun 2010 itu dari 70 RUU..

T : yang prolegnas itu ya pak?

R : ya prolegnas itu,, yang jadi sekitar 15-16 RUU. Tapi kan itu kan proses, artinya mungkin taun pertama kan iya.. tapi tahun kedua kan udah meningkat, kemarin agustus itu sudah 22.. tapi meningkat.

T : dan itu humas secara berkala mengetahui apa saja yang dihasilkan?

R : ya tentu kan kita monitor, karena kita yang selalu berhadapan dengan masyarakat tentu banyak pertanyaan-pertanyaan masyarakat yang .. tentang hal itu, misalnya mengenai kinerja DPR. Kita selalu up-date juga

setiap perkembangan apa yang diparupurna atau yang di komisi-komisi.. kita bisa mengikuti..

- T : ada perwakilan humas kah yang ada disana,
R : eee ga ada, karena tupoksi kita kan bukan itu. Jadi kita hanya penerangan sama..... tapi kita berusaha dengan baik.. humas juga memonitor karena kita juga memonitor lewat media, walaupun memonitor dari.. TV parlemen. Jadi setiap ada perkembangan kita ikuti juga.
- T : nah kemarin itu kan bapak bilang tugas humas itu melakukan pencitraan. Nah kendala pencitraan di lembaga politik ini bagaimana ya pak?
R : ya kendala pecitraan di DPR itu pertama karena komunikasi internal di DPR sendiri ini memang belum tersektor..
T : antara badan-badan....
R : antara badan-badan sendiri, yang kedua banyaknya ee sumber informasi. Yang pertama eee anggota sendiri yang bisa bicara sekitar 560, ada 16-17 Alat Kelengkapan Dewan dan fraksi-fraksi. Itu menurut saya karena banyaknya informasi sehingga untuk menjadikan satu informasikan gak mungkin.
- T : untuk satu suara ya pak..
R : ya satu suara kan gak mungkin. Karena kepentingan politik pun kalo ada 9 fraksi, berarti ada 9 kepentingan disana. Ada 560 yang punya kepentingan. Kepentingan pribadi yang masing-masing punya kepentingan fraksi, saya kira memang itu suatu hal yang sangat-sangat apa namanya.. menjadi tantangan bagi kita.
- T : nah kan aku kemarin dapet informasi hubungan humas sama AKD itu kan kaya ngumpulin bahan informasi yang nantinya akan jadi majalah parlementaria. Selain mengumpulkan informasi itu ada komunikasi seperti apa lagi si pak?
R : eee sebetulnya bukan hanya sekedar mengkomunikasikan tapi kita memframing artinya kebijakan-kebijakan output dari alat-alat kelengkapan itu coba kita rangkum, kita kemas menjadi sebuah framing kepada publik. Jadi kita tidak hanya.... Jadi ada kebijakan kita. Misalnya pembesaran masalah undang-undang tipikor, yang tahun 2009 kemarin. Ini kan kita ikut memonitor, dan kita me apa sii yang perlu kita sampaikan ke masyarakat, supaya masyarakat paham gitu, misalnya bagaimana pentingnya tentang jadwal, karena pada saat itu ada versi masyarakat bahwa DPR itu tidak mau dengan tipikor, nah akhirnya kita publish, walaupun hanya sekedar jadwal. Lho kita itu DPR punya jadwal lho kita menunjukkan kepada publik bahwa DPR itu. Tipikor, pansus tipikor itu bekerja dan punya jadwal. Gitu. Ini artinya kan kita perlu kreatifitas kita, tidak hanya sekedar mengumpulkan kan tapi..
- T : dan disampainya kan itu gimana pak ke publiknya?
R : ya ke publiknya kan kita punya web, kita punya majalah, kita punya bulletin, tv parlemen, kita bangun talkshow dengan RRI dan TVRI, dan itu kita publish. Lho DPR itu gak diam lho.. kalo masyarakat mengatakan kalo DPR itu alergi dengan tipikor, dengan undang-undang tipikor, lha enggak kita respect juga.
- T : pak, ngomong-ngomng yang TVRI.. ka nada program-program yang di TVRI, itu program-programnya itu seperti apa ya pak?

(Lanjutan)

- R : kalo yang .. RRI kan kita ada di sebelah di pemberitaan, jadi kita programnya itu program eeee yang pasti itu seminggu sekali itu dii... programnya itu.. udah lama gak disana jadi udah lupa. Tapi ada itu seminggu sekali itu kita..
- T : rutin sampe sekarang.
- R : ya rutin sampe sekarang. Dan kalo ada kegiatan-kegiatan yang anu kita bisa kaya senen ka nada namanya Indonesia menjawab, jadi karena tinggal cakupan sasaran. Apa yang mau kita.. kalo itu perlu cakupan masyarakat yang luas, pastinya kita pake media RRI, tapi kalo yang... ada kelompok-kelompok masyarakat yang ... ada TVRI ada kelompok-kelompok masyarakat yang ..
- T : kenapa sii pak milih TVRI dan RRI?
- R : kan kita punya metro juga, tvOne juga,
- T : kalo itu di bagian yang mana pak?
- R : kalo yang kelompok-kelompok segmen eeee metro dan tvone itu kan kelompok-kelompok Jakarta, kelompok kepentingan, kelompok penekan, LSM, perguruan tinggi, orang yang ... sehingga isu-isu tentang politik, dan itu masuk di... tapi kalo RUU perbatasan, RUU perikanan, kan itu kan cukuplah hanya dengan TVRI.
- T : ooo jadi kalo misalnya yang berbau politik nya lebih...
- R : eee tinggal segmen yang mana yang kita tuju...
- T : yang di metro TV itu contohnya program apa pak..
- R : bukan program, tetep talkshow, tapi isi yang kita lemparkan misalnya isu eee tentang ...
- T : kaya public corner gitu ya pak..
- R : ya kaya public corner.. terus malem ada juga kita jam 8 itu juga ka nada itu..
- T : yang mana ya pak?
- R : eee aku juga udah lupa itu yang mana.. tapi ada itu..disana itu,,
- T : oo di bagian pemberitaan ya pak?
- R : ya bagian pemberitaan, kalo disini namanya apa ya.. tapi ada itu. Yang jam 8 malam tapi bukan public corner, kalo public corner itu kan sore, kalo itu malem itu jam 8.
- T : ooo itu yang kita lempar temanya..
- R : ya.. yang economic challenges itu juga pernah.. yang pak marzuki itu kan sering juga. Banyak-banyak programnya..
- T : ooo itu kita yang menyiapkan narasumbernya itu Pak Marzuki atau siapa ya..
- R : ya, termasuk-termasuk tema dan isunya yang merancang kita..
- T : yang lagi in sekarang apa..
- R : iya.. minimal penjelasan kepada presfektif yang salah di mata masyarakat.
- T : pak, kemarin itu kan bapak bilang susah karena ini ada 560 kepala gitu kan untuk humas.. seharusnya itu tu gimana sii pak, haruskah struktur humas yang bisa lebih berpengaruh lagi, atau seperti apa..
- R : kalo saya berfikir sebetulnya kalo humas parlemen, humas parlemen itu memang tidak bisa serta merta kita bertanggung jawab kepada seluruh lembaga. Kalo menurut saya memang, eee ada karena tingkat format eee

isu nya itukan berbeda-beda dan sulit untuk diikuti, misalnya.. kan gak mungkin Pak Marzuki Ali itu tau seluruh informasi yang berada di seluruh alat kelengkapan. Bagaimana mereka seorang speaker. Nah kalo menurut saya memang formasi yang di amerika itu kita berharap sebetulnya di alat kelengkapan, itu ada sebuah orang yang bertanggung jawab membangun komunikasi pencitraan.

T : itu satu pihak atau setiap alat kelengkapan ada satu orang?

R : kalo saya berharap itu ada di setiap alat kelengkapan ada satu orang yang bertanggung jawab membangun pencitraan.

T : jadi ibaratnya humasnya badan itu ya..

R : iya, humasnya badan itu... karena gak mungkin kita bisa tau apalagi secara substansial. Kalo misalnya di KPK itu kan tau rapat kebijakan pimpinan. Kalo humas DPR, apa kita ada 16 alat kelengkapan, siapa yang bisa tau secara detail itu. Belum lagi itu rapat-rapatnya tertutup. Iya kan.. kalo di parlemen congress itu humas kita itu Cuma bertanggung jawab untuk pimpinan. Humas pimpinan sama sekretaris pimpinan. Jadi mem-back up untuk seluruh eee disana itu kalo di Jerman itu ada namanya PR, ada namanya bagian pers, ada bagian radio, ada bagian web itu diarahkan untuk satu kepentingan mem-back-up speaker pimpinan DPR.

T : berarti itu secara struktur dia punya posisi yang ...

R : dekat dengan pimpinan.

T : jadi menurut bapak struktur humas DPR yang sekarang itu gimana pak?

R : menurut saya memang kita berharap kita mem-back up ke pimpinan saja, terus diartika..... tapi memang kalo di Amerika itu suatu komisi itu hanya ada 9 anggota, yang dia di back up sama 45 pendukung. Jadi mereka ada berapa orang yang bertanggung jawab untuk kehumasannya,

T : jadi komunikasinya lebih bisa...

R : iyaaa.. jadi masyarakat itu bisa nyerang terus. Karena mereka tau secara pasti. Kalo kita misalnya apa yang ada di banggar, wong kita juga tidak begitu detail dengan... mau ngomong apa kita?

T : ya kalo misalnya humasnya berkomunikasi dengan sekretariatnya banggar itu gimana pak?

R : ya kalo ngomong kalo gak ngikutin mau apa coba. Humas itu harus tau persis, gak bisa hanya omongan kata orang.

T : seharusnya.

R : seharusnya. Itu tu harus tau persis saat dia bekerja. Itu yang menurut saya karakter lembaga parlemen di negara-negara menurut saya memang harus lebih banyak.

T : harusnya dia bisa menempati struktur yang lebih ..

R : dekat dengan pimpinan dan untukkk..

T : tapi kan untuk merubah struktur itu kan harus merubah aturan-aturan seperti kepress...

R : oiya.. ini kan mimpi-mimpi.. sekarang yang kita lakukan itu bagaimana kita mengoptimalkan kinerja kita dan kreatifitas kita.

T : ya nanti pada akhirnya skripsi saya ini bisa menjadi masukan dan saran..

R : iya iya.. tapi secara prinsip memang kreatifitas kita yang dituntut untuk bisa bagaimana sedikit memberikan pencitraan, tapi ya memang dengan komposisi apalagi dengan dinamika politik ya...

(Lanjutan)

- T : dengan media yang sebesar itu memang...
- R : ya dengan media yang sebesar itu memang.. dengan komposisi anggota DPR yang karakteristiknya seperti ini, kalo menurut saya memang harus kerja keras, kreatifitas harus kita bangun terus.
- T : nah kan setiap program itu kan ada evaluasi pak, nah evaluasinya itu dalam bentuk apa aja ya pak?
- R : kalo yang sebetulnya seluruh kegiatan itu kan ada evaluasi, tapikan evaluasi ini kan eemm masih.. sifatnya juga masih sangat-sangat subjektif. Artinya eee kalo indikator evaluasi eee itu belum punya secara pasti. Jadi kita hanya melihat misalnya kalo kita misalnya humas, evaluasi kita tentang cakupan kegiatan ee terus desiminasi cakupan yang bisa terus... efek pada saat kita diskusi.. sifatnya masih subjektif, tapi ke depan mau kita garap supaya evaluasi kita menjadi lebih sistemik, artinya ada
- T : apalagi tahun depan kan mau ada kerja sama dengan konsultan ya pak.. dan diharapkan akan lebih baik ..
- R : ya ya ya ..
- T : analisis isu-isu di lingkungan itu kan yang bapak bilang day by day itu kan.. itu gimana pak? Kliping atau gimana?
- R : kalo yang audit media itu day by day bentuknya kan riset itu. Riset itu sebetulnya bukan kliping, walaupun bantuannya seperti kliping tapi bukan kliping.
- T : kalo yang melakukan kliping itu siapa ya pak? Aku pernah liat di meja depan..
- R : oo bukan, itu lain-lain.. bukan itu. Kalo yang.. sampean bisa sama mbak tuti nanti bisa liat contoh riset media kita. Itu riset content analysis jadi mereka melihat eee.. tapi bukan kliping ya.. kalo kliping kan benda mati.. itu kan aktif. Kalo ini kan ada analisis, ada rekomendasi.
- T : ooo yang ngelakuin.. itu staf humas?
- R : bukan itu ada pihak ketiga, ada pakar komunikasi, pakar public relations.
- T : disini juga? Atau yang tim kehumasan itu pak?
- R : bukan, orang lain di outsource,
- T : oooo nanti melaporkan ke kita?
- R : ya artinay bukan melaporkan, artinya setiap hari harus mem-feeding ke kita gitu.
- T : oooo.. pak, bapak kan dari komunikasi ya pak, komunikasi nya apa?
- R : kalo di UGM, komunikasinya umum..
- T : ooo umum, kalo S2nya ?
- R : Manajemen Komunikasi.
- T : oo berarti S2nya masuk ekonomi? eeehh komunikas?
- R : komunikasi.
- T : nah kan berarti latar belakang pendidikan sama pekerjaannya kan sesuai nii.. perasaannya gimana pak?
- R : ya tentu menurut saya ya banyak, banyak yang bisa aplikasikan. Karena teori-teori tentang public opinion, karena orang ekonomi kan gak dapet, psikologi media, bagaimana...
- T : jadi banyak yang bisa diaplikasikan.
- R : ya banyak sekali. Ya kita kan psikologi komunikasi, psikologi massa kaya gitu kan...

- T : jadi bapak enjoy donk pak?
R ; ya ya enjoy..
T : udah berapa lama pak menjabat?
R : saya itu udah bolak-balik ke sini. Dari tahun 91-96 saya disini.. terus 96 saya ke komisi 7 dua tahun, komisi.. tahu 98 saya balik lg ke humas, terus setengah tahun ke diklat, terus ke pimpinan dan 2006 balik lagi kesini sampe sekarang.
T : waaa berarti bapak dipercaya untuk humas donk pak..
R : ya dulu di pemberitaan sana, 2006-2010 dan sekarang 2010-sekarang di humas.
T : pak, kemarin itu kan aku wawancara om ku ketua fraksi PAN, terus dia bilang gini.. harusnya punya juru bicara sekelas Tina Talisa, Anis Baswedan. Itu gimana tu pak?
R : ya kalo menurut saya itu tidak mungkin, lembaga kita itu bukan lembaga.. apakah mau pak tjatur melepaskan hak politiknya kepada seorang talisa?
T : maksudnya gini.. jadi kalo misalnya si DPR itu punya keputusan bersama misalnya pembangunan gedung baru. Ibaratnya sudah ada kesepakatan dari BURT, nah itu supaya gak diserang sama publik itu kaya ada satu juru bicara yang berbicara dari sudut pandang DPR.
R : mana mau anggota DPR. Itu kan hak politik juga.
T : ahh masa sii pak?
R : gak mau, DPR itu jangan kamu anggap seperti kayak.. wooo ini bisa diserahkan orang, mereka ingin berbicara masing-masing untuk aktualisasi politik diri masing-masing.
T : oo buktinya masih ada yang menolak juga kan?
R : ya masih ada yang menolak juga, bagaimana seorang Talisa mau ngomong DPR. Yang pak Pius yang mereka notabene orang Gerindra sendiri partainya menolak. Apalgi seorang Talisa yang gak punya hak politik. Sebetulnya kan speaker DPR itu kan sudah diatur di tata tertib itu kan,
T : iya sii.. pimpinan DPR.
R : DPR itu tidak seperti mudah. Mungkin Pak Tjatur setuju dalam satu hal. Tapi misalnya kalo yang masalah laode Ida.. masalah siapa itu kemarin. Misalnya.. mau ngomong apa dia... pasti kan Pak Tjatur gak setuju juga. Padahal mereka harus bicara, kalo mereka ada juru bicara lho.. misalnya BK ni baru meresume masalah si waode itu. Jadi menurut saya memang agak sulit. Agak sulit. Yang dibutuhkan sebetulnya dukungan speaker untuk feeding kebijakan. Apa yang perlu diomongkan.
T : hubungan dengan media juga sii..
R : he ehh.. tapi dibelakang layar, makanya tim kehumasan yang mau kita bangun harusnya kuat.
T : ooo yang di pedoman itu ya pak..
R : iya yang di pedoman itu. Itu harus diperkuat. Tapi menurut saya kalo speaker yaaa hari ini PAN setuju, bsk gak setuju.. namanya politik kan..
T : iya sii, aduh setiap narasumber punya pandangan yang ada benarnya juga..

(Lanjutan)

- R : kalo misalkan juru bicara presiden, ya presiden doank.. apa tadi rapat, oo tadi rapat presiden ngomong ini ini ini... paham. Kalo di DPR? Ya gedung.. satu nolak satu iya.. APBN satu nolak satu enggak,
- T : iya si... hehe
- R : kan politik. Ya menurut saya tidak mudah. Dulu pernah Bu Dian Budiargo dulu, dia mengharapkan masukan untuk bagaimana merumuskan, mereka juga.. wah kalo DPR emang agak sulit.. ya yak an misalnya di Talisa, apakah mereka harus berada di 16 alat kelengkapan, bagaimana mereka tau. Apakah misalnya masalah perbatasan.. mbak mbak itu masalah yang rapat mengenai perbatasan itu bagaimana? Aduh maaf saya gak ikut rapat. Ya kan gak bisa gitu.
- T : ya maksudnya si juru bicara ini memang di hayer untuk bisa mengkomunikasikan..
- R : karena mereka ada 16 alat kelengkapan gimana mau ngomong..
- T : jadi setiap alat kelengkapan lapor ke..
- R : ya itu mekanismenya.. kana lat kelengkapan ga ada hak, gak kewajiban melapor.. coba sampean kalo gak ngikutin suasana kebatina DPR bisa ngomong ada si Talisa.
- T : jadi kalo pun ada juru bicara dia harus tau seluruhnya, semuanya...
- R : lha bagaimana ngerangkumnya?
- T : dia punya posisi yang strategis..
- R : wong DPR aja yang punya posisi yang strategis gak bisa menguasai informasi. Sekarang ada 16 alat kelengkapan, DPR jangan kamu anggap kira kaya wah harus lapor.. marah dia..
- T : oiya pak?
- R : tanyain aja..
- T : ga ada bosnya juga sii.,.
- R : iya ga ada bosnya.. apalagi juru bicara.. lapor kepada juru bicara, emang juru bicara siapa.. ya ada pimpinan DPR aja gak di komando sama pimpinan DPR. Apalagi seorang juru bicara.. yang kepentingan politiknya... iya kalo setuju, kalo pas gak setuju.. memang siapa juru bicara..
- T : jadi sebetulnya satu suara di DPR itu sulit juga sii pak ya..
- R : dan tidak mungkin.
- T : hehehe...
- R : tidak mungkin. Karena semua memanfaatkan momentum itu untuk kepentingan politik. Itu lho yang saya katakana sebaiknya kalo yang di komisi A mereka tau persis. Juru bicara tapi ngomong, ini juru bicara nya bukan masing-masing di alat kelengkapan itu, kerena mereka tau persis arahnya seperti apa dan itu menurut saya lebih baik dari anggota. Dulu yang kita konsep dari awal itu sebetulnya juru bicara itu dari masing-masing alat kelengkapan.
- T : oohh jadi dia mengetahui seluruhnya..
- R : mengetahuiii..
- T : sekarang ga ada ya pak, Cuma sekertariat aja..
- R : eee gak dulu yang kita konsep dari departemen kehumasan, tapi dari anggota sendiri enggak ... karena nilai politiknya juga tinggi, gak ini juga misalnya iya kalo .. kepentingan politik lagi-lagi kepentingan politik.

Ketua DPR atau ketua alat kelengkapan misalnya dari salah satu partai nanti kalo dikasih kewenangan untuk kepentingannya dia. Akhirnya batal juga... kalah kita. Padahal harapan kita itu, padahal kita berasumsi bahwa wartawan itu sebetulnya atau masyarakat itu DPR itu kurang memberikan informasi keluar..

- T : lha masyarakat dan anggota DPR merasa seperti itu pak..
- R : itu yang sebetulnya mau kita garap tapi dari alat kelengkapan sendiri itu sebetulnya kita harapkan untuk bisa memberikan support atau release release keluar atau statement statement keluar atas nama lembaga jangan pribadi.
- T : tapi itu sulit..
- R : ya sampe sekarang akhirnya kan ga ini juga.. ya sebetulnya kan kalo abis rapat kerja pimpinan mengadakan konferensi pers .. nyatanya enggak juga., dari riset audit kita, dari dua minggu sekitar 460an berita yang dikemas DPR hanya sekitar 60.
- T : dan mereka susah keluarnya..
- R : enggak, sebenarnya kesadaran sendiri.. kesadaran sendiri dan kita perlu dorong juga dan bagaimana alat kelengkapan itu lebih banyak memberitakan dan statemen-stemen keluar atas nama alat kelengkapan.
- T : tapi selama ini humas untuk parlementaria dari mereka juga kan pak?
- R : sebetulnya bukan hanya ambil bahan, harusnya secara aktif karena di tata tertib itu kan eee setelah rapat kerja, setelah rapat .. konferensi pers. Menurut saya kalau hanya release-release sangat lemah. Susah. Ya sampean sendiri kan bilang bagaimana sulitnya.
- T : dan kalo di pemerintahan memang begitu ya pak?
- R : kalo di pemerintahan enak, pemerintah itu karena mereka satu suara, satu kebijakan ya misalnya ka nada rapat kan gak mungkin rapat ada beberapa alat kelengkapan di kelembagaan kan, rapat menteri kan satu karena menterinya memang hanya satu. Kebijakan juga satu arah. Satu sumber informasi.
- T : jadi disini yang harus kerja keras untuk...
- R : kerja keras, saya berharap lebih banyak minimal untuk mengatasi kesulitan dari AKD untuk memberikan publish harus support nya sendiri .. perlu disupport, mungkin kaya seorang tenaga ahli bidang kehumasan di AKD-AKD yang mereka bisa merancang strategi komunikasi juga.
- T : waahhh bisa jadi saran itu untuk ke depannya.
- R : ya menurut saya itu yang bisa lebih,, artinya kedepannya kan ada juga seperti tadi, kalo semakin banyak informasi yang keluar dari DPR, dari AKD-AKD itu kan masyarakat itu jadi ooo DPR bekerja, karena menurut saya, saya jujur yang kita lakukan ini belum optimal. Misalnya di pembuatan efektivitas bulletin dan majalah, itu apa perlu di.. menurut saya memang perlu orang yang secara khusus gitu.
- T : dan jeleknya media kita itu sudah punya kepentingan sendiri, udah corporate media..
- R : itu tu masalah lain lagi yang semakin menekan kita juga, tapi memang mahal. Tapi sebetulnya kalo di AKD-AKD itu misalnya ada seorang bidang kehumasan yang bisa.. kan kita kan gak mungkin, misalnya rapat BPJS.. kita kan gak mungkin jauh sekali hubungan kita dengan mereka.

(Lanjutan)

Tai kalo di AKD pak ini kita bisa menjadi memontum untuk pencitraan DPR. Tapi orang dalemnya, jadi nya kan banyak orang ibarat tank itu peluru kita tembakin ke masyarakat. karena mereka supaya tau juga. Sekarang kan enggak. Udah anu kita, udah tiarap ... udah ga ada yang ditembakin ke masyarakat, tapi memang karakteristik lembaga politik itu memang harus masing-masing yang lebih dekat. Eee ahli kehumasan, itu dekat dengan AKD dan tembakin ke masyarakat.

T : sepakat. Pak kalo yang media gathering humas atau pemberitaan?

R : pemberitaan.

T : berarti aku kalo mau tanya itu ke pak djaka aja kali ya pak untuk pemberitaan. Tapi pak djaka suka terkadang bilang coba tanyakan ke pak ratno, dia lebih...

R : ya apa-apa..

T : ya sebetulnya media gathering itu apa-apa saja sii pak? Ngapain aja?

R : ya kalo media gathering itu kan upaya kita dalam mendekatkan secara psikologis, secara personal dan bukan formal supaya tidak ada jarak. Sebenarnya hanya aspek-aspek itu yang kita sampaikan. Membangun relasi yang lebih dekat secara informal.

T : itu makan-makan gitu ya pak...

R : eee ada beberapa kita pernah juga misalnya orientasi tentang tata tertib, banyak juga kan wartawan baru yang notabene mereka perlu eee dibekali atau perlu ditambah masalah pemahaman mengenai kelembagaan DPR, dalam arti kan mereka perlu tau persis. Terus ada juga kemarin pak Priyo ada juga bagaimana relasi press dan DPR dalam konteks eee pembangunan bangsa.. ya ngono yo ngono neng ojo ngono. Kita kan melakukan pendekatan-pendekatan personal. Nah itu yang kita harapkan ada kedekatan terhadap wartawan dan memahami juga bahwa kepentingan kita kepentingan bangsa.

T : kemarin itu kan aku wawancara jurnalis ya pak.. terus dia bilang gini, dia beralih kita tu dari kantor sudah punya agenda tersendiri, udah punya.. apa yang kita cari tu udah dari kantor sudah ditetapkan, ya tapi kan dari kantor itu kaya punya framing sendiri.

R : ya sebetulnya kita tau itu. Kita tau bahwa .. kita paham itu makanya kita melakukan pendekatan dengan wartawan supaya agak sedikit kepentingan media dalam tanda petik kepentingan media itu dalam tanda petik media juga diingatkan punya tanggung jawab sosial juga .. cover both side, yang kita harapkan dengan media gathering dengan pendekatan-pendekatan terhadap wartawan,..

T : itu diundangnya di kirim ke kantor atau di kirim ke orangnya atau ke redaksi...

R : kalo sebetulnya kan sudah ada penugasan disini, tapi redaksi nya musti tau.

T : tapi kan wartawan yang disini itu kan berganti pak, maksudnya dari kantor kan..

R : ooh enggak, jadi kita relative setle ada 132 wartawan kita itu ada yang sampe puluhan tahun standby disini juga ada.

T : misalnya dari media mana terus lama disini..

R : uya ada juga, terus ada juga wartawan yang 2 tahun ganti..

- T : nah kalo yang 2 tahun ganti itu harus update update gitu donk pak?
R : iya kita kan bisa kerja sama dengan wartawan ada pengurusnya gitu.. mereka punya list nya..
T : ooo yang coordinator wartawan itu ya..
R : iya yang coordinator wartawan itu.
T : yang forum Jumata dan dialektika demokrasi itu konferensi pers?
R : itu bentuknya sebetulnya... ya kan bentuknya mencoba memenuhi ketentuan tentang bahwa setiap jumat seminggu sekali itu pimpinan DPR itu menyampaikan tentang program-program DPR, pencapaian-pencapaian DPR,
T : jadi setiap kamis itu ada Pak Marzuki di bawah?
R : dulu konsep kita gitu..
T : iya tapi..
R : iya tapi kan kadang-kadang pimpinan yang lain, kadang-kadang diisi dengan kegiatan alat kelengkapan,
T : itu yang menentukan tema-tema gitu siapa pak? Atau berjalan sendiri..
R : kalo pimpinan ya pimpinan sendiri.. tapi ada beberapa alat kelengkapan, eee misalnya BKSAP misalnya ada eee sidang operasional kaya gitu, tema-tema itu dari alat kelengkapan
T : kalo pendemo kesini terus dianterin ke komisinya atau ketemu sekretariatnya atau gimana pak?
R : jadi pertama kalo yang delegasi masyarakat, kita nyebutnya delegasi masyarakat, mereka datang kesini kita tanyakan tujuannya kemana eee berapa jumlahnya kalo mereka menyampaikan maksud tujuannya terus kita berhubungan dengan alat kelengkapan yang dituju terus kita menginformasikan ada delegasi masyarakat karena memiliki surat,
T : jadi dia memilih donk ya mau ke alat kelengkapan atau ke komisi.
R : ya terserah, kita kan gak bisa menentukan kepada siapa mereka harus dituju. Jadi prinsip kita menyalurkan.
T : langsung ketemu orang-orangnya atau gimana..
R : nanti disana ada sekretariat terus sekretariat menginformasikan kepada pimpinan terus kalo mereka oiyak bisa diterima ya kita anter kesana..
T : iya iya.. nah kalo suka ada kunjungan kerja keluar kan pak, kalo disana itu bagaimana pak? Ada janji sama siapa gitu pak?
R : sebetulnya kalo di kunjungan kerja tu kunjungan ke masyarakat, ke daerah itu sudah dikoordinasi dengan pemerintah daerah sana. Karena anggota dewan kan pasti punya ee sasaran..
T : maksudnya pak kunjungan kerja humas ke luar..
R : kalo kita istilahnya bukan kunjungan kerja,, kalo kita ada beberapa anggaran tapi.. anggaran yang dipemberitaan mengikuti kunjungan kerja..
T : si wartawan itu ngikutin kunjungan kerja anggota dewan?
R : iya mengikuti alat kelengkapan yang melakukan kunjungan kerja. Jadi tinggal ngikutin aja..
T : itu tanpa diminta, dia tau jadwalnya, terus dia ikut..
R : enggak, mereka koordinasi dengan sekretariat komisi. Oo disana jadwalnya apaaa gitu. Jadi ngikutin aja kegiatan anggota dewan itu apa atau alat kelengkapan di daerah itu apa.

(Lanjutan)

- T : iya iya pak.. eeee kayanya cukup dulu ya pak. Pak, kan kalo di skripsi itu kan informannya suka dinarasiin, anaknya berapa.. misalnya.. nanti nama bapak kan ga akan disebut..
- R : iya gak papa, untuk nambah deskripsi informan. Oiya ada nanti ada-ada CV gitu.. komputernya mau nyalain udah tanggung.
- T : terima kasih ya pak..
- R : sama-sama.



LAMPIRAN 4
Transkrip Wawancara Informan 3

Wawancara pertama dilakukan pada Kamis, 27 Oktober 2011 pukul 15.00 WIB di
Selasar Nusantara III Gedung DPR RI

T : Peneliti

D : Informan

T : Mas disini dari jam berapa sampai jam berapa sii ?

D : Normalnya disini dari jam 7 sampai jam 3, tapi tidak menentu. Terkadang kita berangkat di pagi hari atau jam 9 baru sampai sini dan pulang juga eeeee sekarang misalnya tiba-tiba kantor minta saya pulang lebih cepat karena memang beritanya harus segera naik nih, tapi terkadang saja juga harus pulang sampai jam 7 malam atau jam 6 sore, tergantung eee peran disini. Klo jadi FP eee field produser, itu sampai nunggu apusan jam 6 jam 7 malam bahkan tapi kalo liputan biasa hanya biasa seperti hari ini, peling enggak sampai jam 3 sore, jadi tergantung peran kita, tapi saya, Indri itu yang memegang DPR. Jadi tvOne yang memegang DPR itu saya dan Indri.

T : Dari kapan itu mas?

D : Kalo pembagian tempatnya sejak 2 bulan yang lalu, jadi tvOne baru melakukan restrukturisasi sejak 2 bulan ini, jadi orang itu di post kan, post DPR siapa di Tipikor siapa, di KPK siapa, di Mabes misalnya siapa, di Istana siapa

T : Jadi mas sudah disini 2 bulan ?

D : Ya, Karena memang pembagian eemm apa namanya eeee kalo liputan memang sudah lama, namun hanya untuk menguasai DPR ditetapkan dari kantor baru 2 bulan. Saya sama Indri. Latar Belakang apa lagi ?

T : Latar Belakang pendidikan ?

D : Kalo sayaaaa, lulusan FIKOM UNPAD jurusan Jurnalistik, lulus 2007.

T : Langsung saja ya Mas, untuk menyingkat waktu, menurut mas sebagai wartawan bagaimana reputasi DPR saat ini ?

D : itu sebetulnya tergantung darimana kita melihat sudut pandang eee apa namanya.. bagaimana dengan DPR begitu dan itu juga tergantung darimana media melihat eee dari agenda atau pemberitaan yang meliput DPR dan perlu diketahui bahwa setiap media memiliki agenda setting. Artinya DPR ingin ditempatkan sebagai sebuah lembaga yang baik, maka itu akan baik. Tapi DPR ketika akan ditempatkan sebagai lembaga yang bururk, itu akan menjadi buruk. Itu tergantung dari angle berita apa yang akan kita naikkan. Namun kalo selama ini, eeeee saya melihat dalam koridor yang fifty-fifty, artinya eeee ada sisi positif dari DPR dan ada juga sisi negative dari DPR dan itu saya menggunakan prinsip cover both side,

(Lanjutan)

artinya ada kalanya kita menaikkan berita positif dari DPR dan ada kalanya juga kita harus membuka juga boroknya DPR. Eeeee

T : jadi tergantung situasi ?

D : tergantung situasi. Dan kita juga media sebagai perantara eee pihak yang terkait dengan publik yang sebagai eeeee penonton atau pendengar, harus berada di tengah-tengah dan kita sebagai penghubung. Artinya kalo kita menemukan sesuatu yang buruk dari DPR ya kita ceritakan tentang keburukan itu yang didukung oleh fakta dan data dan validitas informasi. Tapi kalo kita menemukan suatu hal yang positif dari DPR ya kita juga beritakan juga. Eeee apa namanya sisi positif dari apa yang terjadi di DPR tentang pencapaian dalam urusan legislative, dalam pencapaian pembahasan undang-undang dan misalnya barusan paripurna mangesahkan dua undang-undang yang memang menarik. Satu masalah undang-undang validitas keuangan yang sudah dibahas dari tahun 2002 namun baru disahkan pada tahun 2011 ini. Ini mungkin sebuah pencapaian dengan proses yang lama DPR ternyata masih bisa melakukan dan menggolkan undang-undang yang sebetulnya ber... apa namanya... sangat masih sama dengan kondisi perbankan kita saat ini. Jadi kalo saya melihat sii dari sisi yang cover both side. Dari sisi yang seimbang, artinya dari sisi yang... saya tidak bisa melihat, mencap DPR eee negative atau DPR positif tapi tergantung situasinya dan momen yang kita mainkan.

T : Mas, tau gak Humas itu sudah melakukan apa saja untuk menjaga reputasi DPR sebagai lembaga negara ?

D : Kalo dari sisi... apa .. dari sisi publisitas humasnya sendiri, eeee justru wartawan itu jarang sekali menggunakan informasi yang bersumber dari Humas. Jujur saya sebagai pribadi saya jarang sekali menggunakan informasi dari Humas.

T : Kalo misalnya kya newsrelease atau press release itu apakah pernah dapet ?

D : eeee kalo, press release seperti itu kita dapet, cuman terkadang itu tidak kena pada apa yang substansi yang kita cari. Eee artinya release itu kan bergantung pada hal yang berbau positif, menceritakan hari ini ada event apa, ada rapat apa, atau misalnya ada kunjungan kemana. Tapi misalnya ketika kita tidak eeee pemberitaan kita tidak kena dengan hal itu, itu tidak kita ambil. Hanya sebagai bahan informasi saja, namun banyak yang kita tidak eeee kita tidak lanjut karena begini eeeee tvOne misalnya

T : (memotong) releasenya tu dalam bentuk apa? Soft copy?

D : biasanya kalo event-event gitu ada softcopy, ada hardcopy dan juga kebanyakan ia mengirim, klo ke kantor, itu via email.... Jarang! Eeeee email jarang tapi faksimil.. eee lewat fax kebanyakan. Nah kalo disini sii kalo di press room paling mereka temple.. temple kaya gitu, namun bagi saya atau mungkin dari temen-temen tvOne kalo yang kaya gitu tidak ..

tidak banyak digubris ya kecuali kalo misalnya momen yang wahh seperti saat ini kan ada Marzuki Ali, ada Priyo dan dia ngomong dan sebagainya.. tapi bagi kita tidak menarik hal yang seperti itu dan kita gak angkat hal-hal yang kaya gitu karena jujur kita sebagai media memiliki eeee apaaa eee plotting agenda yang sudah jelas. Artinya saya datang ke DPR dengan agenda dengan dengan tugas liputan yang sudah diagendakan... apa... karena kan kita sudah plotting kabar siang apa isunya, kabar petang apa isunya, kabar malam apa isunya.. itu yang kita kejar, kalo misalnya ada suatu hal yang misalnya emergency atau kemudian eeee news value nya lebih tinggi itu baru kita ambil. Kalo misalnya hanya sekedar release yang biasa-biasa.. eee ... ya gak kita ambil. Hanya eeeee kita jadikan sebagai bahan rujukan atau referensi informasi saja. Bahwa hari ini ada event ini ada event itu tapi tidak kemudian kita tidak lanjut atau tidak kita garap.

T : Nah itu kan berarti masalah ditayangkan atau tidaknya pemberitaan itu kan tergantung pada wartawannya atau pihak tvOne nya.

D : (nyamber) Iya! Karena tivi itu punya agenda tersendiri, intinya itu.. hari ini kita punya agenda mau mengangkat masalah ini eee ... sort nya sumbernya siapa saja.. ini ini ini .. itu yang kita kejar. Gitu. Itu yang kita dapatkan. Adapun tiba-tiba ada release terkait dengan sesuatu hal, kalo itu memang news valuenya lebih tinggi dibanding isu kita, itu baru bisa kita angkat. Tapi kalo misalnya siii news valuenya masih dibawah standart eeee hanya sebagai bahan informasi saja bagi kita dan itu tidak ...

T : Kalo dari Humasnya ada ga sii mas yang istilahnya mengepush atau mendorong secara halus ?

D : Mereka gak bakalan eeee sejauh ini apa namanya kita sebagai orang yang sering nongkrong disini belum pernah mendapatkan push misalnya ini tolong dong diliput atau ini diangkat dan sebagainya. Mereka gak bakalan berani ke kita dan mereka kita gak bakalan mau.

T : Jadi ibaratnya jalan sendiri-sendiri donk mas ?

D : Kalo dibidang jalan sendiri-sendiri karena mereka punya agenda, mungkin mereka punya agenda. Kalo misalnya agendanya itu pas, eeeee mungkin kita bisa eee bisa eeee bisa sinkron. Kalo misalnya kita lagi butuh informasi itu, mereka menyediakan informasi ya kita akan sinkron. Karena pada dasarnya kan kita butuh mereka gitu. Butuh humas untuk mencari informasi dan sebagainya. Tapi sejauh ini kan yang kita tau informasi yang diberikan humas bukan informasi-informasi yang ... yang... apanya.. informasi yang eeeee informasi yang tajam informasinya, hanya informasi-informasi yang berbau baik-baik, membaik-baikkan gitu. Sementara yang kita butuhkan adalah eeeee pendalaman atas sebuah masalah .. gitu kan... dan yang kita butuhkan adalah suatu hal yang berbau investigasi eeee sesuatu hal yang eee... untuk menjawab pernyataan-

(Lanjutan)

- pernyataan kontroversi, sementara kalo humas kan dia jarang menyampaikan informasi-informasi yang seperti itu.
- T : jadi hubungan wartawan dengan humas itu kalo ngapain ?
- D : Sebetulnya sii selama ini saya jujur ya.. jarang sekali berhubungan dengan Humas.
- T : Kalo eemm orang nya humasnya ?
- D : Bahkan saya gak tau siapa coordinator humasnya disini, bahkan saya dengan orang sekjen DPR saya jarang berkomunikasi dengan mereka. Karena justru saya pribadi, hubungannya adalah person per person dengan pimpinan anggota DPR.
- T : Jadi langsung ya mas ? Tidak lewat perantara humas
- D : Langsung tidak melalui perantara. Jadi mungkin semua media juga begitu. Kita to the point, kita butuh dengan si ini, kita telp kita janjiin kita ketemu ngobrol wawancara.. sudah kita tidak melalui humas-humas lagi, beda dengan korporasi atau perusahaan. Ketika kita ingin bertemu dengan direkturnya kan harus melalui humasnya dulu, bikin appointment melalui humas, kalo di.. kalo di DPR kan ini lembaga politis yang harus dipahami adalah inikan lembaga politis dan tidak ada firewall dan tidak ada pembatas antara orang per orang untuk berkomunikasi. Gitu lho..
- T : jadi menurut mas ni humas belum sepenuhnya melakukan media relations ?
- D : mungkin mereka sudah melakukan media relations tapi media relationnya masih standart dan tidak sampai pada apa yang menjadi kebutuhan media. Kalo mungkin untuk media lain diluar tvOne mungkin itu butuh dan akan.. akan diangkat oleh mereka, tapi bagi kita, karena kita sudah punya agenda sendiri eeeee ya agenda yang disampaikan oleh humas ya hanya sekedar referensi dan hanya sekedar bahan informasi saja.
- T : dan setiap tivi tu punya agenda ?
- D : Pasti, pasti mereka punya kebijakan dan agenda sendiri.
- T : emmmm, mas ini kan aku punya data dari Kompas terkait citra DPR jelek dan masyarakat sudah menganggap anggota DPR tidak peduli. Menurut mas, apa sii yang sebenarnya harus dilakukan humas ?
- D : eeeee ini kan citra DPR itu jatuhnya ee menyangkut sesuatu hal yang berbau politik, eee dan ini sulit untuk humas DPR untuk mengcover itu, karena kebanyakan pernyataan yang muncul itu adalah hal-hal yang berbau pribadi. Misalnya begini, salah seorang anggota DPR ditangkap eeee.. ketangkap sedang menonton video porno, misalnya seorang anggota DPR ditangkap KPK karena korupsi, seorang anggota DPR misalnya dijadikan tersangka atas kasus penyuapan atau apa. Itu hal-hal yang seperti itu yang menjadikan citra DPR menjadi buruk. Bukan dari kinerja. Atau misalnya klo menyangkut kinerja, anggota DPR tertangkap tidur ketika sidang paripurna misalnya, itu menyangkut kinerja. Tapi hal-hal yang

seperti itu, eeee sebetulnya tidak berada dalam kuasa seorang humas. (diam sejenak) ngerti gak maksud saya? Hal-hal yang seperti itu yang menyangkut menjadi tersangka, ditangkap, mesum misalnya. Itu kan bukan eeee apaaa Itu kan yang berbau personal, bukan lagi eeee dikaitkan dengan masalah apakah humas bisa mengcover masalah itu hal yang kya begitu, melakukan pencitraan misalnya. Gak bisa kan? Ketika misalnya anggota DPR tertangkap sedang mesum apakah humas mucul bicara.. bla bla bla gitu ? gak bisa kan? Karena hal-hal yang itu. Karena hal-hal yang membuat citra DPR itu busuk, itu bukan karena dia tidak pandai membuat undang-undang, dia eeee misalnya structural organisasinya tidak berkomunikasi, bukan itu. Karena yang membuat citra buruk DPR itu masalah korupsi, masalah eee apa namanya, tersangkut kasus-kasus yang akibatnya personal bukan lg lembaga. Secara kelembagaan DPR tidak menghadapi masalah. Kalo kacamata saya melihat.

T : (menyaut) Jadi kalo mungkin yang eeee persepsi dan opini publik selama ini kan.....

D : (menyaut) dibangun karena personal-personal anggota DPR.

T : (menyaut) dank arena media itu memberitakan....

D : (menyaut) ya lebih ke personal. Bukan lagi... bukan lagi DPR nya, bukan lagi ... kalo misalnya eee apa.. DPR eeee seperti kemaren dengan kasus banggar... banggar KPK, itukan baru institusi yang ditembaknya. Tapi kan ketika misalnya kasus korupsi, penyuapan, itu kan personal. Personal DPRnya, jadi eeee apa ...eee tidak bisa lembaganya. Apa yang bisa dilakukan oleh humas? Humas gak bisa ngapa-ngapain...

T : kalo misalnya memberitakan sisi positifnya ?

D : ya paling sisi positifnya yang bisa dilakukan humas DPR ya itu tadi pencapaian perumusan undang-undang, melakukan kunjungan kerja kemanaaa.... Hanya itu.. atau misalnya hubungan kerja sama dengan parlemen asian, ASEAN, paling gitu yang bisa dilakukan oleh humas DPR. Ketika sudah menyangkut personal pribadinya, mereka gak bisa ngapa-ngapain. Saya mengambil ilustrasi saya tado, ketika saya sebagai anggota DPR ditemukan sedang nonton video mesum, diangkat oleh media .. apa yang bisa dilakukan oleh humas ? gak bisa ngapa-ngapain. Bener gak?

T : iya siii

D : karena selama ini yang membuat citra buruk DPR itu personal, person per person. Bukan lembaganya. Karena ada DPR nya, makanya DPR nya dianggap eeee

T : seluruhnya..

D : ya, kena efek eeee di generalisir. Gitu....

(Lanjutan)

- T : Mas, tadikan aku sempet bertemu Pak Djaka ya, kepala biro humas dan pemberitaan. Dia mengatakan bahwa kalo untuk media itu ada media gathering, setiap 2-3x dalam sebulan. Pernah ikut ga mas?
- D : Saya sebagai pribadi, mungkin temen-temen jarang ikutan media gathering.... Karena media gathering bagi kita.. yaaa... oke lah, mungkin untuk mereka-mereka yang senior yang sudah tua yang ini... yaa mungkin mereka ikut, klo kita sii ya jarang-jarang ikutan media gathering.
- T : pernah diundang ?
- D : Ke kantor mungkin iya, atau mungkin yang ikutan bukan saya, orang lain lha..
- T : tapi mas pernah tau gak klo ada dari tvOne yang ikut media gathering?
- D : Sejauh ini sii belum tau. Karena jujur yaaa eeee tvone itu eee pekerjaan kita padet setiap hari, jadi eee apa sehari kita bisa menurunkan misalnya 20 tim dan itu semua tidak bisa digeser. Karena semua orang sudah megang-megang agenda. Ini disini, itu disini, itu disini.jadi walaupun ada media gathering mungkin ada yang bisa ikut, mungkin ada yang ga bisa. Tapi rata-rata yang saya alami sendiri ya saya ketika hari kerja ya saya padet, ga bisa media gatheringan dan sebagainya.
- T : kalo setau mas deh, kalo wartawan yang lain, pernahkan ikut media gathering ? ngapain aja misalnya..
- D : mungkin siihh. Saya gak tau, jujur aja sii saya yah .. saya gak tau. Dan saya emang gak doyan ikut media gathering. Kalo hanya untuk berkomunikasi, makan-makan mungkin iya... tapi ya hanya refreshing hiburan ya, tapi dari sisi substansi eeee masih banyak pekerjaan yang harus saya kerjakan. Itu intinya.
- T : oke mas.. eeee . Untuk sekarang sii cukup mas. Tapi kan kalo penelitian itu suka ada yang kurang atau gimana. Itu enaknya gimana yam as?
- D : you can call me, kamu telp aja ..
- T : setiap hari disini kan?
- D : ya, setiap hari saya disini. Saya libur minggu-senin.
- T : kalo breaknya biasanya jam berapa mas?
- D : kalo break saya ga ada istilah break ya..kalo terkadang kaya tadi misalnya jadwal makan siang jam 12, tapi sidang paripurna sampai jam 1 sampai jam 2. Saya kan ga bisa makan diantara jam segitu. Kita nyuri-nyuri waktu aja sii ... jadi ga ada istilah break nya jam berapa. Kita nyuri-nyuri waktu.
- T : jadi wawancara ini pun nyuri-nyuri waktu ya mas
- D : iya nyuri-nyuri waktu.
- T : Terima kasih banyak yam as, sudah banyak membantu. Doakan skripsinya.
- D : iya, cepet lulus lo!
- T : AMIINN.

Wawancara kedua dilakukan pada 17 November 2011 pukul 12.00 WIB di selasar Gedung Bundar DPR RI

- T : Mas kenal gak sii sama coordinator wartawan di DPR?
- D : kalo untuk.. saya bicara scoop tvOne ya, scoop tvOne itu memang lingkup kerja kita apa namanya tidak mengenal pengeposan orang, sebetulnya.. jadi misalnya kan kalo media yang lain cetak dan online dia di post kan di DPR dan dia suka ngumpul di press room. Patokannya adalah press room. Nah kalo tvOne, liputannya kan berdasarkan eee plooting dari kantor, misalnya hari ini saya harus nge garap komisi 7, komisi ini, harus ngegarap fraksi PAN dan fraksi-fraksi yang lain. Nah otomatis saya atau kita jarang sekali nongkrong di press room.
- T : ooo gitu, jadi nanti kalo yang di press room itu gimana?
- D : nah kalo di press room itu kan biasanya suka banyak kegiatan tuh, biasanya yang suka nongkrong di press room itu adalah wartawan-wartawan yang di post kan dan dia tidak dapat plooting dari kantor.
- T : jadi dia stay aja disitu.. nunggu ada apa...
- D : iya dia stay disitu.. nunggu ada apa... gitu kan kalo ada informasi yang berita baru baru mereka cari... gitu,
- T : jadi kalo misalnya tvOne tiba-tiba di DPR ada apa-apa gimana donk mas?
- D : karena kita agenda hari ini kita udah tau dari kemarin.
- T : jadi DPR itu gak mungkin ada agenda dadakan atau hal dadakan apa gitu?
- D : yang kita tau gak pernah. Jadi misalnya agenda-agenda komisi, tarolah ada rapat paripurna, ada RDP, ada pemanggilan siapa.. tarolah agendanya hari besok kita udah tau dari hari ini.
- T : itu tau nya dari siapa?
- D : kita banyak sumber. Nah karena kedekatan kita dengan eee personal-personal anggota komisi, personal-personal dengan fraksi, personal-personal dengan orang partai. Dia yang ngasih kabar. Tarolah misalnya saya sekarang ini megang komisi ee 6,7,8,9,10,11. Komisi 6-11. Saya kan setiap hari harus berkomunikasi dengan mereka. Agenda besok apa bos.. agenda besok ini ini ini..
- T : itu langsung ke orang nya, atau ke sekretariatnya..
- D : langsung ke orangnya.. saya tidak pernah menanyakan ke sekretariatnya dan tidak pernah menanyakan ke kordinator wartawan. Kamu harus tau, besar kecil yang disebut dengan koordinator pasti ada kepentingannya, apalagi kalo dia sesame wartawan. Semua media mau menghadirkan sesuatu yang eksklusif. Sesuatu yang beda dengan yang lain. Saya gak mau berita saya sama persis dengan TV yang itu, TV A atau TV B. berarti kan harus punya sesuatu, angel yang berbeda, tv yang berbeda, karena pada dasarnya tv seperti diawal ada agenda setting yang digiring oleh TV. Mungkin tv A hari ini maninin komisi 2 misalnya, tp tv kita memainkan

(Lanjutan)

komisi 4, ekonomi misalnya. Nah coordinator wartawan yang dia tau ee apa namanya hanya misalnya di komisi 2, sementara kita mainnya di komisi 3 artinya kan kita jarang berkomunikasi dengan mereka. Komunikasi mungkin iya, tapi tidak menentukan apa konteks apa yang harus kita liput atau sebagainya. Karena untuk elektronik itu jarang untuk kumpul-kumpul ee kebanyakan..

T : tapi aku sering liat Metro TV disitu lho mas..

D : itu si hilman,

T : yang gendut itu ya..

D : itu VJ. VJ itu yang liputan sendiri, dia bawa kamera sendiri.. VJ Metro TV yang ngepost disini hampir 3 tahun itu dia. Untuk tv. Untuk tvOne itu ga ada. Saya memang di post kan sama indri. Aku di post kan sama indri disini, tapi tidak seperti dia. Karena kan tiap hari saya kameramennya kan ganti, orangnya kan ganti.. kalo dia, dia itu sendiri tanpa cameramen tanpa driver. Kalo kita kan selalu bertiga.

T : oooo

D : ada istilah VJ, lha kita...

T : VJ tu kepanjangannya..

D : apa ya istilahnya..

T : ya itulah..

D : ya itulah.. apa yaa...

T : jadi sebenarnya pembagian tugas antara metro dan tvOne beda juga ya..

D : beda, mereka juga punya tim liputan, tapi mereka pasang disini. Dia yang selalu standby disini di pressroom. Jujur, saya sendiri jarang bekromunikasi dengan coordinator wartawan.

T : tapi tau ada?

D : tau. Ada. Kadang-kadang kalo misalnya kita lagi kosong ga ada acara, saya juga suka melongkok ke press room itu ada agenda apa gerakan disini..

T : berarti kalo yang Kamis yang dialektika demokrasi atau yang Jumat ada forum jumat itu..

D : kita jarang ngikutin, jujur kita jarang ngikutin. Karena isu yang dimanikan disitu belum tentu sama sama isu yang kita butuhkan. Misalnya ee.. hari Jumat kan suka ada marzuki alii.. suka ada priyo misalnya datang kesitu.. pimpinan-pimpinan DPR kan.. suka ada acara apa kaya gitu.. ee apa jujur saya ngambil..

T : walaupun ngambil doank?

D : jarang, jarang ngambil.. karena naikan isu. Ini isunya apa. Tarolah gini.. kita mainan resufle dia mainin resufle baru kita ambil dan suasananya paling saya doorstop saya janji diluar. Karena apa yang disampaikan disitu belum tentu sesuai dengan apa yang kita butuhkan angel nya. Saya sering ngeliat disitu misalnya liat oo DPR ada acara apa hari ini..

- T : oo disitu ada ya ..
- D : ada biasanya di tempel.
- T : setiap hari atau gimana..
- D : itu tentative tergantung ada kegiatan. Kalo kegiatan-kegiatan yang biasanya dipajang kan ada .. di tv itu kan,,
- T : TV parlemen.
- D : ya, tv parlemen itu. Itu kan bisa liat dari situ, kebanyakan kita, saya sambil lewat liat tv parlemen itu, kalo misalnya ada waktu ya kita liat itu ya liat-liat doank, liat ada apa disni. Ada informasi apa. Tapi kebanyakan ya itu tadi masalahnya tidak sesuai dengan apa yang kita kejar. Ngerti gak? Sehingga jujur tanya saja sama temen-temen tvone semua.. tiap ada koordinasi wartawan yang ada di press room saya jawab pasti tidak. Karena itu tadi karena kita itu tadi kita beda plooting penugasannya. Jadi dari kantor kita sudah punya tugas, gua harus nyari ini, orangnya ini... jadikan kita tidak tanya ke kordinator wartawan, ada apakah gerakan hari ini. kamu cek yang suka nongkrong disitu biasanya anak apa.. pasti anak cetak dan anak online. Kalo anak elektronik itu jarang. Artinya elektronik tv, kecuali si hilman itu yang VJ nya metro, karena memang dia stay disini. Gitu. Dan metro juga punya tim liputan kalo yang nyari-nyari itu ada tim liputannya. Kalo dia memang kasak-kusuk kemari-kemari. Gitu, ngerti kan maksudnya? Kita merasa koordinasi dengan coordinator wartawan kita pernah berkomunikasi tapi tidak dalam konteks untuk menentukan ada berita apakah die DPR hari ini dan kita juga tidak pernah tanya ke mereka kita ada berita apa. Enggak. Karena kita dari kantor udah punya plooting.
- T : itu kan yang punya dari kantor ya mas, itu hal-hal apa saja sii yang menentukan hari ini harus a bsk harus b?
- D : itu agenda setting, kita mainan apa isu nya. Misalnya kabar petang, kaya kemarin, mau naikin masalah sidaknya eee masalah adanya fasilitas mewah di salemba misalnya. Itu kan harus dilihat.. nah kita yang ngegarap. Mulai janjian dari orangnya..
- T : itu dari atasan yam as..
- D : itu dari produser. Produser itu kan rapat..
- T : mas ikut gak rapatnya?
- D : kalo rapatnya kita enggak. Karena yang ikut rapat itu hanya produser dan beberapa coordinator lapangan. Coordinator lapangan juga tidak banyak bicara, hanya ooo hari ini tau ada plootingnya ini misalnya.. isu yang mau diangkat masalah ini.. baru diturunkan, wartawan yang ngeliputnya siapa.. berdasarkan planning. Kan pagi itu ka nada planning tu di kantor. Planning hari ini misalnya, saya dharma, meliput apa. Rendra meliput apa, nah itu kita dateng kemanapun Cuma mikirin itu doank.
- T : jadi liat daftar itu terus cabut..

(Lanjutan)

- D : udah.. liat daftar itu oo kita ngegarap ini, cabut.. gitu.
- T : jadi proses pembentukan framing sendiri itu mas kurang terlibat?
- D : kalo wartawan memang tidak banyak terlibat, tapi saat ini wartawan juga banyak dimintai informasi, karena misalnya kita ni lebih banyak tau di DPR. DPR yang lagi panas isunya perkembangannya apa.. eee kiorlip sama produser suka nanya, apa ni yang bisa dimainkan di DPR, terus kita kasih masukan, misalnya impor beras lha eee RUU pemilu lah, RUU ormas lha, kita kasih masukan itu. Dikasih waktu untuk ngegarap itunya kapan, ya tergantung momen, tapi informasi-informasi yang disini ya kita sharing dengan produser, karena mereka nanya dan sharing juga dengan korlip. Apa yang bisa dimainkan di DPR? Missal sekarang kan masih RUU pemilu kemudian masih pemilihan masalah Newmont, masalah ee apa eee hasil bank century, yang kaya gitu lha. Tapi kan itu udah lama tapi masih hangat untuk diangkat. Hal-hal yang kaya gitu.
- T : jadi misalnya kalo ada jadwal sidang komisi mas berhubungan dengan orangnya langsung itu..
- D : ya kebanyakan kita berhubungan dengan orangnya langsung, person per person. Jujur misalnya saya punya.. kalo disebut informan, bukan informan ya.. punya beberapa anggota dewan yang dekat yang selalu kita eee ajak komunikasi, misalnya di komisi 1 ada, 2,3,4,5,6,7,8,9. Minimal kita tanya dan dapat informasi dari mereka.
- T : komisi 3 siapa mas?
- D : adalah...
- T : om ku disitu..
- D : siapa?
- T : Pak Tjatur.
- D : aku kemarin ketemu beliau di ruangannya, pas hari apa yaa..
- T : lantai 20?
- D : iya..
- T : aku wawancara dia juga soalnya..
- D : tanya, kenal gak dia sama dharma tvOne.
- T : oo iya,
- D : aku terakhir wawancara dia masalah ini, poros kebersamaan. Parlementary threshold, masalah RUU pemilu. Terakhir pas sebelum aku ke Kalimantan. Hari selasa.. oo itu om?
- T : iya, sepupunya ibu.
- D : terus?
- T : ya gitu. Naahhh mas kan waktu itu gak mau ikutan media gathering karena sibuk gitu.. sibuk itu sibuknya gimana mas? Atau adakah alasan lain dibalik itu? Kaya misalnya gak penting-penting juga atau apa, atau gimana?

- D : tergantung dari sisi kepentingan. Misalnya begini, yang saya tau kantor kita itu tidak boleh eee ijin atau liputan keluar yang konteks nya bukan liputan lebih dari 3 hari. Misalnya jalan-jalan, kecuali kita emang liputan. Liputan ada momen, misalnya kemarin saya pergi liputan keluar kota 4 hari karena memang itu liputan. Kalo media gathering kan kesannya bukan liputan. Media gathering kan hanya mendekatkan antara sebuah corporate dengan media. Ee mungkin bisa jadi bisa dijadikan liputan, tapi kan angel kita kan gak dapet disitu, ngerti gak? Jadi tvOne itu gak ... mungkin kalo tv-tv lain itu bisa diangkat jadi saebuah berita ya, bahwa DPR menggelar media gathering, kemana.. diikuti oleh berapa banyak, mungkin bagi media lain itu bisa dijadikan berita, ada new valuenya.. tapi mungkin bagi kita news value nya.. iya karena rat kita menempatkan beritanya di posisi mana kalo itu beritanya di posisi mana..
- T : emang kalo tvOne di posisi mana?
- D : mungkin kamu bisa liat dari sisi pemberitaan, apa saja yang kita beritakan gitu. Eeee sosial oke, tapi sosial yang seperti apa gitu. Kan kita banyak mainnya di politik, hukum. Banyak mainnya kan disitu, kalo media gathering dimana, sosial kan.. sosmas. Tapi new valuenya mana? Beda kalo misalnya seorang mantan atlit dapet medali emas misalnya tapi jadi tukang becak..
- T : itu kaya trans deh..
- D : ya kaya trans. Itu kan soft news, kadang kita juga garap yang kaya gitu tapi tergantung momen. Di sea games ini baru mainkan, tapi dimainkannya hanya satu dua kali. Kalo trans TV kan terus sampe tukang sapu-sapu taman bersih-bersih taman juga dijadiin profile kan, di sea games ini.. jadi tergantung dari eee fram pemberitaan yang kita angkat. Kemudian.. eee ya itu tadi karena kantor membatasi ...
- T : tapi kan gak nyampe tiga haru juga sii mas..
- D : kalo pas waktu libur, saya bisa ikut. Tapi pas waktu kerja harus liputan gini misalnya kan ga bisa. Bitu lho.. dan ya itu tadi saya ngerasa itu oenting untuk mendekatkan silaturahmi tapi kalo misalnya kita memiliki tugas yang lebih penting lagi untuk ngegarap isu, pasti saya akan..
- T : tapi sebenarnya tvOne gak ngelarang kan mas? Boleh gas ii?
- D : boleh aja sii, cuman ya itu tadi.. eee mungkin,, apa yaaa .. kaya kemarin kan ya ada 80 wartawan diajak ke Bangka Belitung sama anggota DPR juga sama saya. Sebentar lagi juga ada media gathering sii tapi gak tau dimana tempatnya, tapi kemarin ke Bangka Belitung, berapa hari gitu.. kita ga ada yang ikut. Kebanyakan yang ikut cetak, elektronik.. ee cetak dan online yang banyak ikut. Kalo yang TV itu masalahnya,. Kita mau ambil apa disitu,, kalo cetak dan elektronik kan dia bisa ee bisa memainkan itu sambil ngobrol gitu, yak an? Kalo cetak kan tinggal kirim bbm, kirim via email jadi naskah, bisa terbit kan ? fotonya kan bisa upload

(Lanjutan)

tapi bisa tidak pake foto. Online juga sama. Kalo kita main di gambar. Kita misalnya ngobrol masalah ada anggota DPR yang terduga prostitusi misalnya disitu, kalo tidak ada gambarnya kita jugasusah naikkannya. Gitu lho.. jadi mainnya disitu, momentum kemudian kepentingan kantor memainkan isu apa sehingga mungkin sedikit teman-teman yang istilahnya jarang lha ikutan media gathering, bukan berarti kita nganggep ga penting tetapi media gathering bagi yang lain. Tapi kita ada skala prioritas lain yang memang harus kita selesaikan. Mungkin untuk refreshing oke lha kita butuh refreshing tapi ya gimana ya.. gak pas atau gimana..

T : masih penting gak sii media relations antara humas, pemberitaan dan wartawan? Atau karena yang mas bilang sudah ada hubungan personal jadi yaa penting penting gak penting gitu..

D : media relations memang, pada sisi lain dibutuhkan terutama bagi hubungan antar lembaga, tapi bukan pada konten masalah. Media relations menurut saya itu dibutuhkan hanya untuk menjaga hubungan antar lembaga saja, antar tvOne dengan DPR, oke. Itu dibangun. Tapi itu ketika turun kepada konten, ketika DPR inginkan ini yang dimuat, ada ini yang diliput, oo kita tidak main di tataran itu. Ngerti gak maksudnya?

T : iya ngerti.

D : jadi media relations yang saya liat, itu dibutuhkan hanya untuk menjalin komunikasi yang sifatnya korporat antar lembaga dan lembaga, memang itu eee apa. Itu kan bagian petinggi dan petinggi, tapi kalo itu masuk ke bagian misalnya, media relations humas sudah memainkan ee ada agenda ini nii harusnya diliput, kontennya ini, tidak boleh ini tidak boleh itu.. kita tidak main disitu. Gitu lho.. apakah ee selama di DPR saya belum pernah ketemu dengan orang biro humas DPR untuk menanyakan ada berita apa, ada informasi apa yang bisa dimainkan saya belum pernah. Dan saya tidak pernah ketemu dengan mereka. Karena itu tadi informasi sumber berita yang kita cari itu lebih kepada person per person. Orang per orang, komisi pada komisi. Dan kalo kita nanya ke humasnya, mbak au gak agenda komisi 3 hari ini,, dia belum tentu tau.

T : kemarin itu aku dapet informasinya biasanya kalo jadwal-jadwal persidangan itu dapetnya dari pemberitaan, nah katanya nanti biasanya carainya ke pemberitaan. Gitu.

D : aku enggak,. Jujur saya selama disini tidak pernah datang ke pemberitaan untuk tanya agenda komisi 7 besok apa, komisi 2 besok apa.. paling banter-banternya saya ngecek dari eee apa web nya. Dari webnya, paling banter ngecek dari web itu. Apa sii agenda hari ini, tapi itu kan sebetulnya ngecek agenda doank, ada gak yang lebih penting yang bisa di... tarolah saya dari kantor harus ngeliput A, saya liat misalnya agendanya oo ini ternyata ada agenda ini ni,, yang tidak diketahui, baru saya sending report ke kantor. Bos di komisi ini ada ni ni hari ini, mau diambil gak? Kalo

misalnya aduh gak usah lha. Jujur ya.. kita misalnya liputan 3, yang satu ploating kantor yang 2 inisiatif kita kalo kantor gak main yang 2 ini ga akan dinaikin. Akhirnya kita harus hemat energy donk, buat apa gue capek-capek ngejar komisi itu kalo kemudian gak naik.. itu kan kasarnya kita. Bukan berarti event itu gak penting. Tapi kan eee kita juga harus mikir, berita gue itu harus naik kan gitu. Makanya harus report dulu ke kantor. Ini di komisi ini ada ini.. kalo misalnya kita tidak dapet informasi dari anggotanya. Di komisi kayanya hari ini ada yang DP misalnya dengan ini, dengan ini, dengan dirjen misalnya atau dengan menteri atau sebagainya. Mau diambil gak? Isunya apa? Isunya ini.. wah kita gak kena misalnya. Gak diambil. Tapi kalo misalnya ada itu atau misalnya ada pertemuan, interest kantor, baru kita garap. Tapi itu tetep liputan kedua, karena adalah liputan pertama kita harus dapet ini. gitu.

T : waaa.. agak gimana juga yam as jadi wartawan, harus dapet..

D : iya sii,. Intinya komunikasi. Kemudian lagi eee untuk hubungan personal dengan biro humas dan sebagainya memang harus di bangun si sebetulnya. Memang hanya untuk personal saja, ya itu tadi untuk masalah konten NO, saya tidak mau dicampuri atau diintervensi untuk mengatur masalah konten atau liputan hari ini atau isu apa yang saya mainkan eee No. saya gak mau. Jujur, sebagai pribadi, saya padahal disini baru berapa bulan, banyak orang yang nyamperin saya untuk minta diwawancarai,

T : hah? Siapa?

D : ada laahh..

T : maksudnya anggota DPR?

D : ya anggota DPR, tapi yang ngomong bukan anggota DPRnya, tapi staf ahlinya dia nyamper. Bapak mau ini ini ini.. bisa.. yang kaya gitu kan beresiko, dia kan mau tampil, kalo misalnya gak tampil, dia komplek ke gue donk..

T : misalnya udah di wawancara tapi ga tampil gitu?

D : iya gak ditayangin gitu, dia kan komplek ke gue donk.. ogah ahh gue gak mau. Ee apa namanya, kecuali memang isunya dibutuhkan. Tapi kan ee kita kita juga mencari famous, populer .. mencari orang-orang yang populer kan... mencari orang-orang yang banyak dikenal dan vocal. Tarolah misalnya ada 10 orang yang vocal, tiba-tiba muncul orang yang ke sebelas misalnya, apakah orang akan kenal dengan orang yang ke 11 ini? yang jarang tampil di tv, kemudian statemen nya datar-datar saja, kita paksakan angkat, selain reputasi kita yang jatuh perusahaan juga jatuh, ngapain tvOne mewawancarai orang yang tidak dikenal dan pernyataannya datar-datar saja. Bunuh diri donk gue! Jujur banyak sekali orang yang nyamperin, ingin ber-statement gitu. Ingin memberikan..

T : nyamperinnya disini..

(Lanjutan)

- D : iya disinilaaahh.. disinilah.. orang yang nyamperin ingin ber-statement atau di komisi misalnya.. misalnya saya masuk komisi satu terus dia nyamperin.. mas... bla blab la bla .. boleh ya ibu mau ini ini ini.. saya punya strategi lain bagaimana untuk menolaknya. Karena ya itu tadi saya tidak mau saya terbebani kalo gak naik itu. Makanya saya lebih baik gak sama sekali..
- T : eeee wah mas jawabannya gitu, jadi pertanyaanku tentang konferensi pers dan press release memang udah gak anu ya mas..
- D : jadi gini, eee konferensi per situ tergantung pada apa yang di isu kan dan apakah itu sejalan gak dengan apa yang kita mainkan. Banyak sekali misalnya press conference ee mengenai TKI yang ingin di pancung dan sebagainya, tapi ketika hari ini kita tidak mainin itu, itu susah juga..
- T : itu mereka ngundangnya gimana mas?
- D : mereka sii biasanya ngundangnya ke kantor, kalo misalnya mereka sudah kenal kita biasanya mereka sudah langsung nge bbm saya, nelfon atau sms dari mereka-mereka yang mau bikin konferensi pers.
- T : itu biasanya siapa?
- D : itu orang-orang yang mau bikin konferensi persnya.. misalnya kalo TKI banyaknya migrant care, oneng, rieke diah pitaloka, dia nge bbm atau sms
- T : mau ada konferensi pers ni..
- D : ya, disini, jam berapa.. di ruangan mana.. dan dia juga ngirim ke kantor. Misalnya ngirim nge fax dan sebagainya. Nah itu tadi terkadang kita ambil kalo momentnya memang pas, terkadang tidak dihiraukan artinya aduh mbak kita hari ini lagi liputan dimana.. kita gak bisa dateng blab la bla..
- T : berarti dalam sehari itu banyak yam as yang minta diliput atau apa..
- D : banyak kalo misalnya eee apa konteksnya eee apa ya.. kalo konteks isunya yang hot pasti kita garap. Kalo isu nya yang biasa-biasa itu sii susahnya.
- T : seneng gak mas jadi jurnalis?
- D : bagi saya,
- T : pertanyaannya agak menyimpang..
- D : karena memang sejak kecil, suka dengan dunia menulis suka dengan dunia broadcast, jadi ya seneng.. mungkin ini habit saya disini, mungkin profesi saya disini..
- T : tapi terkadang merasa under preasure gak sii?
- D : under preasure jelas. Ada ketika misalnya eee kita harus mendapatkan sesuatu situasinya sangat ribet kemudia appointmentnya juga susah, nah di situ kita sangat under preasurenya. Andaikan isu nya dapet, tapi situasi di lapangan tidak memungkinkan ya kita under preasure juga dan apalagi kalau eee mengejar momen yang hanya sekali misalnya.. ketika mengejar momen yang hanya sekali ee kita telat lha disitu under preasurenya. Nah disitu kita kejar-kejaran dengan waktu disitu under preasurenya. Kalo misalnya hanya appointment telepon, kita mau wawancara tentang ini.. kita

mau ketemu dimana nih.. ya udah disini aja jam 1. Kaya sekarang nih.. yaudah santai aja nunggu disini, tapi ketika misalnya kita harus mengejar seseorang atau public figure atau orang yang bermasalah, tau dia jam sekian ada disini, jam sekian ada disana kan kita harus ngejar tuh harus dapet, nah disitu lha under pressure-nya. Karena kalo tidak dapet momen atau event itu ya kredibilitas atau kita sebagai pribadi juga kan probadi kecewa dan kantor kan juga neken gitu. Tapi tidak akan di pecat, hanya ee ya ada lah under pressure-nya. Lo kesini lo.. apalagi korlip, tapi selama ini saya nikmatin, saya jalanin karena itu memang bagian dari profesi, bukan resiko ya tapi itu bagian dari profesi, warna warni profesi wartawan memang begitu. Dinikmatin, disyukurin, dijalanin. Ya biasalah hari ini kita dapet eksklusif, besok biasa, mungkin besok lusa kita jebol.. arti jebol itu ya gak dapet. Harus dapet ini, mungkin besok kita terlambat atau kita .. ini kan bisa jadi jebol.. menurut saya sii itu hal yang biasa dalam seorang jurnalis. Di pressure dari kantor harus dapet ini itu dan sebagainya, kita gak dapet.. yaw ajar lah banyak yang dimaki-maki lha .. banyak yang diomelin lha tapi ya selama ini saya belum pernah di maki-maki lha .. tapi tetep aja kalo kita kerja-kejaran dengan waktu takut kehilangan momen disitu stressnya, dan itu stress bersama. Kita, cameramen, driver, stress juga. Tapi ya kita cooling down ya akhirnya biasa lagi. Dinikmatin aja dan harus dianggap bagian dari profesi, bagi saya hari ini dapet eksklusif besok dapet liputan biasa, lusa bobol ya itu kan biasa.. tidak selamanya beruntung.

- T : pertanyaanku kayanya udah gak bisa ditanyakan lagi deh!
- D : apa? Mau tanya apa lagi?
- T : masa ada pertanyaan yang jadi press release yang ideal untuk wartawan itu seperti apa? Kemarin kan mas bilangnya butuhnya yang tajam dan investigative..
- D : jadi kalau press release itu, yang ada saat ini hanya informasinya bersifat dangkal kan.. hanya data-data yang... itu kita bisa gunakan lham tapi hanya sebagai eee rujukan biasa, karena tv itu wawancara sebanyak apapun yang diambil kan, yang ditayangkan, kecuali yang eksklusif banget, itu di roll. Tapi untuk ngambil SOT dan sebagainya itu paling antara 45 detik sampe 1 menit yang diambilnya. Ketika misalnya press conference lama-lama, dia ngejelasin ini itu dan sebagainya kan itu gak kita ambil semua. Tapi ee kita masih butuh, dia sudah punya release, dia sudah press conference, tapi tetep saja saya harus doorstop karena yang diomongin itu gak kena gitu. Gitu lho.. karena yang namanya press release kan pasti sesuatu hal,, kalo misalnya dari ini untuk klarifikasikan biasanya yang baik-baiknya, menolak ini itu dan sebagainya, kalo misalnya release dari itu eee ya menyangkut data-data lha.. memang harus ideal sii.. tentang apa data-data yang lengkap, yang valid dan juga didukung dengan bukti

(Lanjutan)

otentik, itu sii.. harusnya seperti itu.. tapi kan eee mungkin release itu dibutuhkan oleh cetak dan online. Kita juga butuh. Hanya kan hanya sebagai rujukan saya, karena kita kan mainnya di SOT..

T : SOT apa mas?

D : sound on tape. Wawancaranya..

T : maaf ya mas, istilah-istilah kaya gitu kurang paham, bukan anak jurnal soalnya.



LAMPIRAN 5
Transkrip Wawancara Informan 4

Wawancara dilakukan pada 4 November 2011 pukul 13.40 WIB di Ruangan Informan

T : Peneliti

S : Informan

T : Skripsi ku kan judulnya ‘Peran Humas Lembaga Negara dalam Menjaga Reputasi Organisasi’

S : Wah bagus tuh.. ;)

T : Studi kasusnya di DPR RI. Jadi pengantarnya om sebagai anggota DPR citra dan reputasi DPR saat ini itu seperti apa?

S : reputasi dan citra DPR?

T : he ehh..

S : kalo melihat pandangan publik pada DPR ya, itu memang sekarang tidak terlalu baik. Harus diakui. Tetapi itu bukan bukan, bukan karena DPR nya tidak baik.. kalo menurut saya yaa.. dan bukan juga karena publiknya ... bukan satu-satunya lah, itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama memang, memang mungkin sebagian ada kinerja DPR yang kurang baik.. adalah atau beberapa oknum yang kurang baik. Pokoknya tidak semua baik. Yang kedua, ya memang masyarakat tidak punya.. atau tidak bisa mengakses kebenaran-kebenaran yang ada di DPR. Yang ke tiga ya ini, pengaruh dari media.. yang mayoritas dan menurut saya.. dan saya melihat ada kelompok-kelompok tertentu yang mengdeskriditkan DPR secara sistematis. Jadi ini variabel-variabel ini jadi satu. Terus kemudian orang .. kemudia emang kurangnya informasi hal-hal yang positif tentang DPR. Nah inilah.. dari DPR sendiri ya.. DPR tu tidak banyak mengabarkan hal-hal positif tentang dirinya kepada masyarakat.. padahal hal itu sangat banyak. Bahkan menurut saya lebih banyak positifnya daripada negatifnya. Kalo DPR lebih banyak negatifnya dari positifnya.. udah ancur negara ini. kenapa begara ini jalan terus.. bagus.. karena DPR.. salah satunya adalah DPR lebih banyak positifnya daripada negatifnya. Gitu.

T : nah supaya masyarakat tau bahwa DPR lebih banyak positifnya daripada negatifnya itu gimana?

S : nahh.. itu harus ada pesan-pesan yang masiv dari DPR kepada masyarakat yang dikelola secara profesional.. secara baik. Seperti yang dikelola oleh lembaga=lembaga lain. DPR itu perlu komunikator yang baik. Dan selama ini ga ada.

T : nah secara konsep, yang sebenarnya bertugas mengaturkomunikator itu kan humas.. public relations.. nah om tau gak sii kira-kira ni.. di humas ini

(Lanjutan)

- udah ngapain aja sii untuk mempublikasikan hal-hal positif ke masyarakat?
- S : humas kita ini kan pegawai negeri yang mungkin sangat mungkin saya gak terlalu kenal ya.. itu tidak mempunyai background profesional di bidangnya.. nahh sehingga apa yang dikerjakan itu mungkin sudah banyak, tapi tidak terlalu berhasil, tidak terlalu dirasakan oleh masyarakat. gitu.
- T : terus yang ideal itu harusnya seperti apa om? Harusnya dia melakukan apa sii?
- S : yang ideal, humas nya ini harus profesional, harus paham betul atas kondisi masyarakat kita, bagaimana berkomunikasi dengan masyarakat kita.. bagaimana cara menhayer media masa, dan sekarang ini ga ada..
- T : tapikan om kemarin aku juga wawancara jurnalis, tvOne kebetulan. Mereka tu hubungan dengan para anggota DPR itu person per person.. jadi tidak melalui humas gitu,,
- S : lha iya..
- T : jadi sebenarnya seharusnya bisa melalui humas dulu?
- S : ya tidak begitu juga. Tapi untuk hal-hal tertentu yang sensitive, yang DPR perlu satu suara terus yang mengkomunikasikan hal-hal positif yang menyangkut seluruh anggota dewan, harus ada satu atau dua orang yang menyampaikan itu. Karena kalo DPR ini kan institusi yang yang.. yang beda dengan pemerintah, beda dengan perusahaan, beda dengan yang lain-lain. Kalo yang lain-lain kan satu suara. Ada ketuanya.. kalo DPR kan enggak..
- T : ada 560 kepala yang bisa bicara..
- S : he ehhh.. semuanya bebas.
- T : tapi om kenapa humas seperti itu, secara struktur dia kan terlalu dibawah ya om.. dari sekjen, deputi, biro terus baru humas.. apakah seharusnya dia harus menempati posisi yang lebih strategis daripada itu?
- S : oiya... saya kira humas itu eselon satu kalo DPR. Kalo di tempat lain eselon tiga. Tapi kalo di DPR itu harusnya eselon satu dia. Karena fungsinya jauh lebih pentng daripada yang lain. Karena politik. Ini kan lembaga politik. DPR itu lembaga politik, kalo politik itu citra itu nomor satu. Maka khusus DPR humas itu harus diisi orang-orang yang capable dan pangkatnya tinggi, dia bisa mengatasmamakan sekjen.
- T : kalo setau om sekarang program-program apa aja yang sudah dilakukan humas? Aku mau mengkonfirmasi sii.. apakah anggota DPR itu tau gak sii dengan program-programnya humas
- S : yang saya tau.. dia bikin program di TVRI, dia bikin program di .. apa... tv parlemen, dia bikin acara wayangan.. apa kek.. gitu,,
- T : dan itu belum efektif ya om?
- S : endakkk.. yang kita butuhkan itu, misalnya kita sudah satu suara.. dalam berbagai hal.. salah satu hal ah. Naahh dia harus menjadi .. manakala DPR

sudah sepakat.. dia harus .. dia bisa menjelaskan kemana-mana ke tv-tv swasta bisa dia konferensi pers atas nama sekjen, tentang hal-hal yang menyangkut DPR.

T : dan kalo tv parlemen itu banyak pengaruh gak om? Dia kan bisa streaming lewat website..

S : ya bisa.... Cuman orang nya itu siapa gitu lhoo..kalo presiden kan punya juru bicara yang bisa menjadi komunikator yang baik kan.. terus si KPK juga punya tu si Johan.. strategis strategis itu punya juru bicara..

T : DPR yang gak punya..

S : polisi.. DPR siapa? Ga ada.. adanya pating celebung satu-satu itu. Itu gak bagus.

T : om pernah berhubungan sama humas? Sebagai humas itu kan.. om sebagai wakil ketua komisi dan ketua fraksi misalnya minta konferensi pers, minta data..

S : gak tau...

T : gak pernah om?

S : (menggeleng)

T : kalo kunjungan kerja ada wartawan yang ikut gitu?

S : ada baru kemarin.. ada orang yang motret-motret aja.. tapi ya gimana yaaa.. harusnya tu ada di tvOne, di metro TV apa yang sudah dikerjakan oleh DPR.. terus berinteraksi dengan masyarakat.. jadi DPR ini sudah mengerjakan ini ini ini.. kita kerja kan sampe malam juga. Di DPR itu gak pernah berenti lho.. kerja DPR itu..

T : kemarin itu jurnalisnya juga bilang, sebenarnya citr DPR itu buruk bukan karena DPR gak bisa kerja tapi dari satu dua orang yang bermasalah makanya yang dibawa buruk se DPR-DPRnya..

S : lha ya itu.. itukan bisa keliatan, oang bermasalah itu kan bisa dimana-mana.. di UI rektornya aja bermasalah kok. Iya. Orang bermasalah itu gak Cuma di DPR. Dimana-mana.. dimana aja ada orang bermasalah, cuma kenapa .. orang yang bermasalah di DPR. Lembaganya jadi kena.. kalo di tempat lain enggak.

T : yang kemarin wartawan dateng itu inisiatif sendiri gitu om? Atau om nya..

S : yang mana?

T : yang kunjungan kerja

S : itu wartawan humas..

T : maksudnya om yang ngabarin atau gimana..

S : yang ngurus sekretariat..

T : ooo jadi sekretariat yang berhubungan dengan itu..

S : (mengangguk).

T : om tau gak tentang bulletin dan majalah parlementaria itu ?

S : ada.. tau..

(Lanjutan)

- T : dan kayanya kurang booming jg om..
- S : seharusnya itu ada ti tv..
- T : tapi kemarin itu aku tanya jurnalis, kenapa sii lebih banyak negative nya.. terus dia beralih. Lho setiap media itu punya agendanya masing-masing mbak.. jadi apapun agenda itu akan mengejar agenda itu...
- S : nah makanya.. media kita kan corporate media.. tapi bukan media yang mengabarkan berita.. enggak.. tapi media itu ..
- T : gak cover both side itu..
- S : tapi media kita itu.. sudah ada kepentingannya.. misalnya metro tv.. yang punya.. surya paloh.. dia punya partai, partainya partai baru. Sepuaya partai barunya itu bisa dibeli orang, maka dia menjelek-jelekkkan partai yang sudah ada.. kan gitu. Jadi semua yang di DPR itu jelek. Semua ... supaya partai baru yang di media itu .. orang menganggapnya lebih bagus dari partai-partai yang sudah ada. Kan gitu. Jadi ini sebetulnya dagang-dagang aja.. ini hubungan, hubungan dagang bukan politik.
- T : iya sii omm..
- S : tvOne, punya nya ical bakrie .. partai golkar.. iya too..
- T : apalgi tivi-tivi berita yang punya kepentingan..
- S : ya semua sudah punya kepentingan, seperti itu.. dia ya sekarang itu TV sudah ada kepentingannya, lembaga survey... yang seharusnya tidak ditransaksikan, ditransaksikan sekarang ini.. lembaga survey itu artinya dia survey terus dia anu kan.. menyampaikan sesuatu yang dia temukan, tapi sekarang enggak kan.. lembaga survey kan dibayar supaya survey nya nantinya hasilnya begini.. kemudian disampaikan ke orang mempengaruhi opini orang.. gitu.. jadi semua urusan dagang-dagang aja..
- T : kalo dari komisi III suka nerima kaya demooo gitu gak om? Karena humas bilanganya kan mereka menerima penghubung antara pendemo dan komisi-komisi..
- S : ooh sering.. paling sering..
- T : jadi dipertemukan disitu..
- S : iya tapi pake surat.. kalo langsung kita males..
- T : sudah dalam kondisi panas ya om..
- S : ya orang kalo demo kan gak bisa dialog.. orang demo..
- T : kalo parlemen remaja tau gak om..
- S : gak tau..
- T : jadi itu kaya ada tingkat mahasiswa dan tingkat SMU yang didatangkan kesini dan dia kaya simulasi membuat undang-undang.. ada yang dari pihak pemerintah, komisi..
- S : Ooo bagus itu..
- T : terus gimana om supaya anggota dewan dipercaya rakyat om?

- S : gampang.. anggota dewan ini kita kan kalo didaerahnya rata-rata.. rata ya setau saya lebih dipercaya oleh rakyat.. dia gak dipercaya rakyat di media aja..
- T : kalo hasil-hasil survey gitu..
- S : lha iyaa..hasil-hasil survey itu susah juga kan, yang mendanai siapa.. ini negara kita ini.. tidak murni kita semua ini.. ini ada yang menseting dari luar supaya DPR nya dianggap jelek, pemerintahannya dianggap jelek, supaya rakyatnya tu tidak percaya pemerintah. Supaya negara ini gak maju.
- T : terus apa yang harus dilakukan?
- S : lha makanya yang dilakukan harusnya kita ni bersatu, Cuma karena itu kita jadi gak bisa bersatu. Kan negara luar pengennya kita pecah, negara luar pengennya kita tidak bisa membangun. Cuma ada kelompok-kelompok orang yang diseting, supaya dia jelek-jelekan DPR terus, atau jelek-jelekan pemerintah terus.. dan seneng.. rupaya orang kita ni seneng, seneng kalo saling menjelek-jelekan. Iya, karena kalo anggota DPR kita.. atau gampangnya gini, orang yang sudah dituduh jelek-jelek itu kalo pemilu dipilih lagi oleh rakyat..
- T : kenapa?
- S : lho berarti dia disenengin oleh rakyatnya..
- T : hehehe
- S : lho iya.. misalnya gini nii.. gampangnya gini. Pak fauzi bowo, itu kemrin di demo.. dihantem di demonstrasi.. terus dihantem di media-media massa Karena ucapan dia perkosaan di angkot itu karena rok mini. Ya... tetapi setelah dilakukan survey yang .. yang ini..
- T : sebenar-benarnya..
- S : yang benerr.. ternyata 70% orang DKI itu setuju dengan pernyataannya pak fauzi bowo.. tapi itu tidak dipublikasikan.
- T : woowww..
- S : iya.. ternyata orang-orang banyak tu bener tu ucapannya pak fauzi bowo itu yang menyebabkan perkosaan banyak itu karena pake rok mini.
- T : jahatnya media tidak mempublikasikan itu ya om..
- S : memang itu survey nya dia, tidak di publikasikan. Tapi dia firm aja.. ini surveynya dia yang tidak dipublikasikan. Dan saya tau.. bukan dia ya.. tapi organisasi lembaga survey yang saya tau kredibel dan dia jarang menyampaikan gitu tu jarang..
- T : kenapa gak berusaha menyampaikan?
- S : ya buat apa..
- T : ya biar publik tau..
- S : ya kalo publik tau nanti ini dibilang oo ini yang bayar fauzi bowo.. kan begitu. Ya gak mau dia. Survey itu yang benar, yang disampaikan publik itu yang ga ada yang biayai. Kalo survey itu dibiayai, itu gak usah

(Lanjutan)

disampaikan ke publik. Buat apa disampaikan.. saya survey buat saya, buat saya sendiri nii buat apa saya sendiri.. ya buat apa saya sampaikan kan buat rahasia saya..

T : tapi kalo itu bisa mempengaruhi opini publik?

S : sekarang itu yang seneng dibaca orang itu yang jelek-jelekan orang.. yang baik-baikin orang gak dibaca orang. Males orang..

T : hehehe

S : lho sekarang yang di koran.. itu yang yang misalnya.. eeee apa.. prestasi SBY jelek.. ya kan.. hari ini yang Indonesia juara penyuaap nomor 4. Yang gitu-gitu..

T : tapi kan fungsi media memang fungsi pengawasan gitu om..

S : iya.. Cuma bedaa.. beda kalo kita di Denmark, kita di Norwegia,, atau kita di Malaysia.. itu yang bagus-bagus yang diberitakan ini.. sehingga kita ini merasa bahwa negara kita ni bagus.. ya kalo disini ni yang dimuat yang jelek-jelek, akhirnya ni apa.. ya kalo kita ni kan udah tua udah ngerti yang bagus yang mana yang jelek yang mana tapi yang mahasiswa ini yang anak SMA, mereka berfikir kalo negara kita jelek.. negara kita jelek.. terus. Akhirnya nanti jelek jelek jelek jelek terus.. akhirnya ada kepercayaan bahwa negara kita ini jelek. Gitu. Ini yang gak disadari.. kalo ditempat lain, kalo jelek dikasih pemerintah, pemerintah memperbaiki itu diem-diem.. ini kamu jelek lho.. jelek lho.. kalo di kita kan enggak. Di kita yang jelek yang disebarkan.. yang bagus tidak terlalu.. tidak terlalu di anu.. sehingga orang kita ni.. lama-lama bangsa ini jadi tidak yakin bahwa kita ini baik. Bahwa kita ini bisa baik jadi gak yakin.

T : jadi semua ketidakpercayaan..

S : iya... jadi ujungnya ini ditanamkan kepada bangsa ini kepada anak mudanya ni.. tu orang-orang tua tu jelek.. terus sekarang sudah mulai digulirkan juga politisi muda, jelek.. politisi muda koruupp.begitu.. lama-lama orang tu ahhh ngapain sii politik-politik itu.. yang anak-anak pinter itu begitu.. lama-lama yang masuk politik maling-maling semua. Ya anak ITB gak mau masuk politik, anak UI males masuk politik.

T : iya yang seperti itu aja sudah jarang di UI..

S :lha iya kan.. iya. Adik-adik saya yang dateng kesini.. mau nya usaha.. mau nya entrepreneur.. mau nya bisnis.. yang politik udah gda yang mau.. ahh politik jelek kok mereka pikir. Akhirnya yang masuk politik anak-anak yang gak jelas sekolahnya darimana.

T : yang bener-bener yaaa ga ada pilihan lain..

S : rusak negara ini kalo politiknya diisi orang yang bodoh-bodoh.. ya ini yang maunya orang luar supaya negara kita ancur. Nah ini tidak disadari. Saya...

T : prihatin..

- S : prihatin. Dan orang Indonesia terutama elit-elit.. banyak yang gak sadar ini begini. Banyak yang gak sadar.. orang taunya yang kalo yang datang dari luar itu baik. Orang kalo survey-survey dari luar itu baik.. orang jahat semua kok orang luar sm negara kita itu.. mereka gak suka negara ini maju.. cilakanya dipercaya.. kaya misalnya Singapur kan dicitrakan bersih.. baguss..yaa.. tidak korup. Tapi dia nampung koruptor dia..
- T : hehehe
- S : tapi dicitrakan lebih bagus dari kita. Kan kurang ngajar itu.. yatoo..
- T : itukan ga salah singapur nya juga om kalo dia nampung koruptor..
- S : lho salah donkk..
- T : kan orangnya yang dateng ksana..
- S : lho tapikan dilindungi disana..
- T : iya sii..
- S : jadi kita ini wah singapur bagus.. tapi begitu..
- T : dan orang gak banyak yang menyadari..
- S : gak menyadari.. coba cek aja berita hari ini.. singapur nomor satu.. Belanda nomor satu... penjajah kita itu, nomor satu.. kurang ngajar gak? coba cek koran kompas hari ini.. nomor satu.. yang paling bagus Belanda.. udah jelas-jelas penjajah nomor satu itu.. nah ini goblok-goblok orang kita ini.. kalo tau dari negara lain yang dianggap bagus terus dan negara kita dianggap jelek,, ya negara kita ini.. jelek semua..
- T : ya harusnya ada.. ya balik lagi ke fungsi humas tadi.. harusnya humas bisa mengkomunikasikan apa yang DPR lakukan.. sebenarnya sii kalo misalnya ku tanya kemarin dia sudah mengkomunikasikan om.. lewat press release. Gitu gitu..
- S : oo ndak bisa.. ndak bisaa.. kalo DPR mau bagus, pertama.. ya.. pertama yaa... harusnya DPR, pemerintah, dan lembaga-lembaga negara itu bergabung duitnya jadi satu besarin tu TVRI.. TVRI itu dipercantik, harus lebih cantik dari Metro TV dan tvOne..
- T : ibaratnya biar bisa seimbang lha pemberitaan..
- S : nah itu.. kedua.. humas itu harus ada orang-orang menarik yang pintar .. kaya misalnya.. hyer aja.. juru bicara DPR itu misalnya Helmi Yahya.. Tantowi Yahya.. tapi Tantowi sudah di golkar ya.. yang tidak di partai..
- T : netral ya..
- S : kurangi anggota partai salah satu.. yang menarik gitu..
- T : yang bisa dicari media gitu..
- S : ya, yang pintar.. bicara pintar.. siapa.. yang menguasai.. politik menguasai, ngomongnya bagus, enak dilihat, gitu.. doktor.. misalnya siapa.. atau Efendy Gozaly..
- T : diakan malah ini kan sekarang di tivi..
- S : ya itu karena .. saya dulu pernah ngomong sama dia, tapi mungkin dia bisa jadi adviser.. juru bicara nya itu misalnya orang-orang sekelas siapa

(Lanjutan)

yaa... Anies Baswedann.. misalnya.. doktor.. politikk, bisa ngomong bagus.. bisa ngasih penjelasan gitu.. misalnya DPR butuh gedung baru.. itu kan sebenarnya masuk akal kan.. coba kaya gini gedung.. ini ni udah paling bagus.. ruangan paling bagus. Di ,, hampir di semua ini.. ini yang paling bagus.. anggota DPR ini kan.. kita ni sejajar presiden lho.. DPR sama presiden sejajar. Tapi ruangan kaya begini. Ini kalo di ruangan di eselon.. di pemerintah eselon IV ini.. iya.. jadi tidak manusiawi.. jadi itu harus ada yang menjelaskan itu.. bukan anggota DPR yang menjelaskan.. nah.. teruskan karena gak bisa jelaskan.. yang ditembak ada kolam renangya lha.. lha akhirnya gak jadi.

T : karena banyak mulut itu tadi..

S : iya pating ceremung gak karuan. Harusnya itu satu orang aja. Karena apa, kalo yang jelasin orang per orang pertama gak ngerti, kedua, semua pasti ngambil gen politik. Ya yang ngomong orang-orang politik ya ngambil gen politik kan.. gitu... jadi harus begitu., terus kemudian selain TVRI, dia tvOne terus di RCTI di tv-tv yang sering diliat orang kasih penjelasan.. buat program-program kasih penjelasan. Sekarang ini di radio-radio.. sekarang ini program-program humas ini gak bersentuhan, gak berhubungan dengan neednya masyarakat.. gitu. Jadi masyarakat itu nontonnya paling banyak itu RCTI, SCTV, itu masyarakat kebanyakan.. kalo masyarakat politiknya .. yang paling banyak ditonton kan tvOne sama Metro TV.. lha DPRnya bikin TV Parlemen sendiri, lha siapa yang nonton..

T : TV parlemen juga gak di stasiun tivi...

S : enggak, siapa yang nonton.. terus dia bikin parlementaria.. parlementaria buat sini..

T : iya sii dia bilang di kementrian-kementrian.. di universitas-universitas..

S : iya gak bisa.. DPR ini kan yang bikin anggaran negara.. tapi anggaran dia sendiri gak diperhatikan. Gitu.. jadi ya bodoh..

T : balik lagi ke struktur itu.. harusnya dia bisa lebih strategis..

S : oiya.. harusnya eselon satu itu .. harusnya eselon satu.. terus kemudian yaa pimpinan DPR gak usah banyak.. ya beliau bicara tapi dia speaker yaa tapi jangan terlalu banyak bicara.. karena orang ini kan bukan orang politik..

T : kalo misalkan dia bicara tapi dibelakangnya ada campur tangan si humas tadi gimana?

S : ya gak papa.. asalkan.. gini.., Pak Marzuki ini kan sering bicara sering blunder gitu.. jadi karena sering blunder dia, jadi yang sering dianggep blunder DPR..

T : hehehe

S : iya kan dia sering ngomong salah.. kalo saya ya saya maklumi aja, karena Pak Marzuki kan tidak besar di politik, dia kan profesional. Kurang hati-

hati.. padahal yang dibicarakan benar.. dia bicara itu benar. Substansinya benar, tapi lain kalo yang bicara itu juru bicara.. DPR nanti kalo dia salah, tinggal dibetulkan.. kan gitu..

T : si juru bicara tadi...

S : iyaa.. kita gak punya juru bicara.. angkat juru bicara.. tapi yang menarik, yang pinter bicara, doctor.. karena DPR ini.. kalo DPR ini runtuh, negara ini runtuh lho.. jangan main-main lho.. oi yaa.. ini kan simbol wakil rakyat ini.. wakil rakyat ini.. jadi harus dijaga.. marwah nya itu.. karena ini, karena dihantem bertubi-tubi.. orang kan malu ngaku anggota DPR. Oiya..

T : udah di cap duluan..

S : oi yaa.. ngaku anggota DPR itu malu.. gimana coba bisa begitu. Kan rusak itu.. harusnya kan wakil rakyat itu bangga.. orang se-Indonesia Cuma 500 orang. Iya.. tapi karena orang dihantam bertubi-tubi itu malu.. lho gimana.. menyedihkan ini.. saya liat yang bodo-bodo yang di sekjen itu.. oiya saya tu gak ngerti emang,, kenapa?

T : mungkin karena balik yang ke pegawai negeri itu tadi...

S : oi yaa.. pegawai negeri itu kan PGPS, Pinter Goblok Penghasilan Sama..

T : iya sii emang jadi gak ada inovasi dan kreatif..

S : gaji profesional 50 juta yaa per bulan..

T : Apapun pun yang dihasilkan tetep 50 juta?

S : oiya tapi dia harus grade nya top dulu.. gaji 50 juta.. dia full pikirin... buat apa sii 50 juta.. 50 juta kali 12 Cuma 600 juta.. sementara kita trilyunan. Ya nothing kan.. tapi orang kerja ngomong ini.. jadi DPR itu yang ngomong itu yang untuk satu itu biar dia.

T : tapi sebenarnya seluruh anggota dewan ni setuju ya kalo sebenarnya ni ada juru bicara..

S : o setuju-setuju aja.. asalkan yang diomongkan itu sudah menjadi keputusann.. itu yang udah liat negara-negara lain.. klo yang belum pernah itu gimana coba.. anggota DPR.. terus itu misalnya, terus pembangunan gedung baru.. itu udah disepakati di BURT kan berarti udah disepakati semua.. dia jelaskan pentingnya gedung baru.. gitu.. yang udah disepakati-sepakati itu,, ini kan udah banyak yang sudah disepakati, diantemi tau-tau gak jadi.. apa yang bisa dikerjakan kalo sudah komitmen terus diantemi terus gak jadi.. kenapa kalo lembaga lain bangun gedung tapi kalo DPR gak boleh? Padahal coba kita liat aja ini coba.. kalo kita ke Malaysia itu satu anggota DPR itu 6 stafnya, saya kalo mau ngasih 6 staf dimana? Ini karena saya ketua fraksi ruangnya 2, kalo anggota yang lain Cuma satu ini..

T : dan stafnya berarti satu ruangan?

S : iya.. terus gimana? Atau disekat... gimana coba.. gak bisa kerja.. ya itu bukan kita yang menjelaskan.. yang jelasin dia.. dan dia.. itu harus yang

(Lanjutan)

- selama ini track record nya dia kredibel.. kalo sekarang gak bisa.. kalo pegawai negeri itu yang dipikin proyekk,, ya gayanya begitu..
- T : hehe
- S : hyer satu tim, misalnya satu tim effendi gozali.. terus kedua.. dua juru bicara.. itu yang satu perempuan yang satu laki-laki.. yang perempuan misalnya.. siapa yang pinterr.. Tina Talisa kek atau siapa.. yang matang, yang cerdas. Yang menjelaskan, orang ooo.. itu penting.
- T : om sudah usul belum untuk seperti itu..
- S : (gekek kepala) capekk.. orang DPR itu , seperti kebanyakan orang itu, kalo diberi usul bagus.. ini siapa yang ngasih usul? Oo kita sendiri... oo males dia.. kalo kita di kampus kan gitu.. kita ngomong.. wah bagus itu.. itu anu nyuplik darimana? Dari buku apa.. kan begitu..
- T : hehehe
- S : itu kan ngambil dari anunya siapa.. pendapatnya siapa.. begitu kita ngomong ini pendapatnya siapa.. oo itu gak jadi bagus.. hehehe
- T : jadi harus ada tokoh dulu ya.. dari siapa yang ngomong..
- S : lha iya kalo bilang dari kita gak bagus,, hehehe.. itu tu orang kita itu. Itu karena kenapa.. gak percaya bahwa kita ini bisa.. bahwa dia itu punya pikiran yang bagus itu gak percaya orang kita itu.. iyaa..
- T : sepakat om.. karena kemarin aku wawancara praktisi PR pun harusnya seperti itu.. harus ada yang punya power lha ngomong ke media biar masyarakat bisa tau..
- S : lho rakyat kita ini kan.. sebenarnya enak.. ada hyang jelasin, datengin.. ada program ke daerah-daerah.. DPR mendengar,, gitu kan... saya sebenarnya pengen.. ini kan humas DPR bikin kegiatan di UI.. komunikasi UI.. judulnya DPR mendengar.. bisa kan?
- T : ka nada rumah aspirasi itu omm..
- S : rumah aspirasi ?
- T : yang aka nada di daerah-daerah..
- S :lho kan tentang orang banyak kan.. gak jadi lagi..
- T : karena anggarannya kana tau apa..
- S : iya karena dibilang buang-buang anggaran lha apa.. itu yang kaya gitu harusnya.. rumash aspirasi kan baguskan.. itu kan bukan punya DPR. Itu kan punya negara itu.. nah itu dijelaskan sama humas itu.. nah sekarang ini kan humasnya.. sama kritikusnya sama humasnya itu kan pintar kritikusnya.. ya kan... jadi kalo kalo kalo diadu di TV itu.. jadi keliatan gobloknya itu.. karena pegawai negerii.. tapi kalo misalnya..
- T : jadi harusnya gimana, bukan pegawai negeri,,
- S : ya pegawai negeri boleh tapi orang yang punya yang orang yang punya standing... udah diakui orang.. punya standing.. gitu,, kan orang bangga juga jadi juru bicara DPR. Iya.. misalnya dia eee orang-orang semacam Anis Baswedann atau Yudi Latif.. Doktor lhaa.. atau siapa gitu,, yang

muda, pintar, cerdas, sebelum dia jadi juru bicara DPR orang udah ngerti oo dia kredibel. Gitu.. lho ini lembaga tertinggi negara lho DPR itu.. lho iya.. ini kan gak bisa diserahkan kepada pimpinan DPR itu kan gak bisa..

T : Iya sii, dapet sii om intinya.. jadi sebenarnya om sendiri belum begitu paham dengan kegiatan si humas itu ngapain aja..

S : siapa? Saya?

T : iya..

S : yah karena.. gak terasa aja..

T : heheh

S :sekarang ini gampang kok nilai politik itu.. kerasa gak.. sekarang ini.. gak usah diukur, dengan perasaan aja udah.. mendengar gak.. kalo kita nonton di tivi ada gak.. kalo kita setel radio ada gak.. kalo Cuma kertas sama parlementaria taro disini tiap bulan ya ga ada gunanya.. buat apa.. tapi kalo dia di tivii.. menjelaskan DPR..

T : ya seenggaknya di TVRI yang dibagusin tadi itu ya om..

S : iya sekarang ini.. gimana.. negara bisa kalah sama swasta.. TVRI ini kan punya negara, masa bisa kalah sama swasta.. kan malu..

T : yang sebenarnya ada duitnya juga..

S : ooo ada.. duit negara lebih banyak daripada duit swasta donk.. gimana.. itu harus. Ini kita kan gak perlu kaya tivi-tivi di .. diiii.. negara-negara kaya di Venezuela.. atau yang negara-negara yang itu corongnya pemerintah untuk mengoperasi itu ndak... Cuma kita juga pengen.. ada referensi.. sekarang ini kalo pernyataan pemerintah negara kita liat apa sii.. nah TVRI kalo bikin.. masa gak bisa bikin TV satu lagi.. yang lebih top gitu. Ini negara ini gimana.. komunikasi kan penting.. negara sama rakyatnya..

T : dan itu yang gak kerasa..

S : nah sekarang gak ada.. nah sekarang ini kalo negara tiap hari jelek-jelekkkan orang.. diem aja sii..

T : semua media jua gitu ya om kaya gitu..

S : ya ini memper... apa.. mempercepat kehancuran negara ini.. kita baca koran, baca tivi itu.. mungkin yang bagus Cuma 10%, yang lainnya jelek 90%.. yang kalo di media sekarang itu yang ada.. mahasiswa trisakti ilang,

T : hehehem apalagi koran-koran yang...

S : lha iya itu.. jadi tidak membangun optimisme.. itu buat saya.. coba misalnya kita ke luar negeri.. liat tv local itu liatnya prestasi aja.. anak ini menang dimana, prestasi kejuaraan ini menang dimana... ya begitu.. jadu kita seneeng.. coba liat negara Jepang itu, atau Malaysia, atau Vietnam, coba di stel TV Vietnam itu.. yang dikabarkan tivi itu negara kita bisa ini bisa itu bisa itu.. gitu.. ga ada tu jelekkkan di ekspos, jelekkkan di ekspos..

T : kalo misalnya ada berita jelek itu pasti rekatif ya omm..

(Lanjutan)

S : ya kalo misalnya ada berita jelek, diambil sama negara terus segera dibenahi.. gitu.. tapi ini di kita enggak. Isinya ini.. waduh jelek-jelek semua.. jadi.. itu gak disadari.. gak disadari..

T : om, kalo aku ada yang kurang boleh balik lagi ya om..

S : ooo bolehhh..

T : tapi intinya dapet sii om dan harus dilaporkan ke pembimbing.. hehehe



LAMPIRAN 6
Transkrip Wawancara Informan 5

Wawancara dilakukan pada Senin, 31 Oktober 2011 pukul 18.00 WIB di Food Galery Plaza Senayan

T : Peneliti
W : Informan

T : untuk pertanyaan pertama masih secara umum saja, menurut pendapat mas sebagai perwakilan masyarakat, praktisi PR, pandangan Mas mengenai reputasi DPR itu seperti apa?

W : rendah

T : nah kan secara konsep humas itu kan sebagai garda terdepan untuk menjaga citra dan reputasi, seharusnya apa sii yang harus dilakukan humas DPR ditengah organisasi yang sepelelik itu ?

W : jadi,, eeee humas gini.. PR lha ya..PR itu kan eee filosofinya gitu kan, filosofi PR itu, kekuatan PR itu kan ada di internal.. di internal itu berarti di dalam seluruh anggota organisasi.. jadi secara filosofi, PR itu kan ingin dilihat baik oleh orang lain, jadi jika ingin di lihat.. ingin dipandang baik oleh orang lain, maka kita nya harusss...

T : baik

W : baik. Ya kan... jadi tadi ya jika kita ingin di pandang baik atau dicitrakan baik oleh orang lain maka kitanya harus baik. Ya kann... disini ada DPR kan, DPR di satu bagian kecil ada humas. Gitu kan... kalo yang berbuat baik itu hanya humas, sementara yang member yang lainnya tidak berlaku baik, apa yang terjadi? Gak mungkin kan? Artinya secara institusi, semua yang ada di dalam situ harus bisa merepresentasikan hal yang baik. Tapi kenyataannya adalah... bisa jawab sendiri kan.. maka carut marut jadinya. Mestinya.. mestinya si humas tadi nanti di cek di struktur ya.. dia bisa memiliki fungsi untuk jadi pengikat di internal, jadi ada komunikasi internal yang bisa menguatkan lembaga itu. Ya kan.. agar bisa dicitrakan dengan baik. Harus begitu.. kalo dia hanya bekerja sendiri.. gak mungkin.

T : iya sii..

W : iya kan dia bekerja sendiri kan? Urusannya media .. terus .. dia jawabnya apa ke media, si anggotanya sementara berperilaku seperti apa. Jadi gak gak nyambung kan.. yang satu kesini ya satu kesono..

T : ngomong-ngomong soal ini, kemarin kan aku tanya kan sama kabag humasnya.. Pak komunikasi internal tu seperti apa? Dia tu malah kaya yang lho kita kan masalahnya keluar mbak, ga ada masalah ke internal. Dia tu kaya menyalahkan saya, dia bilang jangan samakan DPR dengan korporat lainnya. Kita masalah di dalamnya, bukan ke secretariat. Kita bermasalahnya keluar... malah kaya gitu mas.

(Lanjutan)

- W : lhaaa artinya apa? Artinya.. itu satu temuan tu.. itu satu temuan bahwa belum ada satu pemahaman.... ya kan? Belum ada suatu pemahaman yang dii.. humasnya sendiri bahwa sebetulnya tugas dia seharusnya seperti apa..
- T : iya mas, si bapak itu berdalih kalo init u kepalanya banyak, ada 560 orang dan eee ada kelengkapan.. apa alat kelengkapan DPR ada 17 kalo ga salah dia sebut.. ini lembaga politis jadi susah humas untuk bisa mengatur orang sebanyak itu. Jadi terus harus gimana donk mas?
- W : susah... jadi emang ini lembaga yang paling susah gitu.. ya kan.. tapi secara kelembagaan DPR itu utuh kan? Beratnya dia.. beratnya si humas ini.. karena anggotanya kan masing-masing dari partai yang lain.. yang masing-masing ingin mencitrakan dirinya sendiri beda-beda.. sehingga si humas ini harus extraordinary.. dia harus punya pemahaman yang lebih daripada PR-PR lainnya. Kasian banget nih sebenarnya.. bagaimana dia bisa merumuskan sebuah message.. gitu kan.. sebuah key message DPR, sebuah grand key message DPR yang bisa dibawa oleh tadi itu,, anggota anggota yang macem-macem ya kan? Yang kuning, ada yang merah, adayang biru ada yang putih,..
- T : jadi harus punya kuasa yang lebih besar ya mas?
- W : iyaaa.. harus. Itu nanti temuan, tidak mungkin dia hanya berbicara sendirian.. jadi agar tadi itu.. ini yang tadinya biro humas aja.. agar perannya dia bisa dimainkan juga oleh anggota-anggota.
- T : berarti itu seperti butuh sosialisasi dong mas?
- W : harusss... sangaattt.. gitu kan.. dia harus punya power gitu kan.. dia harus punya akses. Gitu kan.. berupa akses .. akses untuk memberikan pemahaman, bahwa citra satu gelintir orang yang ada di satu fraksi, itu bisa berpengaruh pada citra DPR. Ya kan ? sekarang biacaranya ketika seorang anggota DPR itu bermasalah.. yang disalain ya humasnya.. tapi anggota-anggota ini repotnya.. kan anggota-anggota itu kan ga ada bosnya.. dia tu gak punya bos kan.. nah itu makanya.. humasnya harus jadi extraordinary.. harus hebat banget ni..
- T : berarti merubah struktur donk mas?
- W : harusss!! Bisa ngerubah struktur, bisa ada satu fraksi yang emang mengurus tentang pecitraan.. mungkin saja. Semuanya bisa ke arah situ kalo ke arah situ.. kalo kualitatif. Kebayang gak?
- T : kebayang sii.. tapi posisinya malah kaya disamakan dengan swasta.. posisi yang di leher kepala itu kan..
- W : ya.. kan disini ada... beda kan.. disini ada secretariat.. ya kan.. secretariat lembaga.. disini ada ketua DPR. Sekretariat ngurusin semua kebutuhan ini.. PR juga kan, humasnya juga kan mengurus kebutuhan ini, Cuma dia tidak punya akses untuk masuk ke sini kan.. kayak nya yaa.. tolong di cek ya.. sebesar apa... nanti di ini.. tolong di ini.. nanti mungkin bisa di wawancara lagi..

- T : kemarin itu aku tanya, pak suka ngasih saran gak ke pimpinan DPR.. iya iya.. tapi aku belum tanya lebih lanjut sarannya itu seperti apa.
- W : iya sejauh apa ya akses yang dia miliki untuk dia masuk ke ..
- T : pimpinan DPR..
- W : gitu.. hehehe .. ini tika harus berfikir lain ya .. bahwa agak unik kalo DPR itu, beda kalo kementrian beda kan.. dia ada kepala pusatnya depdiknas.. dia ada kepala pusatnya tai dia ada hubungan yang structural dengan ... dengaann direktorat.. dengan sekjeenn.. did ala, kementrian. Tapi kalo DPR lain.. dia diluar.. gak tau sejauh apa akses yang dia punya..
- T : berarti harus ditanyakan kembali..
- W : tanya itu yaaa.. tanya tentang power atau akses lha ya atau apa yang dilakukan komunikasi internal dengan anggota. Dalam program komunikasi internal dengan anggota..
- T : jadi itu mas yang aku tanya dia malah salain tu maksudnya aku tentang anggota dan badan-badan di dalamnya..
- W : lha itu yang mesti ditanya detail.. karena tanpaitu ya dia mandul aja.. dia gitu aja kerja sendiri tanpa .. keliatannya ga ada perannya.. apa tadi? Saya gak pernah denger tu ada kepala biro humas.. hehehehe..
- T : namanya pak Djaka juga kebetulan. Baru dilantik Juli.. nah kan kemarin itu aku tanya kegiatan humas sehari-hari itu apa.. itu masih sekedar dia menerima kunjungan, terus dia menjelaskan kinerja DPR itu seperti apa.. terus dia juga eeee apa ya.. pokoknya misalnya ada demo perwakilannya dateng.. terus dia yang menghubungkan ke komisi mana.. gitu .. pokoknya sejauh itu aja sii.. dia juga ada sii kaya materi apa.. bulletin dan majalah, tapi yang ngerjain itu bagian pemberitaan, bukan humasnya.. kan kepala biro humas dan pemberitaan membawahi humas dan pemberitaan? Jadi itu sama sekali belum efektif ya mas?
- W : beloomm.. apalagi humasnya.. apa lagi dibawahnya.. di pemberitaan apa lagi dibawahnya..
- T : humas itu dibawahnya ada lagi penerangan sama delegasi masyarakat.. kalo penerangan itu .. ibaratnya dia menerima tamu-tamu yang sudah terstruktur gitu.. terjadwal.. sedangkan kalo pendelegasian masyarakat kaya misalnya mau ada sidang paripurna dia dateng, daftar lha ke humasnya.. saya mau ikut sidang paripurna.. terus sama humasnya dianterin ke sidang paripurna itu..
- W : itu tugas administratif..
- T : iya mas,
- W : jadi mungkin beratnya di pemberitaan itu kali ya.. ngurusin media doank ya..
- T : nahh lucunya itu mas, waktu itu kan aku wawancara jurnalis, dia tu sama sekali tidak pernah berhubungan dengan humas dan pemberitaan ..
- W : oya??!!

(Lanjutan)

T : iya mas, waktu itu aku tanya gimana dengan humas.. dia jawab saya aja gak tau koordinatornya siapa.. terus aku tanya.. pertama aku tanya ke humasnya.. dia suka ngirim release ke media gak? Iya dia jawab, dan bahkan websitenya itu sudah ada di website DPR. Nah aku tanya ke jurnalisnya, dia bilang iya sii dia ngirim ke kantor..tapi itu sama sekali berita yang bukan kebutuhan media, itu hanya sekedar berita-berita [positif, event apa hari ini.. bagaimana sidang nya..

W : hal-hal positif saja..

T : iya dan itu sama sekali bukan kebutuhan wartawan, padahal wartawan itu butuhnya yang infestigatif lah gitu kan.. jadi wartawan itu kali ngambil berita ya dia.. person per person..

W : langsung tanya ke anggota yaaa..

T : iya, dia langsung telp janji langsung eee wawancara.. gitu mas.. itu jadinya fungsi media relationnya gimana donk mas?

W : itu dia kan.. itu tadi kan.. karena dia gak dipandang oleh si anggota tadi kan.. dia gak punya akses.. mestinya idealnya gitu kan.. ya teorinya gitu kan.. yang bagusnya humas itu satu pintu kan.. yang bagusnya suara institusi itu satu pintu.. tapi gak mungkin di DPR kan.. tidak mungkin satu pintu.. tapi paling tidak ada satu mestinya ada.. mestinya ada satu.. eee apa.. eee message apa gitu yang emang harus diberikan oleh humas dan tanggung jawab message-message apa aja yang emang harus dilakukan oleh eee anggota.. atau fraksi-fraksi.. coba cek itu.. pembedaan tanggung jawab dalam memberikan statement. Ada gak pembagian itu.. jadi pembagian peran gitu kan. Kan secara umum... humas gak tau juga ya visinya.. cek juga yaa.. visi misi nya si humas itu ya .. kalo ada ya.. apakan di visi misinya itu si humas ini dia dibebankan untuk menjaga reputasi DPR secara keseluruhan.. cek itu ya.. maka kalo begitu maka dia harus punya akses yang dalem..

T : kalo misalnya dia gak punya akses yang dalem berarti itu sudah.. kurang..

W : itu sudah kurang.. sudah miss kann.. kalotidak begitu.. jadi apa antara dia dan anggota-anggota yang di dalem. Antara secretariat, dan si anggota gitu kan.. yang diketuai oleh Marzuki Ali. Gitu.. kalo di yang lain, kementerian gitu, departemen.. di humas itu dia emang udah punya akses.. bahkan humas ini sekarang mau dinaikin jadi eselon dirjen. Nah itu pasti dalem aksesnya.. kalo DPR ya itu tadi..

T : iya sii.. kepalanya juga bilang sii susah mbak gak bisa..

W : naaahh.. artinya susah itu.. kita cek dulu.. visi dia atau tugas utama dia apa.. ketika kita tau tugas utama dia.. nah itu tadi ternyata dia harus membangun pencitraan yang.. naaahh itu udah.. itu udahhh nightmare itu.. hehehe

T : hehehe..

- W : analisisnya akan lebih mudah tika kalau begitu.. ya .. kalo ternyata tugas dia itu ternyata artinya beban dia harus ee menjaga pencitraan DPR secara keseluruhan.. ya ka.. akan lebih akan mesti ada peran bagus dalam hal itu.. kalo tidak begitu bagaimana.. itu akan tidak.. ke wartawan ada berapa orang?
- T : satu sii mas.. tvOne yang biasa ngepost di DPR setiap hari.. baru 2 bulan jg sii.. karena dari tvOne nya baru restrukturisasinya 2 bulan ini..
- W : coba tanya yang lebih lama gitu kan..
- T : kemarin itu aku tanya coordinator nya.. tapi lg ga ada di tempat..
- W : iya jadi bisa di in depth jadi dia kan bisa berkomentar peran di biro humas dalam konteks pencitraan dan peran di lembaganya.. di keanggotaannya..
- T : nah si wartawan itu kan bilang, citra DPR sekarang itu bukan berarti DPR gak bisa kerja.. tapi itu dipengaruhi sama citra personal.. jadi kalo satu orang bermasalah maka seluruh citra DPR otomatis akan buruk. Terus dia bilang gini, sekarang misalnya kalo ada satu orang anggota DPR yang ketahuan nonton video, korupsi atau segala macam, humas bisa apa? Gak bisa apa-apa kan.. dia bilang gitu.. terus kira-kira itu gimana donk mas? Kalo misalnya satu ada yang bermasalah jadi humas harus gimana donk mas?
- W : lha ini juga.. eee apa.. nah itu tadi,, jika ada kasus misalkan.. video porno.. itu tadi,, ada di wilayah siapa.. ya kann.. secara kelembagaan secara umum ya itu tadi kan.. kalo emang si humas tadi ya tugasnya menjaga reputasi secara keseluruhan.. artinya dia harus punya akses untuk bisa mengcover ini, menjawab ini.. kenyataannya humas gak pernah jawab itu.. yak an humas gak pernah jawab itu.. seperti di luar wewenang dia.. pernyataan umum ya.. tapi.. secara ee aturan yang ada di dalem, apakah begitu apa enggak.. nanti di cek sama tika itu kan.. artinya kalo dia merupakan wewenang dia.. artinya dia harus punya action.. untuk itu.. dia harus bisa jadi juru bicara untuk itu.. gitu.. ya.. harus.. tapi problemnya misalnya ada aturan misalnya dia harus menjadi juru bicara si humasnya..
- T : tapi maaf mas, kalo di peraturan juru bicara DPR adalah pimpinan DPR.
- W : ada ya..
- T : iya mas di tata tertib..
- W : nah juru bicara atau orang yang berhak untuk mengeluarkan statemen, kayanya untuk kasus-kasus yang personal tadi gitu kan gak pernah ada yang bicara satu unsure yang dia mewakili lembaga.. gak pernah kan.. selalu mewakili ya personalnya aja.. itu dibiarkan aja dia ngomong sendiri.
- T : tapi secara politis mereka punya hak untuk bicara kan?
- W : iya harus,, dia punya hak untuk bicara.. tergantung dia kan.. kalo dia pandai menjawabnya ya dia bisa mengcover dirinya sendiri.. tapi secara kelembagaan mestinya ada satu suara yang menjawab itu..

(Lanjutan)

- T : dan mestinya itu humas...
- W : he ehhh dan seharusnya itu humas.. intinya itu perannya humas, intinya itu juru bicaranya bisa siapa aja kan.. yang bicaranya bisa siapa aja.
- T : maksudnya dibelakangnya itu ada campur tangan humas lha..
- W : he ehhh tapi dibelakang itu itu merupakan wewenangnya humas..
- T : seharusnya..
- W : seharusnya.. gitu kan.. keliatannya sii kalo dilihat dari kasat mata humas sii gak punya akses.. jadi dan emang persoalannya complicated kan..
- T : iya sii ..
- W : iya kan sangat complicated kan dan mesti diurai.. dan kalo ada kasus itu eeee video porno.. nonton di ruang sidang.. nah semua nya kan personal.. jadinya yang..
- T : dan seharusnya dalam media relations dibalik pemberitaan itu seharusnya ada cxampur tangan humas..
- W : nah bagaimana si media relationnya humas dia bisaa dia bisaaa memback-up itu menjelaskan keee ini ada satu penjelasan-penjelasan ya clear gitu kan. Bahwa sebetulnya ini masalah personal.. gitu kan. Masalah personal..
- T : apakah seharusnya media ini sebelum mengkonfirmasi ke anggota ini harus melalui humas?
- W : tidak ada keharusan sebetulnya..
- T : idealnya gitu mas..
- W : jadi kecenderungannya media itu selalu mencari tokoh.. dia selalu mencari orang yang sangat berkompeten dengan sebuah isu. Gitu. Dan karena di DPR itu humas itu ga ada apa-apanya.. dia gak pernah nyari ke humas.. gak pernah kan?! Ngapain cari ke humas..
- T : iya bahkan waktu aku tanya media gathering dia gak pernah ikut.. gak pernah tau, gak pernah peduli..
- W : iya gak pernah peduli.. apa urusannya sama humas, soalnya pusat isu nya ada di anggota. Gitu.. kalo jadi balik lagi,, kalo humas itu emang akan diperankan sebagai citra lembaga.. dia harus membentuk power yang bisa mengakses yang bisa ke anggota-anggota yang ada. Aksesnya itu bisa macem-macem kan, pasti bukan akses komando, paling enggak memberikan pemahaman, memberikan informasi,mengajak, membuat program-program..
- T : tapi seharusnya visi humas itu seharusnya ada ya mas, menjaga citra dan reputasi..
- W : iya harus.. jadi logikanya humas ini pasti harus menjaga reputasi yang baik.. ya kan..
- T : ini ada yang salahh ini..
- W : pasti ada yang salah.. saya yakin ada yang salah.. ada yang gak disepakati.. bahwa benar anggota-anggota punya karakteristik-

karakteristik sendiri-sendiri.. jadi ya gitu kan.. tapi kalo komunikasinya bisa dikelola, saya kira memungkinkan juga itu bisa dijaga.. karena komunikasi gak di kelola kan?

T : enggak

W : semua orang bisa ngomong, semua orang bisa berkomentar.. semua orang bisa ngumpet kan? Gitu kan? Hehe

T : sebetulnya intinya itu mas dari semua pertanyaan saya..

W : intinya itu.. dia ada di posisi mana.. ya kan.. intinya itu.. akses, power, setelah akses dan power kemudia nanti fungsinya.. sehingga kalo ternyata oo untuk power nya gak diberi.. berarti dia harus punya fungsi untuk mengintruksi komunikasi internal, jadi disitu harus ada satu kekuatan harus ada satu bagian yang dia bisa masuk ke internal.. nah gitu..

T : ke lima ratus sekian orang..

W : ke lima ratus sekian orang.. yak an? Untuk membawahi lima ratus sekian orang harus strategis banget.. semuanya.. ini humasnya harus strategis banget. Membawahi 500 orang yang karakteristiknya berbeda-beda.. dan terdiri dari partai-partai yang berwarna-warni.. kalo humasnya gak hebat, ga akan jadi apa-apa.

T : tapi kira-kira dia mau gak mas.. mereka itu diatur..

W : lhaaa konteksnya.. konteksnya bukan mengatur kaaaan.. konteksnya kan ini satu lembaga sendiri.. satu jiwa. Satu badan yang kita harus memiliki citra yang bagus. Komitmen-komitmen internal.. aksesnya bisa melalui orang itu, bisa melalui partai, bisa melalui fraksi.. secara struktur donk. Ini sekretariat, disini ada struktur donk ketua.. ketua DPR, disini ada fraksi-fraksi-fraksi, fraksi..

T : tergantung powernya itu tadi sii mas..

W : tergantung.. nanti juga harus di cek sama tika.. jadi nanti di cek.. eee eeee ada apa yaa gak tau perpres, gak tau peraturan.. eee artinya legalitas kelembagaan humas, harus diketahui itu.

T : aku adanya ini, pedoman umum (menunjukkan pedoman umum kehumasan)

W : (membaca) ini pedomannya.. nah nanti tika cek yang ini nomor & peraturan presiden Ri nomor 23 tahun 2005 tentang organisasi sekretariat jendral dewan perwakilan rakyat republic Indonesia.. ya..

T : apakah itu diterapkan di DPR apa tidak..

W : diliat disitu menyiratkan tentang fungsi humas apa tidak.. mungkin cek disitu yaa.. peraturan DPR nomor 1 tentang keterbukaan informasi publik. Ini juga ni.. dari sini ke bawah yaa.. dari 7 ke bawah.. terus ada gak tupoksii tupoksii itu yaa.. tupoksi humas.. pasti ada kalo tupoksi.. terus ada gak peraturan yang mengukuhkan kelembagaan humas tadi.. peraturan tentang biro humas tadi.. tentang.. pendirian eksistensi biro humas tadi..

T : ini kok jadi kaya konsul ya mas.. hehehe

(Lanjutan)

- W : hehehehe.. soalnya larinya ke situ.. dalemnya ke situ.. power tadi.. power itu diiketnya oleh ini kan,, peraturan presiden, dan lain-lain.. kalo disitu keliatan powernya ga ada.. waaa udah! Ini humas ga akan jadi apa-apa..
- T : kalo misalnya ada tapi kenyataannya gak bisa..
- W : nah itu berarti ada yang salah kan? Udah gitu.. nah ini misi DPR.. kita bisa dilihat disini misi DPR adalah dengan terwujudnya DPR sebagai lembaga perwakilan yang kredibel.. artinya kredibel itu kan reputasinya bagus.. dicitrakannya bagus.. untuk membangun DPR yang kredibel, pasti harus melakukan komunikasi-komunikasi.. larinya ya kesitu .. .
Kan kalo model reputasi inget gak? Model reputasinya fonbrum. Ini lembaga DPR.. gitu kan.. terus ada tengahnya stakeholder.. ini internal gitu kan... ini media,, ini masyarakat. atau apalg gitu kan. Ini internalnya menciptakan baik terhadap ini.. media juga mencitrakan baik. Reputasi adalah keseluruhan tadi citra, citra dimata masyarakat, citra di mata internal, citra dimata media, citra dimata stakeholder.. semuanya itu adalah reputasi. Gitu.. nah sekarang untuk membangun reputasi itu berartikan harus dilembaga itu harus dicitrakan baik oleh internal, harus dicitrakan oleh masyarakat, konstituennya, harus dicitrakan baik juga oleh media.. dalam konteks itu maka anggota pun harus memiliki citra yang baik. Nanti baca yaa.. masukin teori Fonbrum..
- T : aku pakenya ini mas, pake dowling.. jadi begini mas.. kok aku jadi beneran konsul ya mas..
- W : Ini disempurnakan oleh Fonbrum itu sebetulnya.. jadi image ini kan.. total impression.. gak keliatan disini.. dia harus baik di siapa siapa siapa..
- T : jadi dia secara umum aja ya..
- W : iya secara umum. Secara umum kan? Kalo di Fonbrum itu keliatan kan dari siapa.. terus yang empat itu kan, trustworthiness, crediobility, reliability, responsibility..
- T : iya mas, aku pernah baca..
- W : dipake juga itu.. itu clear kan.. iya harus trustworthiness... berarti anggotanya harus trust sama lembaganya, dia harus reliability,, dia harus memberikan .. ke yang yang.. karena dia memiliki trustworthiness, maka dia akan melayani konstituennya dengan baik.. kalau melayani kontituennya dengan baik, berarti handal kan produknya.. dia dipercaya.. oleh sii kontituen.. gak papa pake ini, pake itu juga gak papa.. oke gitu.. apalgi..
- T : kalo misalnya semua komunikai terarah gitu, berarti lebih ke positif-positif terus donk mas.. kalo misalnya kita liat kasus .. gimana cara media melihat kalo misalnya ada yang salah..
- W : karena.. tapi kalo sesuatu itu terkena pada orang PDI P, yak an.. karena partainya besar.. anggota nya besar disitu.. semua ketika nasarudin terkena

kasus kepada partai democrat, yang anggotanya besar disitu.. cilaka semuanya.. yak an?

T : abis donk pertanyaann,, semua intinya disituu...

W : Iya intinya disitu.. gak papa, tika dalemin dulu di struktur.. karena banyak .. tentang fungsi .. tupoksi dan segala macem... udah dapet tupoksi belum?

T : eeee kan minta formulir yang di PPID. Terus ditunggu deh, gak bisa langsung.. pedoman humas dikasihnya ini.. mas jadi kalo misalnya kita janjian lagi gak papa mas?

W : gak papa..

(dilanjutkan mengobrol hal yang umum)

W : ini disini ada menginformasikan kegiatan kinerja dewan.. saya kira semestinya aksesnya ada ya..

T : kan aku tanya, humas itu mempublikasikan undang-undang gak sii... dia bilang itu bukan tugas kita kalo publikasi undang-undang.. kita prosesnya untuk jadi undang-undang.. kalo setelah jadi undang-undang bukan kapasitas lg.. itu sudah di tangan pemerintah..

W : iya setelah jadi undang-undang.. konteks kinerja DPR, DPR melakukan kinerja apa aja.. dia memiliki wewenang untuk itu..

T : untuk mempublikasikan itu.. kalo diliat dari humas yang sekarang deh mas.. itu gimana publikasinya.. dengan humas yang posisi sekarang..

W : sekarang itu aku yakin... sii wartawan bukan tau dari humas.. dia taunya dari .. sejauh mana proses rancangan undang-undang.. undang-undang apa misalkan..

T : BPJS

W : BPJS misalkan.. si wartawan bukan taunya dari humas pasti,, si wartawan taunya dari fraksii. Langsung dari pembahas.. ya kan? Artinya apa peran si humas masih belum belum dipandang..

T : sejauh struktur itu masih kaya gini.. ya udah pemberitaan ga akan ini..

W : yang menjadi corongnya ya sii anggota.. nahhh tapi seandainya anggota itu menyadari bahwa sebetulnya itu adalah tugas humas, gitu kan.. dan si humas punya power untuk itu.. bisa saja.. fraksi tadi, si orang tadi jadi juru bicaranya humas tadi.. bisa saja.. juru bicara bisa banyak kan?

T : tapi tetap ada koordinasi di belakangnya..

W : naahhhh! Harus ada koordinasi bagaimana ngembangin pesannya.. si anggota dia tidak punya kemampuan kehumasan kan? Kemampuan mengembangkan satu kemasannya.. Message gitu kan.. itu harus ada di bagian humas.. orang humas yang mensuply itu.

T : berarti butuh waktu donk mas kalo gitu..

W : pasti.. tapi kalo sudah terlembaga gitu.. kaya misalkan ini.. ini sekarang sedang merumuskan undang-undang BPJS gitu kan.. si orang perencanaan humas harus selalu ikut disitu.. dia harus tau persis hari ke hari.. proses ke

(Lanjutan)

proses,, sehingga dia bisa nangkep sebagai orang perencanaan humas, ketika ada misalkan ada deadlock, klo ada deadlock wartawan tau kan? Dia pada saat itu dia harus.. ohh saya harus memberikan pernyataan apa.. karena si wartawan pasti tanya.. ke ketua fraksinya misalkan. Dia suply begitu.. prosesnya harus begitu.. ini tika bisa bikin model.. model proses gitu kann.. karena sekarang tidak mungkin saat ini humas menjadi juru bicara.. karena dia lemah diakses oleh media..

T : jadi masuk saran ya mas..

W : he ehh..

T : terlalu pelik ya mas..

W : pelik banget.. mesti diurut gitu.. tapi lama-lama kebuka nanti sedikit-sedikit..

T : dia jawabannya masih diplomatis..

W : iya normatif jadi kan.. karena belum tentu juga dia menguasai tentang itu kan.. tadinya orang mana si pak djaka itu ?

T : sekolahnya apa gimana...

W : enggak, emang orang secretariat DPR? Apa dari luar..? gak tau?

T : itu kan kaya jenjang karir gitu yam as.. dia baru juga sii, baru juli.. (nunjukkin kartu nama pak djaka)

W : hampir sama ya namanya.. Djaka Winarso.. Djaka Dwi Winarko. Oohh tadi nya kabag..

T : juli baru dilantik jadi kepala biro.. naik

W : sebetulnya secara struktur dia sudah ada kan mengumpulkan data.. database.. melakukan perencanaan.

T : katanya itu kan dia dapet informasi dari komisi-komisi itu yang nantinya akan dioleh ni.. di majalan parlementaria itu.. dan majalah itu kutanya.. distribusinya ke kementrian-kementrian, universitas-universitas.. tapi kayanya kalo masyarakat dapet itu agak sulit ya..

W : nyetaknya jg paling berapa kan..

T : iya sii

W : ini ada mengevaluasi kegiatan kehumasan.. ada juga mengevaluasi.. (membaca pedoman humas)

T : jadi nanti pas konfirmasi aku menjabarkan ini yam as..

W : iya ini gimana.. ini gimana.. sejauh mana sejauh mana.. aku kira ini tidak dilakukan.. ini melakukan riset kehumasan,,, sejauh mana..

T : yang riset itu dia Cuma pernah sekali si mas bekerja sama dengan konsultan yang pake konten analisis itu.. jadi gak..

W : media monitoring gitu.. kayanya ada deh media monitoring ya standart gitu.. coba nanti cek disini.. ini yang menjadi dasar ni.. mengumpulkan data sama riset.

T : itu seperti aja.. sejauh apa.. sudah dilakukan yam as.

- W : he ehh heehh .. melakukan tindakan responsive... ini buat bahan nanya semua ni.. bagus..
- T : terus kan aku tanya,, kalo misalnya di dalam komisi ad aide.. terus di komisi lain bisa menentang gitu. Nah penyelesaiannya itu tidak ada campur tangan humas.. berarti peran dia sebagai problem solver ga jalan donk mas?
- W : nah kalo itu gak bisa.. karena kan konteksnya lain kan.. konteks ini ada fraksi A fraksi B, dia yang berbeda pandangan.. kalo itu beda. Tapi kalo berbeda pandangan di dalam internal fraksi itu atau anggota fraksi atau perbedaan pandangan itu krusial dan menjadi konsumsi publik, humas harus memahami..
- T : kedua pandangan ini seperti apa..
- W : he ehhh ya kedua pandangan ini seperti apa..
- T : jadi penjelasannya itu benar-benar tidak bisa yam as..
- W : humas tidak jadi seperti itu, tapi ... itu di dalam kan.. di ketua DPR, tapi humas harus bisa menjelaskan kepada publik kan karena itu jadi konsumsi publik. Karena perbedaan pandangan, harus dianggap jadi hal yang biasa kan? Demokrasi. Eee kalo hal-hal yang ekstrim misalnya perbedaan pandangan lalu berantem gitu.. lha itu sudah sudah.. sudaahhh susah untuk di.. karena sudah menyangkut karakter personal. Dan itu mestinya akan clear. Ini lembaganya.. di dalamnya ada anggota-anggota yang sangat berlainan dan beragam.. jadi.. sekarang itu.. eeee orang-orang di dalamnya itu merepresentasikan lembaganya ,, ketika seorang itu jelek.. oohh orang itu jelek,, DPR nya jelek. DPR yang jelek. Harus bisa .. harus bisa memilah, kalo seseorang itu jelek, ya yang jelek itu aja.. tp DPRnya gak jelek.
- T : bagaimana humas mengkondisikan seperti itu..
- W : naahhh... gitu., itu peran humas.. gitu kan.. jadi DPR itu ada perannya buat masyarakat. bahwa disana ada orang baik ada orang jahat itu biasa.. tapi yang jahat itu orangnya, bukan DPR nya yang jahat.
- T : persisnya itu bagaimana media relation mereka gitu?
- W : strategis, sangat strategis.. klo itu taktis kan ini bagaimana ia membangun sebuah rencana strategis.. membangun kemasan message.. tentang DPRnya jadi kegiatan media relations, kegiatan event.. itu technical nya kan.. kegiatan-kegiatan program TV. Itu technical, tapi di balik itu kan ad ada perencanaan.. nah itu .. ada tiga lecel humas kan.. humas technical, manajerial, strategis.. yak an? Kalo yang tecjnical itu tadi yang pelaksanaan aja bikin program.. tapi kalo manajerial sudah ke perencanaan.. terus bagaimana ia membangun positioning, membangun citra.. sekarang ni masih di level technical.. ya gak?
- T : iya banget..
- W : bangett.. iya bangeett..

(Lanjutan)

(diam sejenak)

T : aduuuh jadi habis sepertinya..

W : hehehe gak papa.. nanti tika baca dulu ini.. nanti coba tanyakan,, ini bisa merepresentasikan..

T : sejauh mana itu sudah bisa dilakukan..

W : nanti koordinasi.. koordinasi tadi humas antara anggota.. dan badan-badan di dalamnya.. dia punya konsultan ga ya?

T : eee ada dua pendapat.. yang kepala bironya bilang dia pernah sekali menggunakan konsultan.. lha yang kepala bagiannya kita punya konsultan.. ada beberapa hal sii yang beda..

W : nanti di cek juga sejauh apa yang sudah dilakukan oleh konsultannya.. gitu kan.. perann yaa.. kalo ada..

T : terus mereka bilang baru 2012 mereka bekerja sama.. kalo jadi..

W : kalo jadi.. kalo ada anggarannya..

T : dan anggaran humas butuh dilihat juga ya mas..

W : ya anggaran, program-program.. cek aja keee tahun kebelakang.. yang 2012 udah keluar kali.. rencana..rencana kegiatan kehumasan 2012..

T : belum deh mas kayanya.. ini soalnya kemarin itu aku denger rapat mereka sedang menyusun rencana strategis untuk lima tahun kedepan.. gitu,,

W : ooo..

T : tapi ini udah oktober, November bahkan..

W : Iya mau November.. itu samaaa program-program ya cek.. program-program dari 2010, 2011, kalo ada 2009 boleh.. yang ada aja di ambil.. nanti kita bisa ceklis nii.. semua program.. semua program yang dilaksanakan.. internal dan eksternal.. ini ada ni.. tupoksi.. tugas dan wewenang fungsi..

T : menurut mas program kehumasan yang seperti apa untuk meningkatkan reputasi DPR..

W : sebetulnya sudah gakk gakkk... dia harus punya third party endorser yang kuat.. sudah.. iklan sudah gak kredibel lg gitu kan.. tapi dia punya uang yang banyak.. yak an.. itu bisa mendongkrak.. yak an.. artinya paling enggak dengan iklan itu.. orang bisa tau.. sekarang gak tau kan.. apa sii yang dilakukan oleh mereka itu..

T : oleh humasnya..

W : ya.. mestinyakan humas kan yang mempublikasikan keluar.. kita ni sebagai masyarakat.. mereka sebenarnya melakukan apa sii ?

T : itu yang gak kelihatan..

W : itu yang gak clear kan.. gak keliatan kan.. mereka merasa sudah bekerja keras siang dan malam.. tapi orang tu gak tau.. kamu kerja apa sii.., rapat-rapat doank.. emang hasil rapat undang-undang buat masyarakat.. misalkan.. gitu.. hal ekstrimnya.. nah kan produk mereka itu kan undang-

undang kan.. produk DPR. Nah kenali ya,, produknya apa.. sejauh mana produk itu .. gini.. kalo suksesnya pemerintah.. kana pa pemerintah DKI gitu kan.. produknya dia kebijakan. Dan dia adalah eee apa.. transportasi busway misalkan.. kalo busway itu diikuti oleh masyarakat, masyarakat berbondong-bondong naik busway, artinya kebijakan dia sukses. Terjadi partisipasi publik. Pemerintahan ya.. indikator suksesnya terjadi partisipasi publik. Kalo eeee perusahaan swasta kan citra nya baik jadi barangnya laku kan.. kalo DPR, DPR lain lagi produk dia adalah kebijakan.. kebijakan ini untuk siapa.. suksesnya apa..

T : orang tau apa enggak..

W : eemm orang tau apa enggak, tau nya di di pemerintah kan..ya kan.. DPR itu hanya membuat produk saja.. tapi eee suksesnya produk itu, produk itu bener-bener,, Eeee merepresentasikan masyarakat yang sejahtera,, misalkan disusun bikin undang-undang tentang jamkesmas.. jadi dia berhasil membuat undang-undang yang melindungi masyarakat miskin semuanya harus diberikan asuransi.. artinya di DPR itu benar-benar berjuang untuk masyarakat dia menggolkan suatu undang-undang..

T : itu kesuksesannya disitu..

W : nah artinya dirasakan oleh masyarakat.. ihhh gue di bela oleh mereka.. saya sebagai masyarakat bener-bener dibela oleh mereka. Tapi ketika undang-undang itu diluncurkan hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu.. kita pandang masyarakat banyak dan cuma menguntungkan pengusaha besar saja.. artinya jahat ni DPR. Itu produk..

T : kalo yang diluar undang-undang seperti pengawasan, terus anggaran.. itu gimana mas?

W : anggaran.. nah apakah itu jadi produknya.. makanya itu nanti diidentifikasi ni sama tika. Produknya DPR itu apa saja.. nah indikator suksesnya itu apa aja.. sehingga nanti dengan tau nya produk, tika akan tau apa saja yang harus disosialisasikan. Ya kan?

T : oleh si humas itu..

W : iya.. dan kita tau produknya apa DPR itu, maka kita akan tau.. yang akan di sosialisasikan berat tentang produk-produk itu tadi. Pasti kan...

T : tapi kan yang di tangan pemerintah itu undang-undang..

W : sosialisasi undang-undangnya ditangan pemerintah, setelah jadi undang-undang., tanggung jawab pemerintah.. tapi.. ketika dalam proses yang menggolkan esensi di dalamnya adalah DPR. Jadi.. misalkan tadi DPR mampu membuat undang-undang yang bener-bener membela masyarakat banyak. Kita tau gak sekarang? Gak tau ?

T : gak tau.. kita Cuma tau jadi.. aja..

W : jadi aja.. padahal DPR sudah berjuang sehari-hari berbulan-bulan bergadang-bergadang untuk menggolkan satu undang-undang yang membela masyarakat.

(Lanjutan)

- T : oooo
- W : ngerti gak maksud saya, mestinya ada satu message yang harusnya sampai ke masyarakat.. agar citranya dia baik, bahwa dia benar-benar ..
- T : tapi setau saya humas itu sudah melakukan itu.. prosesnya Cuma masalahnya sampe ke publiknya atau enggak..
- W : nah.. pasti dia jawab saya sudah melakukan itu.. jadi proses suksesnya komunikasi.. kadang-kadang begini..eee PR atau apa yaa.. kadang-kadang si institusi menganggap saya sudah melakukan sosialisasi, dianggap itu sudah selesai. Ini ada satu barang.. yang harus disosialisasikan.. udah kok kemarin sudah bikin iklan ko di koran. Selesai gak? Orang kita gak paham, yang paham cuma dua persen? Gitu.
- T : dia bilang kalo ada kunjungan berusaha menjelaskan, tapi kan kunjungan berapa orang dibandingkan dengan masyarakat Indonesia berapa..
- W : iya,, lengkap?
- T : hehe, aduuhh DPR oohh DPR..
- W : tapi seru, hasilnya pasti seru deh. Gak papa sekarang hasilnya dipilah-pilah dulu ...
- T : prosesnya itu..
- W : makanya nanti dibatasi aja..
- T : kalo sekarang ada web nya juga kurang ya mas..
- W : ya sekarang bisa ga orang liat itu..
- T : web nya juga kurang update juga sii..
- W : coba di cek, alat komunikasinya di cek.. semua program dan alat-alat komunikasi yang dia pake di cek.
- T : berarti kalo gitu aku harus ke pemberitaan gak si mas?
- W : harus juga.. gak papa. Karena konteksnya kan.. itu masih dalam konteks kan.. artinya dalam fungsi pemberitaan itu kan salah satu fungsi humas kan.. dalam pencitraan publisitas kan... harus. Pembimbingnya siapa? Bu effy?
- T : iya.
- W : udah berapa bulan nggarap skripsi ini?
- T : sejak tanggal 5 oktober. Udah mepet bgt ni mas..
- W : harus kapan selesai?
- T : tanggal 17 desember.
- W : ya berarti seminggu atau dua minggu ini harus selesai dan dua minggu lagi nulis.
- T : masalahnya pak djaka harus ke korea sampe tgl 8 terus aku harus wawancara pak priyo budi santoso yang katanya setelah tanggal 5.
- W : wow..
- T : aduh gimana donk mas.. heheh
- W : hehehe, gak papa cek itu aja yang program-program itu aja..
- T : gak harus sama kepalanya juga..

- W : enggak, cek aja program yang di itu dilakukan.. gak harus kan ..
- T : program ini biasanya berbentuk tertulis gak sii mas?
- W : kadang-kadang begini, kadang-kadang ceklis doank.. ceklis juga cukup. Program radio apa.. talkshow dimana.. nanti kan dia bisa baca dia melakukan anu anu anu.. nanti diliat sedalam apa dia melakukannya. S1 cukup gitu, dia telah melakukan ini ini ini, dibandingkan sama tadi.. pandangan teori PR bahwa dia sebaai pelindung citra perusahaan. Yaa eeee standart PR ceklist nya adalah ini ini ini.. yang dilakukan ini ini ini.. udah selesai.. kurang nya apa, pandangan pakar gimana.. jadi.
- T : hehe doain ya mas..
- W : dua minggu beres.
- T : Berartikan ke anggota dan ke pimpinan DPR saya juga harus tanya tau gak sii sebenarnya komunikasi itu wewenangnya humas..
- W : ya itu, sejauh mana... minta pendapatnya dia.. salah satu ketua lha ya..
- T : kalo merubah struktur gitu jadi panjang donk ya mas karena harus merubah peraturan-peraturan yang ada.
- W : iya pasti berhubungan dengan aturan. Dia adanya struktur yang sekarang itu pasti ada perpresnya atau ada peraturan DPR nya gitu kan.. dan merubah struktur pasti merubah peraturan. Itu sudah tantangan tersendiri. Kalo merubah struktur di pemprov DKI gitu itu harus dipersidangkan dulu di DPRD. Perjuangannya berat.
- T : apalagi ini donk mas?
- W : apalagi ini... jadi nanti intinya masuk satu pertanyaan lagi.. gitu kan.. ketika merubah struktur atau tupoksi apa yang dilakukan? saya lagi bikin struktur eselon satu di kementerian kelautan. Setelah saya pelajari ternyata dia harus merubah eeee peraturan presiden nomor 9 tahun 2010 kemudian merubah nomor 10. Rentetannya banyak.. merubah permen.
- T : butuh waktu lama donk mas..
- W : iya.. kalo perpres itu harus masuk dulu ke sekneg, diolah dulu.. gak gampang.. perlu energy.. tapi tika ga usah sampe kesitu.. tadi aja tahapan.. jabarkan aja yang didialogkan ini secara teori ini dan yang dilakukan ini..
- T : kalo misalnya ada yang salah terus ku gali itu kenapa mas?
- W : ya, kenapa kok dia gitu ? mungkin SDM nya kurang, sumber dayanya kurang.. jadi ada kedalaman. Teorinya kepala humas itu harus begini misalkan. Tapi yang dilakukan ini. kenapa..
- T : banyak yang lulusan SMA sii mas mereka.
- W : iya kan kemungkinan personal, dukungan SDM lagi..
- T : iya Mas.. terima kasih yam as atas waktu dan kesempatannya.
- W : ya sama-sama , kamu dalemin dulu nanti kita bisa janji lagi.

Tugas Pokok dan Fungsi Humas DPR RI



**PERATURAN SEKRETARIS JENDERAL
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR 400/SEKJEN/2005

**TENTANG
ORGANISASI DAN TATA KERJA
SEKRETARIAT JENDERAL
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT
REPUBLIK INDONESIA**

**SEKRETARIS JENDERAL DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK
INDONESIA,**

Menimbang : bahwa dalam rangka melaksanakan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2005 tentang Organisasi Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia maka perlu menetapkan organisasi dan tata kerja Sekretariat Jenderal DPR RI.

Mengingat :

1. Undang-undang Nomor 22 Tahun 2003 tentang Susunan dan Kedudukan Majelis Permusyawaratan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2005 tentang Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia;
3. Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Nomor 15/DPR RI/I/2004-2005 tentang Peraturan Tata Tertib Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.

(Lanjutan)

Memperhatikan : Persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dalam suratnya Nomor B/791/M.PAN/4/2005 tanggal 29 April 2005.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **PERATURAN SEKRETARIS JENDERAL DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA TENTANG ORGANISASI DAN TATA KERJA SEKRETARIAT JENDERAL DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA.**

Bagian Keempat Biro Hubungan Masyarakat dan Pemberitaan

Pasal 194

Biro Hubungan Masyarakat dan Pemberitaan mempunyai tugas menyelenggarakan analisis terhadap isu-isu DPR, hubungan masyarakat, protokol, dan pemberitaan.

Pasal 195

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud Pasal 194, Biro Hubungan Masyarakat dan Pemberitaan mempunyai fungsi :

- a. penyelenggaraan urusan hubungan masyarakat;
- b. penyelenggaraan urusan keprotokolan;
- c. penyelenggaraan urusan pemberitaan.

Pasal 196

Biro Hubungan Masyarakat dan Pemberitaan terdiri dari :

- a. Bagian Hubungan Masyarakat;
- b. Bagian Protokol;
- c. Bagian Pemberitaan.

Pasal 197

Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai tugas melaksanakan analisis terhadap isu-isu di lingkungan DPR dan melaksanakan urusan kehumasan.

Pasal 198

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Pasal 197, Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai fungsi:

- a. pelaksanaan penyiapan bahan materi penerangan kepada masyarakat;
- b. pelaksanaan penyaluran delegasi pengaduan masyarakat.

Pasal 199

Bagian Hubungan Masyarakat terdiri dari :

- a. Subbagian Penerangan;
- b. Subbagian Penyaluran Delegasi.

Pasal 200

- (1) Subbagian Penerangan mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan materi penerangan kepada masyarakat mengenai DPR RI.
- (2) Subbagian Penyaluran Delegasi mempunyai tugas melakukan penyaluran delegasi pengaduan masyarakat yang menyampaikan permasalahannya ke DPR RI.

Pasal 201

Bagian Protokol mempunyai tugas melaksanakan urusan keprotokolan.

Pasal 202

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Pasal 201, Bagian Protokol mempunyai fungsi :

- a. pelaksanaan penyiapan dan pengaturan upacara DPR RI dan Sekretariat Jenderal;
- b. pelaksanaan penyiapan dan pengaturan tamu DPR RI dan Sekretariat Jenderal.

Pasal 203

Bagian Protokol terdiri dari :

- a. Subbagian Upacara;
- b. Subbagian Tamu.

Pasal 204

- (1) Subbagian Upacara mempunyai tugas melakukan penyiapan dan pengaturan upacara DPR RI dan Sekretariat Jenderal.

(Lanjutan)

- (2) Subbagian Tamu mempunyai tugas melakukan penyiapan dan pengaturan tamu DPR RI dan Sekretariat Jenderal.

Pasal 205

Bagian Pemberitaan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemberitaan dan penerbitan.

Pasal 206

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Pasal 205, Bagian Pemberitaan mempunyai fungsi :

- a. pelaksanaan penyiapan bahan pemberitaan kegiatan DPR RI dan Sekretariat Jenderal;
- b. pelaksanaan penyiapan bahan penerbitan majalah parlementaria dan buletin DPR RI.

Pasal 207

Bagian Pemberitaan terdiri dari :

- a. Subbagian Pemberitaan;
- b. Subbagian Penerbitan.

Pasal 208

- (1) Subbagian Pemberitaan mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan pemberitaan kegiatan DPR RI dan Sekretariat Jenderal.
- (2) Subbagian Penerbitan mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan penerbitan majalah parlementaria dan buletin DPR RI.

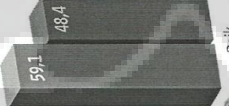
Hasil Jajak Pendapat Kompas tentang DPR

Kompas, 27 Desember 2010, halaman 5

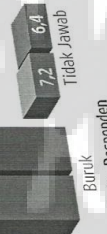
27/12/2010 - 5 -

Lembar Suram 2010

Sepanjang tahun, citra berbagai institusi negara amat terpuruk. Membuka lembar tahun yang baru, masih tersisakah ruang kepercayaan bagi mereka?



"Menurut Anda, baik atau burukkah citra pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono?" (dalam persen)

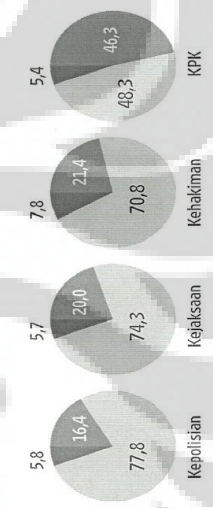


"Menurut Anda, baik atau burukkah citra kelembagaan MPR, DPR, DPD, dan partai politik?" (dalam persen)



N= 789 (4-6 Agustus 2010), N partai politik = 729 (21-23 Juli 2010)

"Menurut Anda, baik atau burukkah citra lembaga penegakan hukum berikut ini? (dalam persen)"

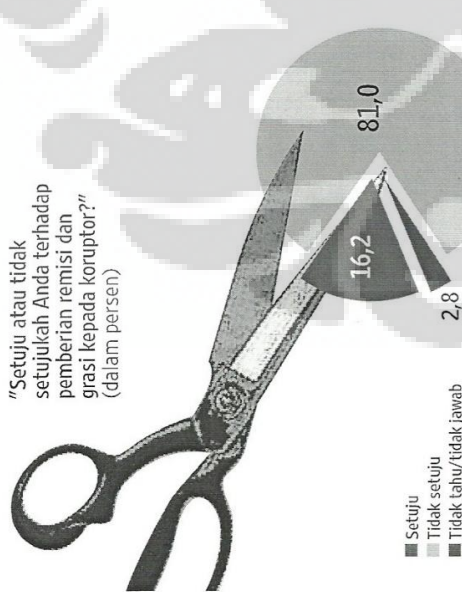


N = 681 (16-19 November 2010)

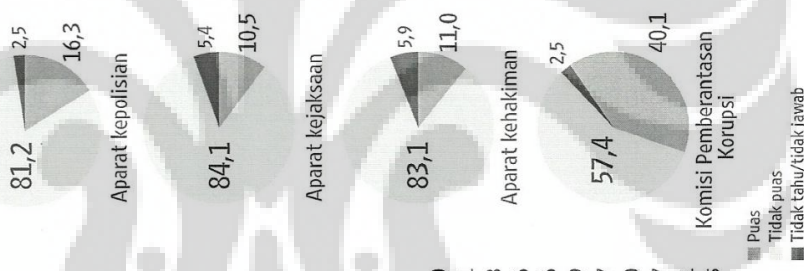
FOTO: TOTOX WILAYANTO GRAFIK: BESTARI

30/8/2010 h.5

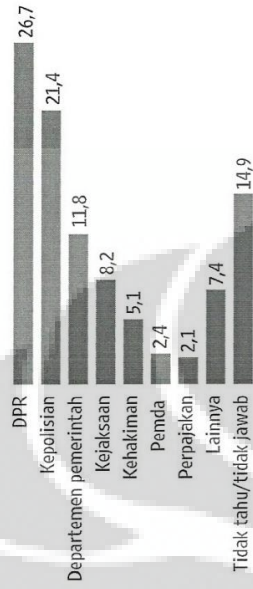
"Setuju atau tidak setuju Anda terhadap pemberian remisi dan grasi kepada koruptor?" (dalam persen)



"Puas atau tidak puas Anda dengan kinerja institusi penegak hukum berikut ini dalam memberantas korupsi?" (dalam persen)



"Menurut Anda, manakah lembaga/institusi yang paling korup di Indonesia?" (dalam persen)



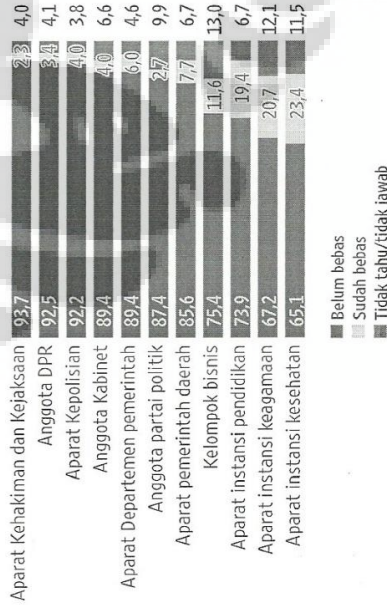
"Apakah pernah mendengar/melihat tindakan korupsi di lingkungan-lingkungan berikut ini?" (dalam persen)

Lingkungan	Pernah	Tidak pernah	Tidak tahu/tidak jawab
Pendidikan	40,0	55,2	4,8
Pekerjaan	36,4	60,6	3,0
Tempat tinggal	28,6	69,0	2,4
Keluarga	10,9	88,0	1,1

"Pernah atau tidak pernahkah Anda memberi uang suap/barang untuk hal-hal berikut?" (dalam persen)

Kategori	Pernah	Tidak pernah	Tidak tahu/tidak jawab
Mengurus surat-surat (KTP, IMB, SIM, tlig, sertifikat tanah)	37,0	62,3	0,7
Mendapatkan pekerjaan	6,6	92,8	0,6
Memperancar perusahaan bisnis/usaha	5,9	92,9	1,2
Mengurus ijazah	4,3	95,2	0,5

"Menurut penilaian Anda, sudah bebas atau belumkah lembaga/institusi berikut ini dari perilaku korupsi?" (dalam persen)



METODE JAJAK PENDAPAT

Pengumpulan pendapat melalui telepon ini diselenggarakan Litbang Kompas pada 25-27 Agustus 2010. Sebanyak 808 responden berusia minimal 17 tahun dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis dari buku telepon terbaru. Responden berdistribusi di 57 kota di Indonesia. Jumlah responden di setiap kota ditentukan secara acak proporsional. Menggunakan metode ini, pada tingkat kepercayaan 95 persen, dimungkinkan penilitian ±3,4 persen. Meskipun demikian, kesalahan di luar pencuplikan seluruh masyarakat negeri ini.

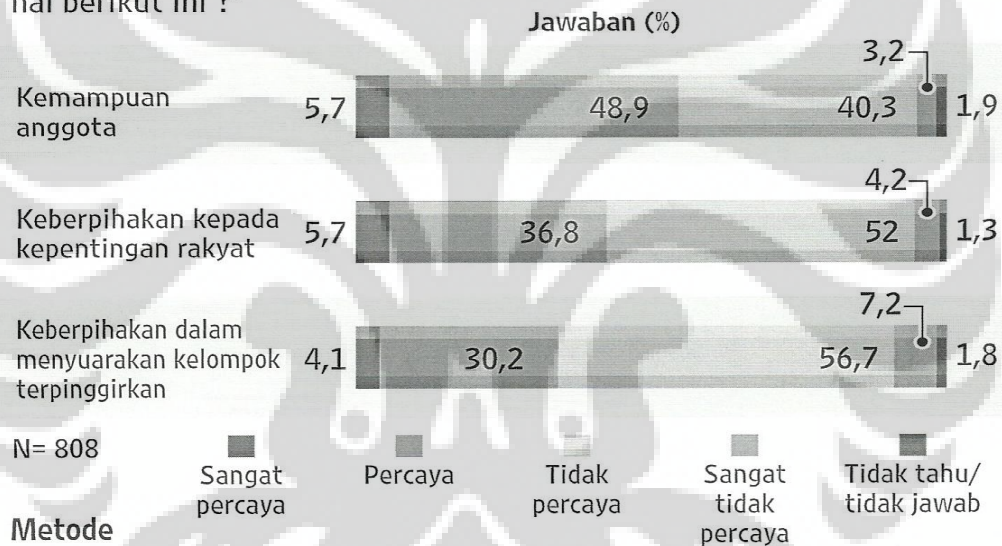
BESTARI

DPR, Kemampuan Tanpa Keberpihakan

Barometer

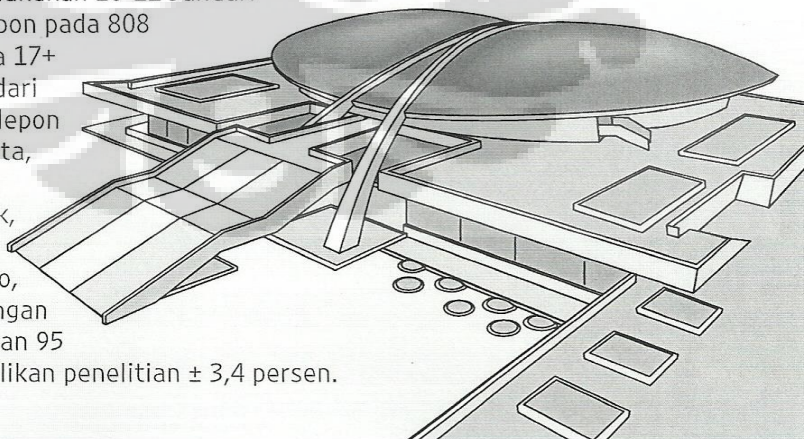
DPR periode ini bisa dibilang memiliki kemampuan pribadi yang lumayan. Sayangnya, keberpihakan mereka kepada kepentingan rakyat masih lemah, terlebih terhadap kelompok-kelompok masyarakat yang terpinggirkan, seperti buruh, minoritas etnis dan agama, perempuan dan anak-anak, serta kaum miskin. Setidaknya, hal ini tergambar dari penilaian masyarakat yang menjadi responden jajak pendapat "Kompas" berikut ini.

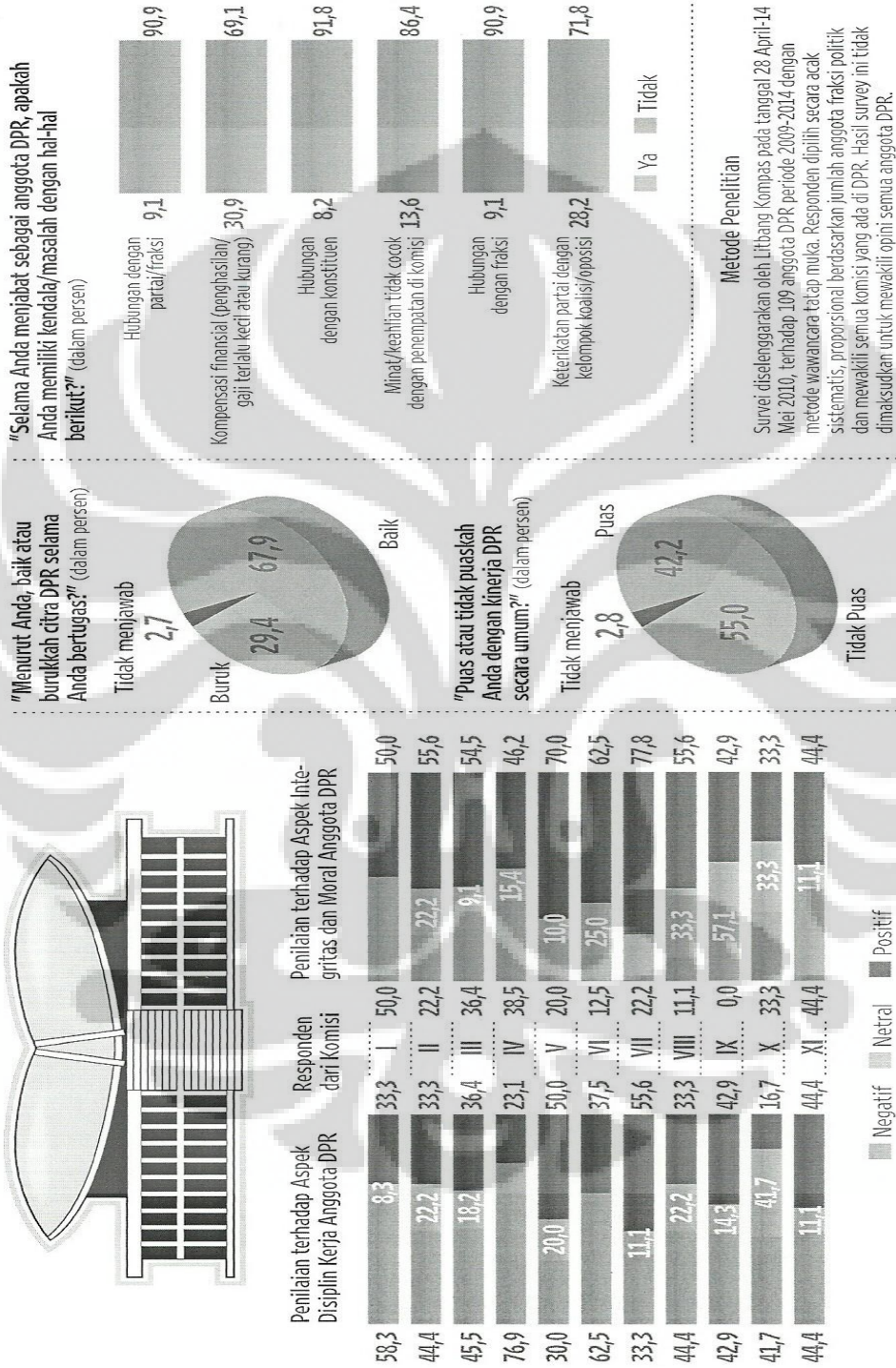
"Seberapa besar tingkat kepercayaan anggota DPR dalam beberapa hal berikut ini?"



Metode

Jajak pendapat dilakukan 20-21 Januari 2010 melalui telepon pada 808 responden berusia 17+ yang dipilih acak dari Buku Petunjuk Telepon Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Makassar, Manado, dan Jayapura. Dengan tingkat kepercayaan 95 persen, nirpencuplikan penelitian $\pm 3,4$ persen.





Kompas, 25 Juni 2010, halaman 5



Pengumpulan jajak pendapat melalui telepon di Litbang Kompas 21-23 Januari 2010. Terdiri dari 808 responden yang usianya min. 17 tahun dan dipilih secara acak dengan metode pencuplikan sistematis dari buku telepon terbaru. Responden berada di daerah Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Makassar, Jayapura. Jumlah responden di setiap kota diambil secara proporsional. Tingkat kepercayaan 95%.

8/8/2011

JAJAK PENDAPAT "KOMPAS"

Orientasi Kepemimpinan

Kendurnya kepercayaan publik terhadap penyelenggaraan negara tidak lepas dari melemahnya kepemimpinan di negeri ini. Tiadanya sosok yang mampu menjadi simpul pengikat kekuatan masyarakat menghadapi bangsa ini pada krisis orientasi.

Oleh YOHAN WAHYU

Penilaian ini terekam dari hasil jajak pendapat yang mencatat hampir separuh responden menyebut tak ada tokoh panutan bagi bangsa ini. Sosok yang jujur, tegas, berani, dan bersih menjadi karakter yang diidamkan sebagian besar responden. Karakter seperti itu sulit ditemukan saat ini.

Sikap ini juga berhubungan dengan ketidakpuasan responden terhadap kinerja lembaga negara. Tiga dari empat responden cenderung tidak puas dengan kepemimpinan di lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Ketidakpuasan paling tinggi (84,6 persen) tertuju pada DPR sebagai perwakilan rakyat.

Ketidakpuasan pada kepemimpinan di lembaga legislatif tidak lepas dari sorotan negatif pada pimpinan DPR. Apalagi, dalam sejumlah kasus, pernyataan Ketua DPR Marzuki Ali turut memengaruhi persepsi publik pada institusi itu. Pernyataan Marzuki, di antaranya soal tsunami di Mentawai, tenaga kerja Indonesia, rencana pembangunan gedung baru DPR, dan yang paling akhir adalah soal gagasan pembubaran Komisi Pemberantasan Korupsi, justru memicu kontroversi.

Tidak puasnya publik kepada kepemimpinan di lembaga legislatif juga turut membentuk citra negatif DPR. Sejumlah kasus menguatkan sinyalemen itu, sebut saja rencana DPR membangun gedung di tengah penolakan publik dan dugaan praktik percaloan anggaran. Kasus suap di Kementerian Pemuda dan Olahraga yang melibatkan mantan Bendahara Umum Partai Demokrat Muhammad Nazaruddin adalah contoh terjadinya mafia anggaran di DPR.

Hal sama terjadi pada lembaga pemerintah dan institusi hukum. Sebanyak 80 persen lebih responden menyatakan tidak puas dengan kepemimpinan di dua lembaga itu. Pada jajak pendapat 21 bulan pemerintahannya, tingkat kepuasan publik pada kepemimpinan Susilo Bambang Yudhoyono merosot menjadi 31 persen, jauh dari angka 59,2 persen pada tiga bulan pertama sejak dilantik. Hal sama terjadi pada KPK. Citra lembaga penegak hukum yang saling dipercaya dibandingkan

dengan lembaga hukum lain ini ikut-ikutan terpuruk. Jajak pendapat Kompas akhir Juli lalu mencatat citra baik KPK berada di angka 36,2 persen, turun dari survei opini sebulan sebelumnya yang mencapai 57 persen.

Turunnya tingkat kepuasan responden pada kepemimpinan di lembaga negara ini tidak lepas dari adanya disparitas antara harapan dan kenyataan yang ada. Saat biaya kebutuhan seperti pendidikan dan bahan pokok semakin melambung, masyarakat disugahi tontonan kerapnya elite, termasuk penegak hukum, terseret kasus korupsi. Meminjam istilah Soegeng Sarjadi, dengan potret seperti ini, Indonesia sebenarnya sedang memasuki sebuah krisis baru, yaitu krisis kepemimpinan yang menyeret ketidakpastian hidup rakyat (Kompas, 14/7).

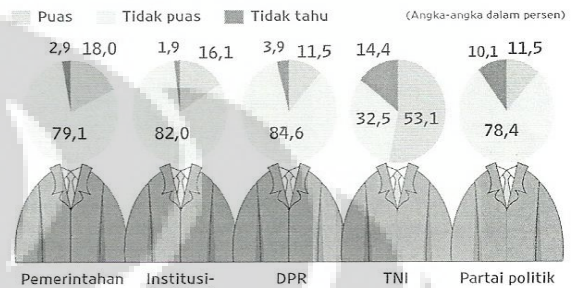
Budaya korup

Tiadanya tokoh panutan yang mampu memenuhi harapan publik juga tidak lepas dari kondisi lingkungan sosial politik yang kurang kondusif dalam melahirkan sosok pemberani dan tegas seperti yang diharapkan publik. Budaya korup yang kini banyak "menghiasi" medan politik negeri ini sedikit banyak melahirkan elite politik yang cenderung loyal pada kepentingan pribadi dan kelompok politik semata dibandingkan pada kepentingan rakyat. Separuh lebih responden (57,2 persen) meyakini politisi tidak mampu menghindari dari "konflik" kepentingan tersebut.

Jajak pendapat kali ini juga merekam opini dari separuh lebih responden (67,6 persen) yang menyebut betapa masih kuatnya praktik perilaku feodal seperti loyalitas struktural tak sehat yang dikenal di era Orde Baru dengan istilah ABS alias asal bapak senang. Separuh responden meyakini pemimpin saat ini tidak mampu lepas dari budaya feodal itu. Hal sama terjadi pada praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme yang menurut sebagian besar responden (79 persen) masih kuat terjadi, dan sekali lagi pemimpin juga diyakini tak mampu lepas dari budaya korup ini.

Terkuatnya kasus dugaan penggunaan uang negara untuk kepentingan partai politik, seperti dilansir Nazaruddin, turut

"Puas atau tidakkah Anda dengan kepemimpinan yang ada pada beberapa lembaga berikut ini?"



"Yakin atau tidak yakinkah Anda, latar belakang lembaga berikut ini akan memunculkan tokoh ideal/sosok panutan bagi bangsa Indonesia?"



Metode Jajak Pendapat

Pengumpulan pendapat melalui telepon ini diselenggarakan Litbang Kompas pada 3-5 Agustus 2011. Sebanyak 732 responden berusia minimal 17 tahun dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis dari buku telepon terbaru. Responden berdistribusi di 12 kota di Indonesia. Jumlah responden di setiap wilayah ditentukan secara proporsional. Menggunakan metode ini, pada tingkat kepercayaan 95 persen, nirpuncuplikan penelitan ± 3,6 persen. Meskipun demikian, kesalahan di luar pencuplikan dimungkinkan terjadi. Hasil jajak pendapat ini tidak dimaksudkan untuk mewakili pendapat seluruh masyarakat di negeri ini.

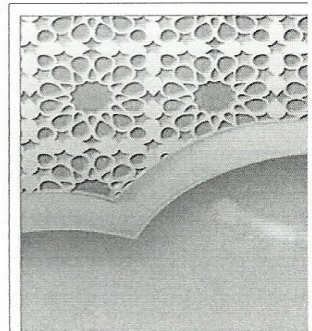
BESTARI

memengaruhi persepsi publik tentang sosok kepemimpinan yang bersih di partai. Tidak heran kemudian karakter bersih menjadi syarat paling banyak disebut oleh responden ketika menyebut syarat kepemimpinan dari parpol. Sebagian besar responden kurang percaya, partai akan mampu melahirkan calon pemimpin yang bersih.

Selain partai, sistem birokrasi yang masih cenderung korup juga diyakini tidak mampu melahirkan pemimpin yang tegas, berani, dan bersih sesuai keinginan publik dalam jajak pendapat ini. Situasi seperti ini cenderung menggiring harapan publik pada kembalinya sosok TNI dalam politik. Gambaran ini tecermin dari pendapat 63 persen responden yang berpendapat TNI akan mampu melahirkan sosok pemimpin yang tegas, berani, dan bersih. Meski demikian, publik juga menaruh harapan kepada kalangan perguruan tinggi, lembaga keagamaan, dan kelompok

profesional.

Sikap publik yang menilai saat ini tidak ada sosok panutan menjadi potret lunturnya kepercayaan kepada kepemimpinan. Jika kepercayaan ini mengkrystal, kita akan berada pada apa yang disebut Francis Fukuyama (1995) sebagai masyarakat tanpa kepercayaan (zero trust society). (LITBANG KOMPAS)



Kompas, 11 April 2011

Kinerja DPR Kini Makin Buruk Saja

Rakyat Selalu Melihat DPR secara Negatif

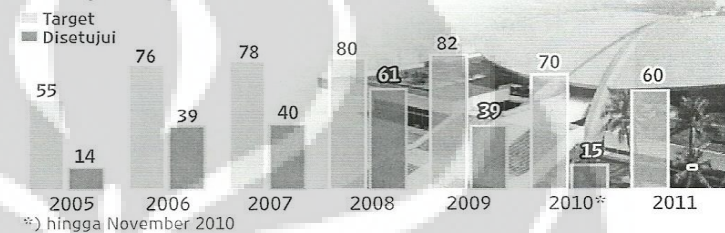
JAKARTA, KOMPAS — Kinerja Dewan Perwakilan Rakyat periode 2009-2014 tak lebih baik dibandingkan dengan periode sebelumnya. Bahkan, bagi pengamat hukum tata negara, Refly Harun, kinerja DPR saat ini jauh lebih buruk dibandingkan dengan kinerja DPR periode sebelumnya pada tahun pertama periodenya.

Hal ini terlihat dari kerja legislasi yang mandul dan tak mencapai target, pengawasan yang *overacting* tetapi tak substansial, serta fungsi penganggaran (*budgeting*) termasuk wilayah abu-abu yang sering diwarnai transaksi gelap. Dari target merampungkan 70 rancangan undang-undang (UU), DPR periode ini hanya mampu menyelesaikan 16 UU.

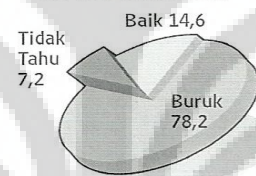
"Di sisi lain di tengah kinerja yang sedemikian buruk, DPR meminta *reward* berupa gedung baru. DPR sedang mempertontonkan paradoks," kata Refly, Sabtu (9/4) di Jakarta.

Padahal, ujar Refly, DPR periode ini seharusnya mampu bekerja lebih dibandingkan dengan periode sebelumnya. Pasalnya, fasilitas untuk anggota DPR sekarang lebih baik dari sebelumnya. Setiap anggota DPR memiliki satu atau dua staf ahli dan ajudan. Pada tahun pertama DPR periode sebelumnya, staf ahli baru ada di tingkat fraksi. Tahun pertama, DPR periode 2004-2009 dapat menghasilkan UU

Kinerja Legislasi DPR



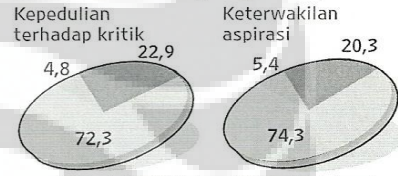
◆ Citra DPR (persen)



N= 789 (4-6 Agustus 2010)

Sumber: Litbang Kompas, diolah dari Badan Legislasi DPR dan hasil jajak pendapat Kompas

◆ Keterwakilan Rakyat (persen)



N= 842 (30 Maret-1 April 2011)

FOTO: KOMPAS, PRIYOMBODO GRAFIS: KARTIKA

dalam jumlah yang lebih kurang sama dengan yang dihasilkan DPR saat ini.

Di bidang pengawasan, Refly menilai DPR terlalu *overacting*. Ia menduga ada kepentingan yang bermain di balik pelaksanaan fungsi pengawasan itu.

Tanpa pengawasan

Zaenal Arifin Mochtar, Direktur Pusat Kajian Antikorupsi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, juga menilai DPR sekarang tidak layak lagi menjadi wakil rakyat. DPR membuat garis demarkasi yang jelas antara suara rakyat dan suara DPR. Aspirasi rakyat tidak pernah sampai dan didengarkan.

Zaenal mengakui buruknya mekanisme di DPR. DPR saat ini seperti melaju sendirian, tak memiliki lembaga pengawas. Tidak ada sistem *check and balances* untuk kebijakan yang diambil secara kelembagaan. Karena itu, dia

mengusulkan pembentukan sistem *check and balances* secara internal, yaitu dengan memfungsikan kamar kedua atau Dewan Perwakilan Daerah dalam fungsi legislasi, pengawasan, dan anggaran. Pengawasan yang bisa dilakukan hanya pengawasan yuridis oleh Komisi Pemberantasan Korupsi serta Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan. Namun, keduanya hanya terkait dengan tindak pidana, bukan kebijakan.

Psikolog sosial dari Universitas Indonesia, Bagus Takwin, juga mengakui, perilaku wakil rakyat yang buruk kian memperburuk wajah dan kinerja DPR. Sementara tiga tugas DPR, yaitu legislasi, pengawasan, dan penganggaran, justru terbengkalai.

"Wibawa DPR kian merosot, bahkan dilecehkan. Rakyat selalu melihat DPR secara negatif," ucap Bagus. (ANA/IAM)

5/9/2011

JAJAK PENDAPAT "KOMPAS"

Tingkatkan Kinerja DPR

Kewibawaan Dewan Perwakilan Rakyat dipertaruhkan. Besarnya kewenangan yang digenggam DPR saat ini jika dibandingkan pada era Orde Baru tidak serta-merta membuat kinerjanya menjadi optimal.

Oleh INDAH SURYA WARDHANI

Sajak tahun 2004, citra buruk tampaknya selalu melekat pada lembaga wakil rakyat ini. Bahkan, untuk DPR periode 2009-2014, empat dari setiap lima responden jajak pendapat *Kompas* menilai buruk citra institusional DPR. Artinya, ini titik terendah citra DPR selama tiga tahun terakhir. Selain itu, DPR juga dinilai belum cerdas menangkap aspirasi kepentingan masyarakat.

Performa DPR juga tidak lebih baik dari DPR periode sebelumnya. Padahal, dari sisi latar belakang anggota seperti jenjang pendidikan, usia lebih muda, tingkat pendidikan juga lebih tinggi.

Namun, potensi tersebut tidak berbanding lurus dengan prestasi. Kerja legislasi, misalnya, tidak mencapai target. Pada 2010, DPR hanya mampu merampungkan 16 undang-undang dari target program legislasi nasional sebanyak 70 undang-undang.

Undang-undang yang dihasilkan juga dinilai belum menyentuh substansi persoalan masyarakat, yang strategis bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, seperti Rancangan Undang-Undang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Oleh karena itu, bisa dipahami jika mayoritas responden menilai performa di bidang legislasi DPR masih mengecewakan.

Fungsi anggaran yang diemban DPR juga dinilai masih rentan praktik korupsi, terutama dalam aspek politisasi pembentukan anggaran yang menciptakan celah mafia anggaran. Sejumlah lembaga swadaya masyarakat yang tergabung dalam koalisi Antimafia Anggaran mencatat enam celah korupsi di DPR (21/8). Enam celah itu adalah besarnya wewenang Badan Anggaran, proses penyusunan yang tidak transparan, pos dana penyesuaian infrastruktur daerah, minimnya kajian antara alokasi dan kebutuhan daerah, ketiadaan rapat dengar pendapat publik, dan maraknya transaksi calo alokasi anggaran.

Mayoritas responden malah menyalahkan DPR terbebas dari praktik korupsi. Kasus suap pembangunan wisma atlet SEA

Games di Palembang hanyalah satu contoh dari buruknya proses penyusunan dan pengawasan anggaran di DPR. Sejumlah persoalan kinerja tak urung membuat DPR berjarak dengan konstituen pemilihnya. Hampir seluruh responden (94,5 persen) menengarai DPR tersandera kepentingan individu anggota dan partai politik.

Kekuasaan besar

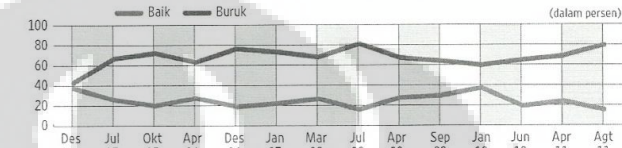
Pascareformasi, bantul kekuasaan negara mengayun ke ranah parlemen. Kekuasaan yang semula di tangan eksekutif (*executive heavy*) kini beralih ke genggam legislatif (*legislative heavy*). Amandemen UUD 1945 memperkuat kedudukan DPR, dari sekadar lembaga "stempel" pemerintah menjadi pemegang kekuasaan membentuk UU.

Selain penguatan kewenangan, perubahan UUD 1945 juga memungkinkan DPR "menggerus" kekuasaan presiden dan memasuki ranah penegakan hukum. Amandemen pertama UUD 1945 pada 1999 menjadikan DPR sebagai lembaga dominan dalam pembentukan undang-undang, bukan sekadar lembaga yang memberi persetujuan.

Kedudukan DPR ini makin mantap dalam amandemen kedua UUD 1945 pada 2000 yang, antara lain, menegaskan fungsi DPR yang meliputi legislasi, anggaran, dan pengawasan. Amandemen kedua ini juga menjamin hak menyampaikan usul, pendapat dan inisiatif anggota DPR. Anggota DPR tidak dapat dituntut di muka pengadilan karena pernyataan dan pendapat yang disampaikan dalam rapat-rapat DPR. Kedua-dua yang sejajar antara presiden dan DPR ditegaskan dalam amandemen ketiga UUD 1945 pada 2001 yang menyatakan presiden tidak dapat membekukan atau membubarkan DPR.

Perubahan UUD 1945 yang menggiring pada supremasi parlemen ini bukannya tanpa risiko. Kekuasaan DPR dijabarkan dalam UU Susunan dan Kedudukan Anggota Legislatif yang mengundang polemik. Peranan DPR dikritik berpotensi tumpang tindih dengan kewenangan lembaga tinggi lainnya, seperti

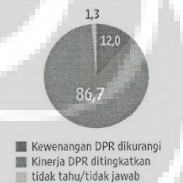
TREN PENILAIAN PUBLIK TERHADAP CITRA DPR



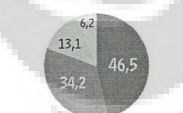
Bagaimana pendapat Anda mengenai kewenangan DPR hal berikut ini? (dalam persen)

Kategori	Baik	Buruk	Tidak tahu/tidak jawab
Membentuk UU	62,5	33,1	4,4
Membentuk anggaran	53,0	43,6	3,4
Membentuk BPK	58,0	37,6	4,4
Mengajukan tiga hakim konstitusi	59,8	34,3	5,9
Mengusulkan pemberhentian presiden/wakil presiden	55,5	41,7	2,8
Persetujuan untuk menyatakan perang, membuat perdamaian, dan perjanjian dengan negara lain	62,7	34,7	2,6
Memberikan pertimbangan dalam pemberian amnesti dan abolisi	67,1	30,3	2,6
Memberikan pertimbangan dalam mengangkat/menerima duta besar	70,8	26,4	2,8
Memberikan persetujuan atas pengangkatan anggota Komisi Yudisial	63,7	30,8	5,5
Memberikan persetujuan atas calon hakim agung	65,0	32,3	2,7
Memberikan persetujuan terhadap pemindahtanganan aset negara	46,4	49,0	4,6
Memberikan persetujuan pada pemilihan anggota KPK	61,4	36,8	1,8
Memberikan persetujuan pada pemilihan Kapolri	60,8	37,5	1,7
Memberikan persetujuan pada pemilihan Panglima TNI	61,6	36,5	1,9

"Terkait penilaian kinerja dan kewenangan DPR, berikut ini manakah menurut Anda yang paling sesuai?" (dalam persen)



"Menurut penilaian Anda, kewenangan DPR saat ini terlalu besar,imbang, atau terlalu kecil dibandingkan lembaga tinggi lainnya?" (dalam persen)



Legenda: Terlalu besar, Berimbang, Terlalu kecil, tidak tahu/tidak jawab.

Metode Jajak Pendapat

Pengumpulan pendapat melalui telepon ini diselenggarakan Litbang Kompas pada 24-26 Agustus 2011. Sebanyak 809 responden berusia minimal 17 tahun dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis dari buku telepon terbaru. Responden berdistribusi di 12 kota di Indonesia. Jumlah responden di setiap wilayah ditentukan secara proporsional. Menggunakan metode ini, pada tingkat kepercayaan 95 persen, representasi populasi penelitian +/- 3,4 persen. Meskipun demikian, kecakaban di luar pencuplikan dimungkinkan terjadi. Hasil jajak pendapat ini tidak dimaksudkan untuk mewakili pendapat seluruh masyarakat di negeri ini.

MPR, presiden, dan Mahkamah Konstitusi.

DPR juga dituding sengaja merambah ranah penegakan hukum atau yudikatif demi meneguhkan dominasi. Misalnya, UU No 4/1999 tentang Susunan dan Kedudukan (Susduk) MPR, DPR, dan DPRD, yang mempertajam peran pengawasan DPR terhadap pemerintah. Selain mengatur tugas dan wewenang DPR, UU Susduk No 4/1999 juga menegaskan hak DPR untuk meminta keterangan presiden dan mengadakan penyelidikan. Bahkan, UU No 27/2009 tentang MPR, DPR, DPD, dan DPRD semakin memperkuat kewenangan dengan memberikan hak untuk menyalah siapa pun yang menolak permintaan keterangan oleh DPR.

Berebak peraturan-peraturan tersebut, DPR kini pun turut

memberikan persetujuan dalam pemilihan sejumlah pejabat publik strategis, baik di ranah eksekutif maupun yudikatif, dari pengangkatan duta besar, anggota Komisi Yudisial, hingga pemilihan anggota Komisi Pemberantasan Korupsi, Kepala Polri, dan Panglima TNI.

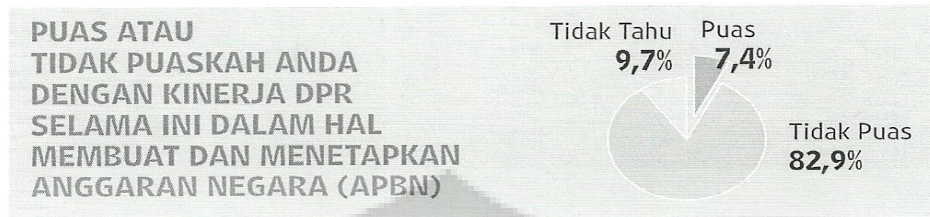
Sayangnya, supremasi kewe-

nangan DPR tidak diimbangi dengan penguatan kelembagaan. Terbongkarnya sejumlah praktik suap dan korupsi di tubuh lembaga ini menunjukkan supremasi DPR kerap disalahgunakan. Hampir separuh responden jajak pendapat menilai kewenangan DPR saat ini terlalu besar.

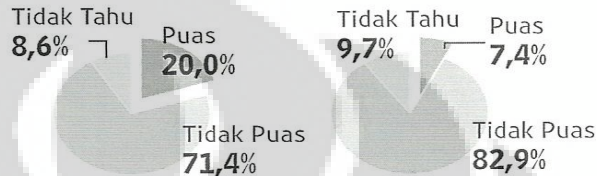
(LITBANG KOMPAS)

QURAN LEARNING CENTRE
Metode Mudah Belajar Al-Quran

Kompas, 1 Juli 2011



KEPUASAN KINERJA DPR DALAM MEMBUAT ANGGARAN



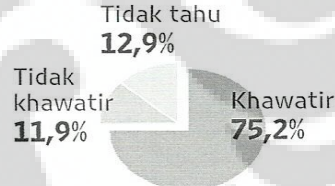
JAJAK PENDAPAT 2-4 JULI 2008 25-26 JUNI 2011

YAKIN ATAU TIDAK YAKINKAH ANDA...

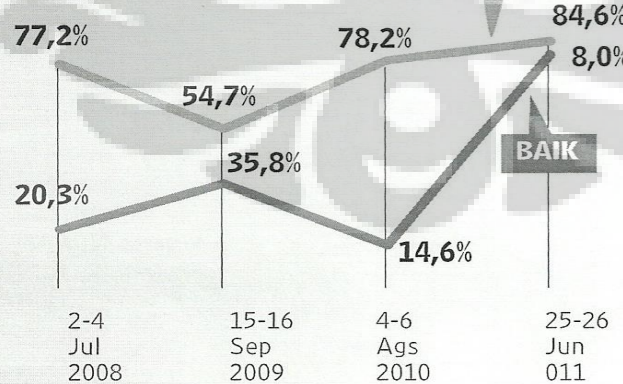
	Yakin	Tidak Yakin	Tidak Tahu
Di DPR terjadi praktik percaloan anggaran	75,4%	15,7%	8,9%
Parpol tidak terlibat dalam dugaan praktik percaloan anggaran di DPR	18,9%	62,8%	18,3%
KPK akan berani dan mampu mengusut dugaan praktik percaloan anggaran yang terjadi di DPR	40,5%	48,2%	11,3%

KHAWATIR ATAU TIDAK KHAWATIRKAH ANDA DUGAAN PRAKTIK PERCALOAN ANGGARAN DI DPR AKAN MEMENGARUHI KINERJA DPR DALAM MENENTUKAN ANGGARAN KE DAERAH?

N= 741



TREN CITRA DPR



N= 700 - 900 responden

Metode Jajak Pendapat
Pengumpulan pendapat melalui telepon ini diselenggarakan Litbang Kompas pada 25-26 Juni 2011. Sebanyak 741 responden berusia minimal 17 tahun dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis dari buku telepon terbaru. Responden berdomisili di 12 kota besar di Indonesia. Jumlah responden di setiap wilayah ditentukan secara proporsional. Menggunakan metode ini, pada tingkat kepercayaan 95 persen, nirpencuplikan penelitian +/- 3,6 persen. Meskipun demikian, kesalahan di luar pencuplikan dimungkinkan terjadi. Hasil jajak pendapat ini tidak dimaksudkan untuk mewakili pendapat seluruh masyarakat di negeri ini.

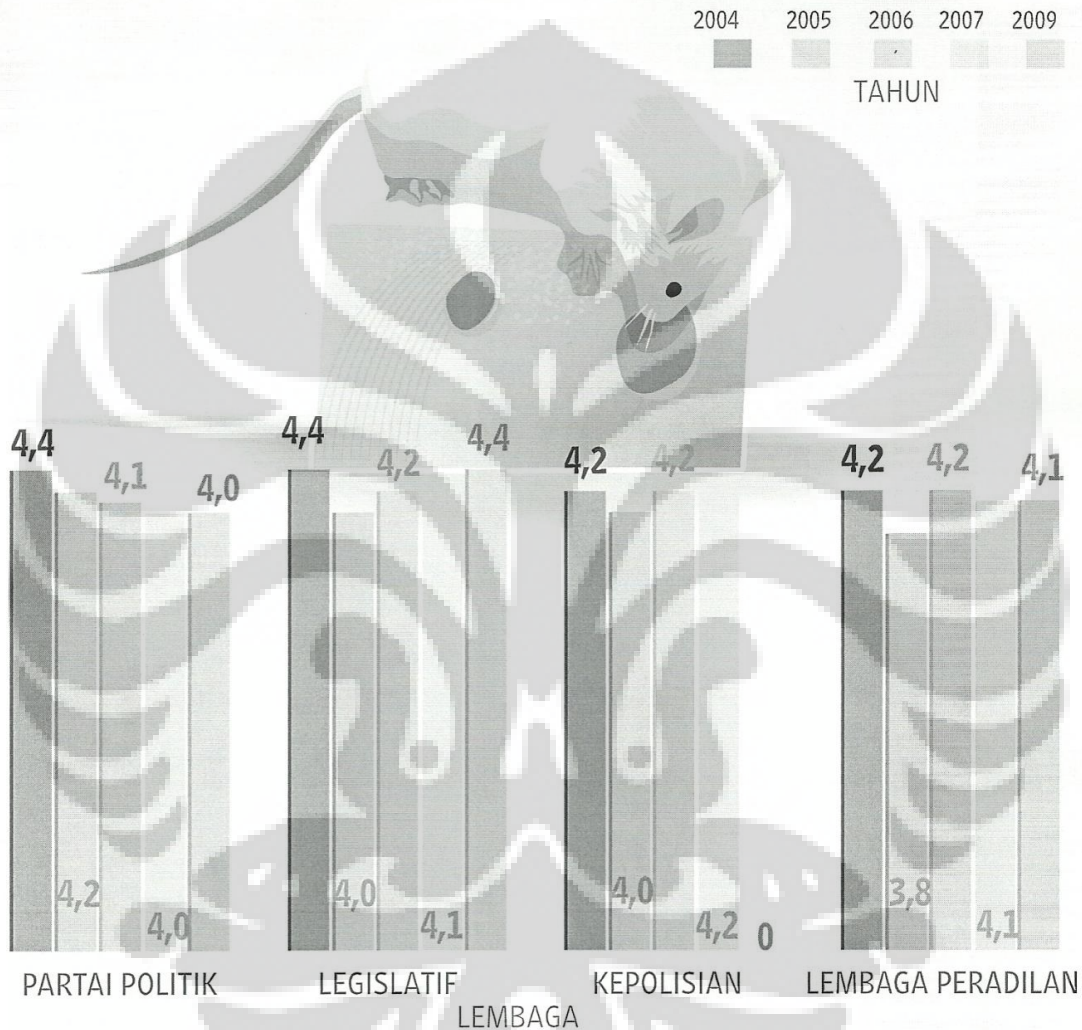
(Lanjutan)

Kompas, 10 Maret 2011

10/3/2011

LEMBAGA TERKORUP DI INDONESIA

(Berdasarkan Barometer Korupsi Global Transparency International Indonesia)



Keterangan:

- Transparency International Indonesia secara rutin melakukan survei untuk mengetahui lembaga-lembaga terkorup di Indonesia. Survei menggunakan sistem penilaian dengan skala 1 (tidak korup) sampai 5 (sangat korup).
- Survei Barometer Korupsi Global (BKG) dilaksanakan pertama kali tahun 2003, tetapi metodenya berbeda dengan survei-survei pada tahun-tahun selanjutnya. Pada tahun 2008 Transparency International tidak meluncurkan BKG.

Sumber: Litbang Kompas/YOH, diolah dari pemberitaan.

DICKY/ANDRI

4/4/2011

JAJAK PENDAPAT "KOMPAS"

Melebur Jarak Wakil Rakyat

Sistem demokrasi tidak langsung mengidealkan relasi timbal balik yang harmonis antara rakyat sebagai pemegang kuasa dan wakilnya dalam kelembagaan Dewan Perwakilan Rakyat. Sayangnya, hingga kini hubungan yang terjalin masih tetap timpang.

Oleh **INDAH SURYA WARDHANI**

Selama ini yang terjadi justru kondisi yang jauh panggang dari api. Reformasi politik yang idealnya menempatkan rakyat sebagai pemegang kuasa di negeri ini justru pada kenyataannya mereka tidak pernah benar-benar berkuasa. Pemilu yang digelar setiap lima tahun terjawab menjadi alat legitimasi kekuasaan para elite politik belaka.

Demokrasi kini tak ubahnya wacana yang dimaknai prosedural semata. Era kebebasan berpolitik yang terbuka lebih dari satu dekade terakhir sekadar diukur dari penyelenggaraan pemilu yang sarat kompetisi modal, kekuatan, dan mobilisasi partisipasi politik secara besar-besaran. Sementara itu, pemenuhan kepentingan rakyat yang merupakan substansi demokrasi pun terabaikan.

Tidak heran, jika penilaian publik terhadap eksistensi, kinerja, hingga citra para wakil rakyat selepas reformasi politik 1998 digulirkan kerap kali buruk. Termasuk, penilaian publik saat ini, sekitar 69 persen responden menganggap buruk citra DPR.

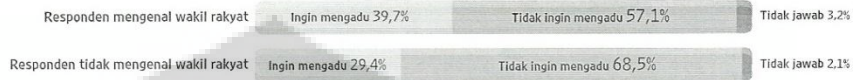
Dalam kinerja keseharian, sekalipun media massa, televisi khususnya, mempertontonkan secara langsung kepiawaian para wakil rakyat dalam berpidato, tetap saja tiga dari setiap lima responden justru menilai bahwa sidang pembahasan DPR sering berjalan tidak efektif. Parahnya lagi, penilaian buruk itu tertuju pula pada rendahnya etika anggota DPR.

Sebagian besar politisi Senayan dinilai kurang menunjukkan komitmennya terhadap tugas-tugas yang diemban. Selain tidak disiplin menghadiri rapat, sejumlah tawangan sidang DPR justru diwarnai debat kusir berkepanjangan, dengan hasil yang tidak efektif.

Ruhnya ruang persidangan di Senayan seolah menutup telinga para wakil rakyat. Mayoritas responden selalu saja menilai bahwa anggota DPR tidak peduli terhadap kondisi masyarakat saat ini, termasuk menanggapi kritik yang dilontarkan masyarakat. Akibatnya, mayoritas responden merasa aspirasinya tidak terwakili di rumah rakyat.

Selama ini hanya sekitar sepertiga bagian responden saja yang mengapresiasi positif kinerja para wakil rakyat, termasuk partai politik pilihannya, dalam menyampaikan aspirasi. Dalam kondisi semacam ini, bukan hal yang aneh jika apa pun rencana yang tengah dibahas ataupun dipersoalkan dipandang sebelah mata oleh publik.

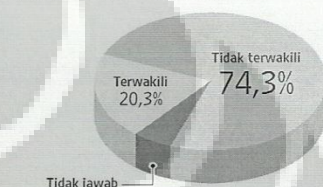
Dalam menghadapi persoalan masyarakat, apakah Anda memiliki keinginan untuk mengadukan persoalan kepada para wakil rakyat di wilayah Anda?



Menurut pandangan Anda, peduli atau tidak pedulikah para wakil rakyat terhadap kritik masyarakat?



Secara umum, apakah Anda merasa aspirasi Anda sudah terwakili oleh para wakil rakyat saat ini?



Sumber: Libang Kompas

FOTO: KOMPAS/VEENADHI ARIANI/GRAFIK.SUNAN

Metode Jajak Pendapat
Pengumpulan pendapat melalui telepon ini diselenggarakan Litbang Kompas pada 30 Maret-1 April 2011. Sebanyak 842 responden berusia minimal 17 tahun dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis dari buku telepon terbaru. Responden berdistribusi di 92 kabupaten/kota. Menggunakan metode ini, pada tingkat kepercayaan 95 persen, nirpencuplikan penelitian ± 3,4 persen. Meskipun demikian, kesalahan di luar pencuplikan dimungkinkan terjadi. Hasil jajak pendapat ini tidak dimaksudkan untuk mewakili pendapat seluruh masyarakat di negeri ini.

Tengok saja upaya DPR membangun gedung baru, yang mendapat tentangan keras masyarakat. Apa pun alasan positif yang diajukan pihak DPR, guna meningkatkan kinerja misalnya, tetap saja tidak mampu menarik simpati masyarakat.

Relasi timpang

Bagi anggota DPR, penilaian publik semacam ini bisa jadi menjadi semacam momok. Betapa tidak, sejauh ini tentu mereka menganggap yang mereka lakukan sudah optimal. Hasil survei terhadap anggota DPR yang dilakukan Kompas tahun 2010, misalnya, menyiratkan kesan demikian. Mereka merasa yang telah dilakukan benar-benar mewujudkan aspirasi rakyat yang diwakilinya. Tampaknya, ketimpangan relasi yang kini benar-benar terjadi disebabkan oleh persepsi yang berseberangan antara rakyat dan para wakil rakyat.

Interaksi yang timpang ini, pada tataran publik, bisa jadi diawali dengan minimnya pengendalian sosok anggota legislatif oleh masyarakat. Malahan, kondisi demikian tecermin hingga level lingkungan terdekat masyarakat, yaitu pengenalan terhadap anggota DPRD di wilayahnya.

Dalam jajak pendapat ini, misalnya, tiga dari setiap lima responden mengaku tidak mengenal anggota DPRD di wilayahnya.

Jangan dikawatirkan bertatap muka, mengenai nama pun tidak. Teramat minim yang mengaku pernah berdialog dengan anggota DPRD di wilayahnya. Kenyataan ini mengesankan betapa senyap "rumah rakyat" dari kehadiran masyarakat. Keberadaannya tak ubahnya sekadar monumen penanda wilayah. Meski lokasi dan gedungnya diketahui publik, empat dari setiap lima responden mengaku tidak pernah mengunjungi kantor DPRD.

Pengakuan publik terhadap keberadaan para wakilnya di DPRD pun minim. Bahkan saat menghadapi persoalan kemasyarakatan yang pelik sekalipun, sebagian besar responden enggan mengadukannya kepada anggota DPRD. Tidak heran jika apresiasi miring terhadap kinerja DPRD di wilayahnya lebih banyak disuarakan. Lebih dari seratus responden tidak puas terhadap kinerja anggota DPRD.

Selain peran dan fungsi yang dianggap tidak memadai, produk legislasi DPRD yang berupa peraturan daerah pun dinilai tidak memenuhi harapan. Memang, dibandingkan dengan penilaian terhadap kinerja anggota DPR pusat, penilaian publik terhadap DPRD di wilayahnya masih relatif lebih baik. Hanya saja, semua penilaian yang diekspresikan publik tetap saja menempatkan posisi mereka yang terpuruk.

Mengkaji kondisi yang berlangsung, tampaknya baik para wakil rakyat maupun rakyat yang diwakilinya sama-sama menyimpan permasalahan. Sepanjang relasi yang terbentuk tidak juga bersifat timbal balik, ketakharmonisan hubungan

akan tetap berlangsung. Selama itu pula publik bersikap pesimistis terhadap keberadaan para anggota DPR atau DPRD. Dalam kondisi yang tidak ideal ini, jangan pernah berharap rakyat merasa terwakili. (LITBANG KOMPAS)



(Lanjutan)

Kompas, 18 April 2011

Wajah Rumit Wakil Rakyat

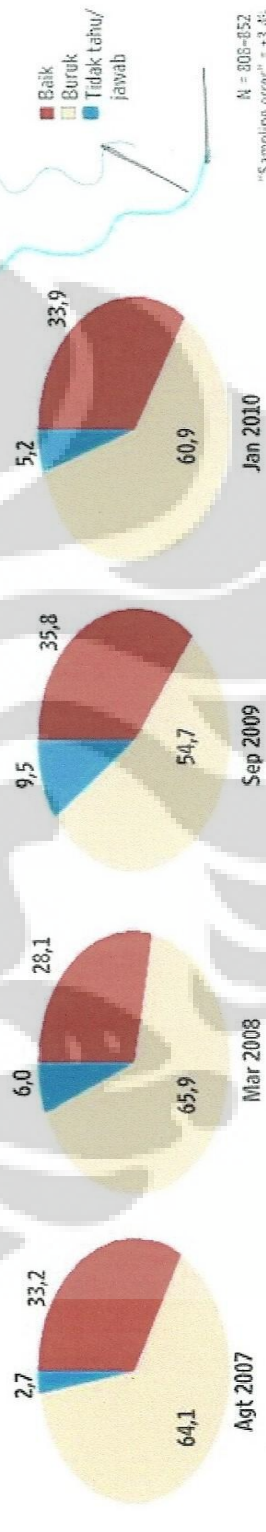
Profil anggota DPR periode 2009-2014 "menjanjikan". Sebagian besar (90,6 persen) anggota berpendidikan tinggi setingkat sarjana, sedangkan 41,1 persen pascasarjana tingkat master ataupun doktoral. Usia sangat produktif, 25-50 tahun. Separuh lebih (56,7 persen) merupakan wajah baru yang berasal dari swasta. Potensi ini bisa menjadi kekuatan, tetapi juga kelemahan. Faktanya, sejauh ini mereka belum menorehkan sebuah prestasi berarti. Setahun terakhir mereka banyak disibukkan dengan agenda penguatan koalisi. Ditambah soal gedung baru dan video porno, makin rumitlah wajah wakil rakyat.

Menurut Anda, baik atau burukkan citra DPR saat ini?



N = 806-902
"Sampling error" = ±3,3%-3,4%

Baik atau buruk kinerja anggota DPR



N = 806-852
"Sampling error" = ±3,4%

Sumber: Litbang Kompas/FOT

KARTIKA

Kompas, 10 Oktober 2011

