

InterAct

Journal on Communication

Penasihat

Dr. A.Prasetyantoko, MSc

Pemimpin Redaksi

Dr. Nia Sarinastiti, MA

Editor

Embu Henriquez, MSi

Natalia Wideasari, MSi

Satria Kusuma, MSi

Sekretaris

Salvatore Simarmata, MA

Mitra Bestari

Prof. Herbert W. Simons (*Temple University, Pennsylvania, USA*)

Prof. Dr. Aloysius Agus Nugroho (Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta)

Dr. Tanete Adrianus Pong Masak (Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta)

Dr. Ade Armando (Universitas Indonesia, Jakarta)

Drs. I Gusti Ngurah Putra, MA (Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta)

Dr. Hifni Ali Fahmi (Universitas Indonesia, Jakarta)

Dr. Dorien Kartikawangi (Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta)

Alamat Redaksi

Prodi. Ilmu Komunikasi,

Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Komunikasi,

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Ged. C. Lt. 1

Jl. Jend. Sudirman Kav. 51, Jakarta, 12930

Indonesia

Tlp/Fax: (021) 570 8967

Email: fia@atmajaya.ac.id / nia.sarinastiti@atmajaya.ac.id / sarinastiti@yahoo.com

Website: <http://www.atmajaya.ac.id>

DAFTAR ISI

Strategi Mendengarkan dalam Komunikasi Manajerial	1
<i>Andre Hardjana</i>	
Strategi dan Implementasi Program CSR dalam Memberdayakan Ekonomi Lokal Pada Program Bantuan Modal Kerja Bergulir UMKM	18
<i>Nia Sarinastiti dan Clara Subardjo</i>	
Menegakkan Jurnalisme Etis dalam Pemberitaan Kasus Terorisme	36
<i>Salvatore Simarmata</i>	
Bijak Berkomunikasi di Situs Jejaring Sosial: Tinjauan Etika dan Kebijakan Komunikasi	47
<i>Agusly Irawan Aritonang</i>	
Realitas Korupsi Dalam Konstruksi media Massa Lokal Sebuah Studi Critical Discourse Analysis atas Editorial Surat Kabar <i>Flores Pos</i> dan <i>Pos Kupang</i> di Provinsi NTT.....	57
<i>Jonas Klemens Gregorius Dori Gobang</i>	
Teori Konvergensi Simbolis (<i>Symbolic Convergence Theory</i>) Dalam Kajian Pustaka.....	71
<i>Dorien Kartikawangi</i>	

Pengantar Redaksi

Pembaca yang budiman

Keutuhan bangunan sosial ditopang oleh nilai-nilai yang ditanamkan secara konsisten sehingga menjadi sebuah struktur dalam relasi-relasi sosial. Nilai-nilai seperti integritas, komitmen kerja keras, dan kepedulian akan menciptakan masyarakat yang berkembang secara produktif dan harmonis.

Sebagai sebuah komunitas, kami ingin menyatukan integritas, komitmen, kerja keras, dan kepedulian rekan-rekan seprofesi guna memajukan komunitas ini secara khusus, maupun masyarakat luas pada umumnya. Salah satu upaya untuk mewujudkan impian tersebut adalah lewat kolaborasi dan inovasi dalam berbagai bidang, termasuk lewat diseminasi karya komunitas sebagai pendidikan dan peneliti.

Di dorong oleh semangat tersebut, redaksi mempersembahkan Jurnal InterAct edisi terbaru di hadapan pembaca yang budiman sebagai bentuk komitmen kami pada ilmu dan profesi yang kita tekuni bersama.

Pada edisi ini Redaksi menyuguhkan buah-buah pikiran rekan-rekan sejawat dalam bidang komunikasi yang penuh dengan keragaman topik kajian dan pendekatan keilmuannya.

Sebagai pembuka, pembaca akan diajak untuk memahami bagaimana strategi efektif untuk mendengarkan bagi para manager profesional demi kehandalan kepemimpinan mereka dalam memajukan perusahaan yang dipaparkan dengan detail oleh ahli komunikasi keorganisasian Indonesia, Prof. Andre Hardjana.

Selanjutnya, masih terkait dengan strategi, Nia Sarinastiti dan Clara Subardjo menyajikan Studi kasus strategi program CSR dalam memberdayakan ekonomi lokal. Kemudian, diikuti oleh tulisan Salvatore Simarmata yang mengajak pembaca untuk merefleksikan bagaimana jurnalisme etis dapat ditegakkan dalam pemberitaan kasus terorisme yang acapkali menimbulkan kontroversi.

Masih terkait dengan etika, kemajuan internet telah memberikan kebebasan untuk berekspresi dan berpendapat. Namun, kebebasan acap kali melewati batas-batasnya. Fenomena itulah yang ditangkap dalam tulisan Agus Irawan Aritonang dalam tajuk Bijak Berkomunikasi di Situs Jejaring Sosial: Tinjauan Etika dan Kebijakan Komunikasi. Selanjutnya tulisan Jonas K. G. D. Gobang menganalisis sebagaimana konstruksi realitas simbolik atas korupsi dalam media lokal di NTT. Terakhir, Dorien Kartikawangi berupaya mengkaji tentang teori konvergensi simbolis yang dapat dijadikan patokan untuk penerapan dalam dunia akademik.

Semoga Jurnal InterAct dapat selalu menjadi ruang yang menyatukan semangat kebersamaan kita sebagai komitmen menunaikan tanggung jawab kita sebagai pendidik dan peneliti di tengah-tengah masyarakat yang kita layani. Akhir kata, Redaksi mengucapkan selamat menikmati suguhan karya rekan sejawat dalam jurnal ini.

Terimakasih

Hormat kami

Redaksi

Strategi Mendengarkan Dalam Komunikasi Manajerial

Andre Hardjana¹

Abstract

People seem to be more powerfully driven to talk than to listen. Listening rather than talking is a major concept in managerial communication. In accomplishing his/her job, a manager is expected to develop his/her listening skill more than his/her speaking skill. By building good listening habits and exercising active listening, he/she can improve communication effectiveness and raise subordinates' self-respect and efficacy as well. In fact, the person can also become a pioneer of listening climate practice in the organization. This article is a critical review of the literature related to the nature, significance, and performance of effective and active listening in managerial communication.

Key words: listening, effective listening, active listening, listening climate.

Interact, Vol. 2, No. 2, Nov 2013,

Hal. 1-17, Prodi Komunikasi,

Unika Atma Jaya Jakarta.

¹ Prof. Andre Hardjana, MA.Ph.D adalah mantan dekan FIABIKOM dan salah satu pionir Program Studi Komunikasi di UNIKA Atma Jaya, Jakarta. Saat ini mengajar di Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia dan lainnya.

Para manajer melaksanakan tanggung jawab atas pencapaian tujuan organisasi melalui aktivitas kepemimpinan, motivasi, pengarahan, dan kontrol atas anak buah. Namun di dalam praktik, mereka dituntut lebih banyak *mendengarkan* anak buah dari pada *berbicara* untuk memberikan arahan, motivasi, koordinasi, dan kontrol. Ironisnya, mereka tidak menunjukkan kemampuan yang tinggi untuk kepentingan tersebut. Ralph Nichols dan Leonard Stevens (1991: 39-46), dua spesialis ternama dalam studi ‘mendengarkan’ meninjau kembali hasil penelitian klasik mereka (1957) dalam artikel “*Listening to People*” yang dibuka dengan kalimat sebagai berikut:

Eksekutif yang sibuk menggunakan 80% waktunya untuk mendengarkan... dan toh mereka hanya mendengar kurang dari separoh apa yang didengarkan. Para eksekutif itu sadar bahwa bisnis mereka tergantung pada sistem komunikasi dan sistem komunikasi manajerial ternyata lebih mengandalkan kata-kata lisan dari pada tulisan. Efektivitas kata-kata lisan tidak ditentukan oleh bagaimana cara orang-orang berbicara, melainkan cara mereka mendengarkan.

Meskipun mencurahkan 80% waktu untuk mendengarkan, hanya sebagian kecil (25%) dari para eksekutif mengaku mampu menikmati hasil positif dari kegiatan intensif tersebut (Nichols dan Stevens, 1991: 40).

Kemampuan mendengarkan kini menduduki peringkat pertama dalam ‘daftar keterampilan manajerial’, karena mendengarkan—*bukan* laporan resmi—dianggap sebagai saluran dari sebagian besar informasi manajerial. Namun penelitian James Floyd (1985) menemukan rendahnya tingkat kemampuan mendengarkan di kalangan para manajer, yang seperempat abad sebelumnya dilaporkan oleh Nichols dan Stevens (1957). “Para manajer tidak mampu mengingat kembali separoh dari isi ceramah pendek (berdurasi 10 menit) yang didengarkan 8 jam sebelumnya.” (Floyd, 1985: 5-6). Mengapa begitu? Setidaknya ada empat alasan yang dapat diajukan: (1) Kebanyakan manajer mengakui bahwa mendengarkan adalah kegiatan yang membosankan—berbicara jauh lebih menyenangkan; (2) Mendengarkan adalah keterampilan yang terabaikan dalam proses pendidikan formal—berbeda dengan keterampilan komunikasi lainnya, yaitu berbicara, membaca, dan menulis; (3) Mendengarkan adalah pekerjaan berat,

yang ditandai peningkatan denyut jantung, bertambah cepatnya peredaran darah, dan naiknya suhu badan. Maka logis kalau tingkat kemampuan mendengarkan mereka tetap rendah, bila mereka tidak mau bekerja keras; (Nichols dan Stevens, 1969: 472-479); (4) Akhirnya, di era globalisasi yang membawa dampak persaingan keras, para manajer merasa dikejar-kejar waktu, sehingga mereka banyak membuat keputusan secara terburu-buru tanpa sempat mendengarkan suara orang lain. Singkat kata, kebanyakan dari mereka adalah manajer yang berperilaku sebagai ‘pendengar buruk’ (*poor listeners*)—bukan ‘pendengar baik’ (*good listeners*). Sementara itu ‘realitas bisnis’ sebagaimana diakui oleh Alan Gulick, juru bicara *Starbuck Coffee Company*, adalah makin lugas:

”Kesalahan-kesalahan bisnis yang terjadi, praktis semuanya adalah persoalan-persoalan mendengarkan. ... Mendengarkan adalah kunci kesuksesan bisnis.” ”Tanpa kecermatan mendengarkan, manajer praktis terisolasi dari umpan balik dan pembelajaran dari lingkungan.” (O’Rourke, 2001: 119).

Makalah ini membahas persoalan-persoalan tentang mendengarkan: apa pengertian dan ruang lingkupnya, apa faktor-faktor pengaruhnya, apa dampak yang ditimbulkan, dan bagaimana strategi membangun dan memelihara kebiasaan mendengarkan efektif.

Pengertian dan Ruang Lingkup

Orang dapat mendengar banyak suara, meskipun tidak mendengarkan. Ia juga dapat mendengarkan tetapi tidak mengerti—seakan-akan ia hanya mendengar rentetan kata-kata saja. ‘*Mendengarkan*’ dan ‘*mendengar*’ adalah dua istilah yang berbeda dan harus dibedakan secara tegas. ‘Mendengar’ adalah sensasi fisik yang bersifat alami dan tidak disengaja terhadap rangsangan suara lingkungan. Mendengar adalah peristiwa mekanis yang tidak terelakkan. ‘Mendengarkan’, sebaliknya, melibatkan pengertian dan tanggapan terhadap suara lingkungan. Pengertian dan tanggapan adalah unsur hakiki dari konsep ‘mendengarkan’ dan tidak dikenal dalam konsep ‘mendengar’.

Definisi dan Pengertian

Berbeda dengan ‘mendengar’, ‘mendengarkan’ adalah hasil konsentrasi, yang menuntut kerja keras secara fisik maupun psikologis. Secara operasional, “mendengarkan

dapat diberi definisi sebagai proses lima tahapan yang meliputi sensasi (*sensing*), penafsiran (*interpreting*), evaluasi (*evaluating*), ingatan (*remembering*), dan tanggapan (*responding*) terhadap pesan-pesan yang diucapkan. (Steil *et al.*, 1983: 21). Penjelasan kelima tahapan dalam proses mendengarkan di bawah ini mengacu pada buku Lyman K. Steil *et al.* (1983: 21-22) yang berjudul *Effective Listening: Key to Your Success*.

- (1) **Sensasi:** Secara fisik mendengar dan memperhatikan suara pesan. Penerimaan secara fisik dapat terganggu oleh berbagai faktor, seperti kebisingan, gangguan alat pendengaran, atau tiada perhatian. Sensasi mengabaikan gangguan dan fokus pada 'pencatatan' pesan-pesan suara di lingkungan;
- (2) **Penafsiran:** Mengurai pesan dan meresapi apa yang didengar. Saat mendengarkan kita memberikan nilai pada ucapan kata-kata berdasar nilai, kepercayaan, ide, pengharapan, dan pengalaman. Kerangka acuan pembicara mungkin jauh berbeda dengan kerangka acuan kita. Maka kita bertanggung jawab untuk menentukan apa yang dimaksud oleh pembicara. Dengan memperhatikan tanda-tanda nirkata, kita dapat meningkatkan ketepatan penafsiran pesan-pesan;
- (3) **Evaluasi:** Membentuk opini tentang pesan. Memilih dan memilah berbagai ucapan, memisahkan fakta dari opini, mengevaluasi kualitas bukti-bukti, terutama bila pokok pesan merupakan masalah yang rumit atau bermuatan emosional. Kita cenderung mengabaikan ide-ide dari orang-orang yang tidak terkenal dan bergegas memeluk ide-ide dari tokoh-tokoh kharismatis;
- (4) **Mengingat:** Menyimpan pesan dalam memori agar dapat digunakan untuk kesempatan lain. Menyimpan garis besar pemikiran yang disampaikan pembicara. Seorang pembicara yang baik membantu pendengar dengan menekankan ide pokok, mengkaitkan dengan ide-ide lain dalam perkembangan, dan merangkum kembali ide-ide pokok dan hikmah dari hubungan ide-ide tersebut;
- (5) **Menanggapi:** Mengakui penerimaan pesan dengan menyampaikan tanggapan kepada pembicara. Dalam situasi interpersonal atau kelompok, tanggapan itu mungkin berupa

ucapan verbal. Namun bila di tengah orang banyak atau dalam situasi publik, tanggapan awal itu berbentuk tepuk tangan, tertawa, atau bahkan terdiam. Baru kemudian kita memutuskan untuk bertindak sesuatu atas pesan-pesan yang sudah kita dengarkan.

Penjelasan singkat di atas menunjukkan bahwa proses mendengarkan membutuhkan tekad, upaya keras yang konsisten, dan pengorbanan waktu, sebab pada setiap tahapan kegiatan dapat terhenti oleh berbagai kendala. Carl Rogers, dalam artikel klasik "*Barriers and Gateways to Communication*," menyatakan bahwa hambatan terbesar untuk mendengarkan orang lain adalah "kecenderungan kita untuk menghakimi, menilai, menyetujui, atau tidak menyetujui pernyataan orang lain. ... Kecenderungan ini meningkat tajam bila situasi melibatkan perasaan dan emosi yang mendalam." (Rogers dan Roethlisberger, 1991: 32). Namun kendala psikologis tersebut bukanlah satu-satunya, sebab pada hakikatnya mendengarkan memang rentan terhadap beragam kendala. Hal ini akan dibahas dalam bagian tersendiri di bawah.

Jenis-jenis Mendengarkan

Berdasar tujuannya, kegiatan mendengarkan dapat dibedakan menjadi tiga kategori: mendengarkan isi (*content listening*), mendengarkan kritis (*critical listening*), dan mendengarkan empatis (*emphatic listening*).

- (1) **Mendengarkan isi** adalah tindakan yang bertujuan untuk *mengerti* dan *menyimpan* informasi yang disampaikan oleh pembicara. Tugas kita dalam proses mendengarkan adalah menemukan ide-ide pokok dalam ucapan pembicara, maka kita harus berkonsentrasi dan memusatkan perhatian pada tanda-tanda kunci yang menunjukkan struktur, perkembangan hubungan, rangkuman, dan topik-topik yang disampaikan. Kita membuat gambaran garis besar pemikiran dari pembicara, agar kemudian dapat memeriksa kembali apa yang sudah kita pelajari. Akhirnya, kita mendengarkan dengan saksama, terlepas dari kita setuju ide-ide pembicara, karena tujuan kita melakukan *content listening* adalah mengerti pesan yang disampaikan pembicara;
- (2) **Mendengarkan kritis** dilakukan untuk *mengevaluasi* pesan pembicara berdasarkan beberapa dimensi, atau sudut pandang, termasuk logika, argumen-tasi, kekuatan

bukti, validitas konklusi, implikasi pesan bagi kita dan organisasi, maksud dan motivasi pembicara, dan pengabaian beberapa hal penting oleh pembicara. Namun melakukan pemahaman dan pengevaluasian sekaligus adalah sulit. Maka dalam mendengarkan kita mengutamakan pemahaman pesan, evaluasi baru dilakukan kemudian sesuai paparan atau ceramah. Mendengarkan kritis dilakukan dengan tujuan untuk menyingkap 'pandangan' dan 'ideologi' pembicara. Yang juga tidak kalah pentingnya adalah mengevaluasi kredibilitas pembicara. Tanda-tanda nirkata adalah kunci penting yang harus diperhatikan;

- (3) **Mendengarkan empatis** bertujuan untuk *memahami perasaan, kebutuhan, dan keinginan* pembicara dengan maksud untuk menghargai butir-butir pandangan—terlepas dari sejalan atau tidaknya pandangan kita sendiri. Konsep 'mendengarkan empatis' diperkenalkan oleh Carl Rogers sebagai '*mendengarkan aktif*' (*active listening*). Dengan teknik mendengarkan aktif atau empatis ini kita membantu pembicara untuk 'menyalurkan' perasaan dan emosi, sehingga ia tidak mendekati masalah-masalah dengan putus asa atau kehilangan semangat. Godaan terbesar dalam mendengarkan empatis adalah 'keinginan untuk memberi nasehat'. Namun perlu difahami, pembicara tidak membutuhkan nasehat. Dia juga tidak membutuhkan komentar tentang benar atau salah perasaan yang diungkapkan. Dalam situasi ini ia hanya ingin berbicara dan butuh pendengar yang baik.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa mendengarkan adalah tindakan berat, sebab membutuhkan keteguhan, konsistensi, kerja keras, dan pengorbanan waktu. Ketiga jenis keterampilan mendengarkan ini penting untuk menghadapi berbagai situasi dan tujuan manajerial. Dalam wawancara dengan klien atau seleksi calon karyawan, misalnya, keterampilan '*mendengarkan isi*' adalah penting. Manajer dapat mempraktikkan '*mendengarkan kritis*' ketika menghadiri presentasi usulan proyek, proposal riset kebijakan, atau laporan evaluasi program khusus. Keterampilan '*mendengarkan empatis*' dibutuhkan bila manajer ingin menunjukkan kesamaan pengertian dan perasaan pada anak buah yang tertimpa 'musibah'.

Manajer diharapkan menguasai keterampilan mendengar-kan empatis, karena persaingan bisnis yang keras membuat banyak karya-wan stress. Mendengarkan empatis adalah unsur dalam '*mendengarkan aktif*' yang akan dibahas lebih lanjut sebagai sub-topik di bawah .

Hambatan Mendengarkan

Di atas sudah disinggung bahwa mendengarkan adalah kegiatan yang membosankan dan berat, sehingga banyak menemui kegagalan. Maka untuk memperbaiki kemampuan mendengarkan, para manajer perlu membangun kesadaran tentang faktor-faktor penghambat dan mengembangkan pengalaman empiris menjadi kebiasaan mendengarkan yang positif. Faktor-faktor penghambat bersumber pada dua jenis lingkungan, yaitu lingkungan psikologis (*psychological environment*) dan lingkungan fisik (*physical environment*).

Lingkungan Psikologis

Hambatan yang bersumber pada lingkungan psikologis meliputi kelemahan manusiawi, kode (*encoding* dan *decoding*), sistem nilai, pendidikan, dan profil psikologis.

Kelemahan manusiawi. Sebagaimana disinggung di atas hambatan paling besar untuk mendengarkan adalah kecenderungan manusiawi untuk menghakimi, mengevaluasi, atau mendebat. (Rogers, 1991). Kecenderungan menghakimi membuat orang tidak suka mendengarkan karena selalu bertindak reaktif dan defensif.

Kode. Keterampilan membentuk kode, menggunakan kode, dan mengurai kode adalah sangat penting untuk proses pertukaran arti. Keterampilan kode terbentuk melalui pengalaman dalam mendengarkan dan berbicara, yang melibatkan ingatan, nilai, dan kepercayaan. Semua itu menghasilkan sikap bagaimana mendekati komunikasi dan efektivitas komunikasi dapat dicapai. Seorang manajer yang mempunyai pengalaman negatif dengan serikat pekerja, misalnya, akan cukup sulit mendengarkan dengan saksama ketika harus melakukan negosiasi dengan perwakilan serikat pekerja lagi.

Sistem nilai. Nilai-nilai sosial menggerakkan arah dan menentukan apa hal-hal yang dapat dibicarakan dan apa yang layak didengarkan. Sistem nilai terbentuk melalui pengalaman dan perkembangan dalam interaksi sosial. Orang yang dibesarkan pada zaman Orde Baru terbiasa dengan *aturan bahasa dan perilaku*, sehingga sulit mengerti bahasa dan perilaku remaja yang dibesarkan oleh zaman Reformasi yang serba bebas.

Pendidikan. Pendidikan formal memang tidak secara langsung terkait dengan pelatihan keterampilan mendengarkan. Namun kaum terdidik suka bergaul dengan banyak orang yang berbeda-beda, cenderung terbuka dalam mendengarkan dan berbicara tentang masa depan, sementara orang-orang yang berpendidikan rendah cenderung tertutup dan suka bicara dan mendengarkan kondisi hidup sekarang—bukan masa depan.

Profil psikologis. Orang-orang yang bermental tertutup dan bermental terbuka sangat berbeda dalam keinginan mendengarkan. Jadi sifat dogmatis, otoriter, emosional, dan agresif cenderung tidak suka mendengarkan, karena mereka tertutup terhadap ide baru, informasi alternatif, dan gagasan berbeda. Orang yang agresif, emosional, dan otoriter tidak suka mendengarkan karena mereka cenderung reaktif dan defensif. Sebaliknya, orang-orang yang demo-kratis dan terbuka cenderung suka mendengarkan dan mencari ide alternatif.

Lingkungan Fisik

Hambatan-hambatan yang bersumber pada lingkungan fisik meliputi kondisi fisik manusia dan situasi, termasuk kondisi fisik diri, umur, ruang, waktu, dan suara.

Kondisi fisik diri. Terkait dengan indera pendengaran dan alat-alat untuk berbicara. Penderita bisu-tuli cenderung lebih tertutup dari pada orang-orang normal, karena keterampilan bicara dan mendengarkan tidak berkembang sebagaimana mestinya. Orang-orang gaguk dan gagap cenderung tidak suka mendengarkan dan menjauhi keramaian dan obrolan orang-orang.

Tempat. Setiap peristiwa terjadi di suatu tempat. Lokasi terjadinya komunikasi mempunyai pengaruh besar pada kegiatan mendengarkan, terutama karena dimensi jarak dan kualitas kondisi. Jarak jauh atau ruang yang tersekat tembok menghambat mendengarkan efektif. Kafetaria adalah ruang yang cocok untuk mendengarkan gurauan dan obrolan, namun tidak cocok untuk mendengarkan curahan hati. Orang mengenal ruang publik dan ruang privat yang harus dibedakan dan tidak boleh dikacaukan, meskipun kedua-duanya dibutuhkan untuk pengembangan sosial dan interpersonal. Ruang publik tidak cocok untuk mendengarkan keluhan-keluhan dan pertengkar pribadi dan ruang privat tidak cocok untuk berdebat politik dan ideologi.

Waktu. Setiap tindakan terkait waktu. Manajer mengenal waktu kerja dan waktu istirahat, waktu mendesak dan waktu normal. Manajer

menyatakan: "Menjelang Hari Raya, semua karyawan bekerja lembur; Semua laporan akan kita bicarakan besok, bukan hari ini.; Persiapan piknik kita bicarakan dalam rehat kopi." Semua ucapan itu terkait waktu dengan bobot berbeda. Karyawan sering mau berbicara, namun manajer sedang sibuk: "Maaf, jangan sekarang". Orang yang sedang terburu-buru tidak dapat mendengarkan instruksi dengan saksama.

Suara bising. 'Noise' adalah istilah teknis untuk merujuk segala 'gangguan'—bukan hanya dalam artian suara bising—dalam proses komunikasi. Secara fisik suara telpon yang berdering-dering, suara radio yang keras, gemuruh hujan deras, dan deru mobil-mobil di jalan semua mengganggu pendengaran orang yang sedang bercakap. Secara teknis 'timbunan kerja berlebih' (*overload*) dipercaya sebagai 'noise' yang mengganggu pendengaran manajer saat presentasi laporan. Akhirnya, teriakan melengking, kecepatan ucapan, dan nada bicara mempengaruhi efektivitas pendengaran dan penafsiran arti kata.

Manajer, yang sukses, selalu berusaha keras untuk mengatasi hambatan-hambatan lingkungan psikologis maupun fisik tersebut dengan meningkatkan keterampilan mendengarkan. Peningkatan keterampilan mendengarkan secara garis besar dapat dilakukan dengan dua cara: (1) pelatihan membangun kebiasaan mendengarkan baik (*good listening habits*) (O'Rourke, 2004) dan melaksanakan kegiatan 'mendengarkan aktif' (*active listening*) (Smeltzer, 2002).

Kebiasaan Mendengarkan

Sekali lagi, mendengarkan adalah pekerjaan membosankan, berat, dan rentan terhadap berbagai gangguan fisik, mental, dan psikologis. Para manajer pada umumnya berusaha keras untuk mengatasi segala hambatan, sehingga mampu tampil sebagai 'pendengar baik' (*good listener*). Namun dalam praktik tidak sedikit pula yang usahanya gagal, sehingga tetap tampil sebagai 'pendengar buruk' (*poor listener*). Manajer yang berhasil menjadi 'pendengar baik' mampu mengembangkan 'kebiasaan mendengarkan efektif' (*KME*). Sebaliknya, manajer yang menjadi 'pendengar buruk' mengikuti 'kebiasaan mendengarkan buruk' (*KMB*). Perbedaan KMB dan KME dapat dibedakan berdasarkan sepuluh unsur keterampilan mendengarkan yang dikembangkan oleh Ralph Nichols. (Lihat *Tabel 1*). Tabel itu disarikan dari penjelasan Ralph Nichols (1976: 534-540) tentang "100 manajer yang berperilaku sebagai pendengar buruk dan 100 manajer lain yang tampil sebagai

pendengar efektif” yang dilaporkan dalam artikel “Listening is a 10-part Skill.”

Secara teknis mendengarkan adalah kegiatan yang menjadi bagian dari sebuah percakapan. Bila orang yang satu berbicara yang lain mendengarkan dan demikian kedua peristiwa ini terjadi secara bergantian. Artinya selama yang satu berbicara yang lain mendengarkan. Tujuan pokok dari mendengarkan adalah memperoleh informasi dari pembicara. Namun dalam praktik, orang sering mendengarkan tanpa cukup perhatian dan bukan demi pengertian, melainkan demi keasyikan sendiri (*self-centered*). Pendengar buruk kerap menunjukkan keasyikan sendiri’ dan berperilaku defensif (*defensive behavior*). Dalam percakapan, misalnya, bila mendengar temannya mengungkapkan kesulitan yang pernah dialami, pendengar buruk langsung menganggapi dengan mengutarakan kesulitan sendiri yang jauh lebih besar. Sebaliknya, bila mendengar temannya memperoleh keberuntungan, pendengar buruk menyahut dengan cerita bahwa ia punya

pengalaman yang jauh lebih hebat. Singkat kata, pendengar buruk cenderung meremehkan orang lain dan menyombongkan diri. Berikut ini adalah penjelasan singkat tentang ‘kebiasaan mendenarkan buruk’ (*KMB*) dan ‘kebiasaan mendengarkan efektif’ (*KME*).

Kebiasaan Mendengarkan

Bila menghadiri pembicaraan atau penjelasan yang cukup panjang, seperti ceramah, kuliah, instruksi, atau uraian masalah, para manajer menunjukkan perilaku mendengarkan yang berbeda dengan alasan yang dapat dirangkum menjadi sepuluh butir sebagai berikut:

(1) Topik bahasan:

Pendengar buruk: Sejak awal ia mengecam topik dan materi pembicaraan sebagai tidak menarik dan membosankan. Singkat kata, ia cepat kehilangan minat dan berhenti mendengarkan. Akibatnya, ia tidak dapat menemukan sesuatu apapun yang menarik untuk dipelajari;

Tabel 1. KMB dan KME menurut 10 Unsur Keterampilan Mendengarkan

Unsur Keterampilan Mendengarkan Efektif	Tindakan KMB	Tindakan KME
1. Menemukan daya tarik atau minat;	Menyebut topik tidak menarik, berhenti mendengarkan;	Mencari daya tarik dalam setiap topik;
2. Menyerap isi atau materi;	Fokus pada pembicara: tampilan dan cara brbicara dan penampilan tidak menarik;	Fokus pada isi bukan pada cara bicara dan tampilan;
3. Menahan pikiran panas;	Langsung ‘terbakar’ dan ingin mendebat, sibuk bikin argumentasi;	Menarik kesimpulan pada akhir, menyimak sampai selesai;
4. Mencari ide-ide baru;	Fokus pada fakta-fakta;	Fokus pada ide pokok dan tema sentral
5. Bersikap fleksibel;	Mencatat semua hal sehingga kehilangan alur pengertian;	Menyimak terus dan mencatat hanya yang dianggap penting;
6. Bekerja keras— konsentrasi;	Pura-pura mendengarkan, santai dan tanpa konsentrasi	Konsentrasi, kerja keras untuk mengerti, Mengatasi gangguan dengan tekun menyimak;
7. Ketahanan terhadap gangguan;	Mudah tergodas oleh berbagai gangguan	Menrima Tantangan dengan logika dan mengabaikan lelucon
8. Melatih olah pikir;	Menolak tantangan, larut dalam hal-hal ringan dan lelucond canda;	Rasional dan menafsirkan Ungkapan Nssional
9. Pikiran terbuka, pandangan luas;	Reaktif terhada beberap ungkapan nasional	Meangkum, hubungkan isu, fakta dan membaca antar baris
10. Memanfaatkan rumpang kecepatan bicara dan mendengarkan;	Melamun, asyik dengan pikiran snediri	

Sumber:

Ralph Nichols, “Listening is a 10-part Skill” (1976: 534-540) dengan tambahan Catatan: KMB (Kebiasaan Mendengarkan Buruk) dan KME (Kebiasaan Mendengarkan Efektif).

Pendengar efektif: ia tahu topiknya tidak menarik, namun ia tetap menunjukkan perhatian, karena ia yakin pembicara pasti memiliki 'sesuatu' yang cukup berharga dan layak dipelajari. Ia datang untuk belajar;

(2) **tampilan dan cara berbicara:**

Pendengar buruk: Lebih memperhatikan tampilan pembicara dan caranya berbicara dan tidak peduli pada apa yang dibicarakan. Ia mudah kecewa melihat tampilan dan mendengar suara pembicara. Ia sering berkilah: bila penyampaian saja sudah tidak memuaskan, bagaimana ia bisa tertarik pada materi pembicaraan?

Pendengar efektif: Ia menunjukkan empati pada pembicara. Ia tahu bahwa tampilan dan penyampaian pembicara tidak menarik, tetapi ia mencoba memahami sudut pandangnya dan mengerti persoalan dalam konteks. Ia berusaha menemukan ide dan pandangan penting di balik kelemahan tampilan itu. Ia datang untuk belajar dari ide dan pandangan pembicara bukan untuk menikmati tampilan pembicara;

(3) **Pancingan ide:**

Pendengar buruk: Sering terpicik pada beberapa kata dan istilah, dan mudah terpancing untuk bereaksi keras. Ia sibuk menyusun serangkaian argumen. Maka ia tidak lagi mendengarkan, seolah-olah ia menunggu kesempatan untuk mendebat. Akibatnya kehilangan benang merah dan alur penjelasan;

Pendengar efektif: Melaksanakan prinsip 'dengarkan sampai selesai'. Ia mengikuti pikiran pembicara sampai selesai. Saat mendengar sesuatu yang ia tidak cocok, ia tidak terpancing untuk mendebat atau melompat ke konklusi. Ia ingin mengerti keseluruhan paparan—bukan memberi komentar sepinggal-sepinggal. Ia baru membuat kesimpulan di akhir pembicaraan.

(4) **Menanggapi fakta:**

Pendengar buruk: Sering menunggu fakta-fakta, karena tanpa fakta kebenaran dianggap tidak ada. Isu-isu dilepaskan dari latar belakang dan konteks. Hubungan antar fakta dipersepsikan secara dangkal. Fakta tidak dianggap sebagai bahan pendukung argumentasi melainkan sebagai kebenaran yang otonom;

Pendengar efektif: Tidak menelan fakta sebagai materi otonom. Ia mencari tahu tentang reliabilitas cara perolehan fakta-fakta dan validitas pemikiran pembicara, sehingga dapat dimengerti secara kontekstual. Apakah fakta-fakta dan bukti itu baru, akurat, reliabel, dan relevan untuk pokok

pembicaraan ini? Fakta adalah pendukung atau bukti dari alur pikiran;

(5) **Membuat catatan:**

Pendengar buruk: Tergoda untuk membuat catatan harfiah dari seluruh ucapan—bukan hanya yang dianggap penting. Akibatnya ia lebih sibuk mencatat dan mengingat-ingat kata-kata secara tepat yang digunakan pembicara dan tidak mendengarkan penjelasan lebih lanjut. Ia kehilangan garis besar pengertian. Akhirnya ia selalu tertinggal dan kehilangan gambar besar, karena pengertiannya terpinggal-pinggal; Pendengar efektif: mencatat singkat tentang ide-ide kunci dan garis besar pemikiran—bukan seluruh ucapan. Ia membuat rangkuman sehingga tetap dapat mengikuti dan tidak kehilangan mata rantai penjelasan lebih lanjut;

(6) **Tanggapan pada urusan sendiri:**

Pendengar buruk: Nampak bosan, capek, dan malas, namun pura-pura memperhatikan dengan tampilan duduk yang tegak agak condong ke depan. Dalam kenyataan ia sibuk dengan persoalan dan pikiran sendiri yang masih harus dibereskan. Tidak jarang ia membuka dan menulis di buku catatan. Secara fisik ia hadir, namun pikirannya melayang jauh ke luar ruang;

Pendengar efektif: Dapat mengabaikan urusan pribadi dengan bertindak aktif, ia tidak hanya mendengarkan kata-kata yang terucap tetapi juga menyimak tanda-tanda nonverbal yang dapat lebih memperjelas. Pengertian dapat diperoleh tidak hanya dari kata-kata yang didengar tetapi juga dari bahasa nirkata dan konteks yang menjadi kerangka pikir. Pendengar baik mampu 'mendengarkan antara baris';

(7) **Rentan terhadap Gangguan lingkungan.**

Pendengar buruk rentan diterpa 'noise' yang datang dari berbagai sumber lingkungan, seperti buruknya penerangan ruangan, gangguan alat audio-visual, dan bahkan suara pembicara yang kurang jelas dan monoton. Ia tidak berusaha apapun untuk mengatasi 'noise' tersebut, ia membiarkan pendengarannya terganggu;

Pendengar efektif: Ia mampu menyaring dan menangkal berbagai gangguan lingkungan. Ia memilih tempat duduk yang strategis untuk mendengarkan dan melihat pembicara. Ia menjauhi pintu—sehingga tidak terganggu oleh orang-orang yang sering keluar-masuk. Ia berusaha lebih keras untuk menyimak, bila ia tahu fasilitas fisik lingkungan kurang mendukung. Pendengar efektif tidak suka mengeluh dan menyerah pada keadaan;

(8) Materi sulit:

Pendengar buruk: Suka mengeluhkan pengertian abstrak, penjelasan berbelit-belit, dan pikiran ruwet. Singkat kata, ia menganggap segala yang didengar tidak jelas dan sulit dipahami. Akibatnya ia menjadi malas dan merasa capek berfikir, karena ia lebih menyukai materi yang ringan dan menyenangkan;

Pendengar efektif: Menganggap materi yang sulit sebagai tantangan untuk meningkatkan keterampilan mendengarkan. Maka ia menjadi lebih bersemangat dan aktif—bukan kendur dan pasif—bila mendengar tantangan. Ia merasa dapat kesempatan belajar bila materi mengandung ide dan pemikiran yang sulit dan baru;

(9) Jebakan emosi:

Pendengar buruk: mudah menjadi reaksioner karena terjebak dalam emosi. Begitu ia mendengar kata-kata dan istilah-istilah yang bermuatan celaan, kritik, atau komentar bernada negatif, ia langsung terbakar emosi. Karena terbakar emosi, ia sibuk cari upaya untuk membalas, sehingga kehilangan pengertian tentang penjelasan lebih lanjut;

Pendengar efektif: Menanggapi dengan kepala dingin dingin. Bila mendengar kata-kata yang memancing emosi, ia menyimak kata-kata itu dalam konteks dan alur pikiran. Dengan begitu, ia tetap dapat memperoleh pengertian dan lebih penting lagi dapat meningkatkan kedewasaan diri secara emosional. Sikap emosional adalah penghambat mendengarkan;

(10) Banyak melamun:

Pendengar buruk: Tergoda mengisi rumpang waktu antara kecepatan berfikir dan berbicara dengan lamunan. Mendengarkan adalah tindakan yang berlandaskan daya pikir. Daya pikir berjalan empat-lima kali lebih cepat dari pada berbicara—yang selain berfikir juga masih harus menemukan kata-kata yang tepat untuk mengungkapkan buah pikiran. Pendengar seharusnya 'menunggu' lanjutan kata-kata yang diucapkan pembicara, namun pembicara buruk malah berlarut-larut dengan lamunannya;

Pendengar efektif: Mengisi rumpang waktu dengan menata diri, meninjau kembali rangkuman, dan garis besar catatan sebagai antisipasi ke depan. Dengan begitu, ia tidak kehilangan alur pikir dan tidak terdoda untuk melamun. Baginya pengertian adalah buah dari kegiatan mendengarkan secara utuh—dari awal sampai akhir.

Daftar perilaku mendengarkan dalam tabel dan penjelasan di atas tentu tidak lengkap dan masih

dapat diperpanjang. Namun setidaknya memberi gambaran situasi dan perilaku mana yang perlu diwaspadai dan diperbaiki. Maka pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana memperbaiki kebiasaan mendengarkan agar dapat menjadi pendengar efektif? Perbaikan pertama dilakukan dengan memeriksa kembali praktik perilaku mendengarkan secara sistematis, misalnya setiap kuartal atau semester. (O'Rourke, 2001: 126). Cara perbaikan lain adalah berusaha mengenali implikasi dari perbedaan-perbedaan tingkat keterlibatan diri dalam mendengarkan. (Floyd, 1985: 34-43).

Pemeriksaan praktik perilaku mendengarkan

Pemeriksaan kembali perilaku mendengarkan secara sistematis dapat dilaksanakan dengan menempuh empat langkah sebagai berikut:

- (1) Memeriksa daftar perilaku. Membuat catatan tentang perilaku mencolok dalam komunikasi sehari-hari. Kalau perlu dapat menggunakan daftar perilaku mendengarkan efektif di atas. Apa yang berhasil? Apa yang dapat dianggap berhasil digunakan dalam situasi berbeda? Nyamankah dengan keberhasilan ini?
- (2) Mengakui perilaku yang tidak diinginkan. Memeriksa kebiasaan dan perilaku mencolok yang tidak diinginkan seperti tercantum dalam daftar di atas. Membuat catatan tentang mana saja yang terjadi, seberapa sering terjadi, dan dalam situasi mana—hubungan interpersonal dengan sesama karyawan, pertemuan kelompok, rapat dengan kolega untuk pembuatan keputusan, pemecahan masalah?
- (3) Tidak ada toleransi terhadap perilaku yang tidak diinginkan. Tindakan-tindakan yang tidak diinginkan, meskipun tidak membawa dampak serius secara personal, perlu dicatat dalam daftar tindakan dan kebiasaan yang harus dihindari tidak secara bertahap, kalau mungkin secara serentak. Dalam komunikasi manajerial tidak ada toleransi terhadap kebiasaan buruk;
- (4) Mengganti kebiasaan tidak diinginkan dengan kebiasaan efektif. Kebiasaan buruk harus ditinggalkan dan diganti dengan perilaku efektif. Tidak cukup menyatakan "saya tidak melamun, sewaktu ikut ceramah", tetapi berbuat konkrit melawan 'lamunan', misalnya dengan memeriksa dan memperbaiki catatan, membuat rangkuman, dan memperbaiki posisi duduk. Singkat

kata, waktu mendengarkan harus digunakan secara efektif. (Floyd, 34-43).

Intensitas keterlibatan dalam mendengarkan

Mendengarkan tidak selalu terjadi dengan intensitas keterlibatan yang sama. Perbedaan intensitas keterlibatan membawa implikasi yang berbeda karena terkait dengan situasi-situasi tertentu. Maka manajer perlu mengenali perbedaan-perbedaan situasi mendengarkan yang melibatkan dirinya. Tidak semua komunikasi yang melibatkan manajer adalah komunikasi fungsional. Pada dasarnya intensitas keterlibatan manajer dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan, yaitu tingkatan santai, faktual, dan empati. Manajer harus tahu dalam situasi keterlibatan mana waktu dirinya dituntut mendengarkan.

- (1) Mendengarkan santai ditempuh bila informasi khusus yang dibicarakan tidak bernilai kritis. Bila ia melakukan percakapan sosial atau obrolan dengan karyawan, misalnya, ia tidak dituntut mewaspadaai situasi lingkungan. Pada saat ngobrol santai dengan karyawan, ia dapat memberi komentar: "Wah, hebat kamu." Hal yang perlu disadari adalah kesulitan menentukan tingkat kesantiaian suatu situasi mendengarkan yang melibatkan dirinya. Tanggapan manajer adalah umpan balik yang sangat berharga bagi karyawan;
- (2) Mendengarkan faktual ditempuh bila informasi khusus tertentu harus diperoleh. Mendengarkan faktual terjadi dalam situasi rapat dan pertemuan-pertemuan kolega. Informasi harus diperoleh karena dibutuhkan secara fungsional. Dalam situasi mendengarkan faktual pendengar pada umumnya mengajukan pertanyaan sebagai umpan balik dari informasi yang diterima. Pertanyaan itu penting sebagai umpan balik demi kepastian pengetahuan dan efektivitas komunikasi;
- (3) Mendengarkan empati ditempuh dalam situasi bila pendengar ingin mengerti informasi menurut sudut pandang atau kerangka acuan pembicara sendiri. Sebagai pendengar, manajer berusaha masuk ke pikiran dan perasaan pembicara. Sebagai pendengar, ia sering menanggapi dengan ucapan: "Terus bagaimana?" Atau "Aku mengerti." Atau "Lalu?" Dengan ucapan-ucapan

sederhana itu ia berusaha menyelami perasaan dan pikiran pembicara. Bila karyawan yang curhat, dan ia rasakan manajer berusaha mengerti maksudnya, maka karyawan itu tergugah hati untuk mempercayai manajer, lalu berani berbicara lebih terbuka dan berterus terang tentang persoalan yang dihadapi. Mendengarkan empati juga terkenal dengan sebutan 'aktif mendengarkan' (active listening).

Singkat kata, mendengarkan bagi manajer bukan sekedar kegiatan mencari informasi, melainkan cara untuk membangun hubungan saling percaya dan pemberdayaan demi pemecahan masalah yang efektif. Maka ia harus berpegang teguh pada tujuannya, karena tanpa tujuan yang tegas, dapat saja ia menerapkan mendengar santai untuk situasi mendengarkan fakta, atau menerapkan mendengar fakta untuk situasi mendengarkan empati. Manajer yang sukses selalu ingat apa tujuan yang hendak dicapai dan situasi tipe mendengarkan mana yang menuntut keterlibatannya.

Manfaat Mendengarkan Efektif

Pengalaman sosial menunjukkan bahwa mendengarkan orang lain terbukti lebih menguntungkan dari pada menceramahi orang lain. Berbagai studi tentang 'mendengarkan efektif' menunjukkan bahwa apapun profesi atau pekerjaannya, mereka memperoleh beragam manfaat positif. Menurut James J. Floyd (1985), beberapa manfaat positif dari 'mendengarkan efektif' meliputi empat kategori sebagai berikut: *tambahan pengetahuan, kesuksesan kerja, peningkatan kompetensi hubungan interpersonal, dan pembentukan perlindungan diri.*

Tambahan pengetahuan. Dengan mendengarkan, orang menyerap informasi-informasi baru dari lingkungan. Dengan tambahan pengetahuan, pengertian tentang lingkungan menjadi lebih akurat dan pandangan lebih luas dan realistis. Ia mampu beradaptasi dengan lebih baik di tengah lingkungan yang berubah.

Kebutuhan akan tambahan pengetahuan sangat dirasakan oleh para manajer yang sukses. Jokowi, Gubernur baru DKI, menggoncang birokrasi dengan melaksanakan K3 (kunjungan kerja kerakyatan) ke daerah-daerah pemukiman yang butuh pembenahan segera. Ia tidak hanya melihat realitas situasi tetapi juga mendengarkan aspirasi dan pikiran rakyat yang terkena dampak kebijakan pemerintah. K3 bukan

hanya gebrakan birokrasi, melainkan juga penciptaan stabilitas psikologis dan pemenuhan harapan rakyat. Jokowi telah mengulang sukses Ed Koch, Walikota New York, yang melaksanakan *MBWA (management by walking around)*. Dengan mengulang-ulang pertanyaan "How am I doing?" Koch menggali masukan-masukan jujur dan terus terang dari rakyat tentang kondisi dan dampak kebijakan yang dibuatnya. Melalui pertanyaan kunci yang paling 'powerful' itu, Koch berhasil menggali informasi-informasi yang dibutuhkan, namun tidak dapat diperoleh dari laporan birokrasi maupun media massa.

Kesuksesan kerja. Orang yang rela mendengarkan instruksi dan informasi kerja dengan saksama, membuat kesalahan jauh lebih sedikit bila dibandingkan mereka yang mendengarkan sambil-lalu alias setengah hati. Dengan bekerja efektif dan efisien orang tidak hanya memperoleh 'imbalance dan penghargaan' tetapi juga kepuasan kerja.

Manajer yang sukses menghendaki anak buah mendengarkan pesan dan instruksi pelanggan atau arahan koordinasi dengan saksama, agar kerjanya efektif dan efisien. Alan Gulick dari Starbucks Coffee Company (1997) memberi kesaksian bahwa "sebagian besar dari persoalan-persoalan bisnis yang terjadi pada dasarnya adalah persoalan mendengarkan." Pendengar efektif tidak terburu-buru membuat kesimpulan secara episodic atau terikat pada beberapa isu, melainkan berdasar 'the whole story'—pesan dari keseluruhan cerita. Dengan petugas yang cermat mengikuti rangkaian langkah penyiapan kopi—ukuran, rasa, aroma, susu, dekafein—layanan kedai Starbucks menjadi unggul. Singkat kata, petugas menyiapkan kopi pesanan pelanggan sambil mengucapkan kembali kelima dimensi yang telah didengarkan secara tepat. (O'Rourke, 2001:119).

Perbaikan hubungan interpersonal. Kerelaan mendengarkan adalah bukti bahwa orang menghargai isi pesan dan peduli pada penyampai pesannya juga. Keterampilan mendengarkan adalah kekuatan sentral yang membangun dan memelihara hubungan interpersonal di lingkungan sosial, profesional, maupun lingkungan personal. Kerelaan mendengarkan membuat orang lebih mudah diterima, karena mendengarkan adalah pintu kepercayaan. Keharmonisan hubungan peran dan posisi sangat dibutuhkan dalam lingkungan manajerial. Dengan keterampilan mendengarkan, manajer dapat merekatkan *dyadic relationships*—hubungan dua orang yang berbeda peran, seperti atasan dan bawahan, karyawan dan pelanggan, dan

manajer dengan klien sehingga pemecahan masalah atau negosiasi menjadi efektif dan efisien.

Perlindungan diri. Kemampuan mendengarkan memberikan rasa percaya diri. Dengan percaya diri orang memperoleh harga diri yang sangat penting untuk membangun hubungan dan kerjasama dengan orang-orang lain. Pendengar efektif tidak hanya memberikan penghargaan pada orang lain, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dirinya di mata orang-orang lain. Dengan begitu ia merasa aman di dalam hubungan. Kepercayaan dan kredibilitas dibutuhkan oleh manajer di lingkungan kerja.

Manfaat Manajerial

Penjelasan Floyd di atas sedikit banyak telah menyelipkan implikasi yang berlaku bagi para manajer. Dari sejumlah penelitian khusus (O'Rourke, 2004: 179) dilaporkan berbagai manfaat dan keuntungan manajerial dapat dirinci sebagai berikut: (1) kecukupan informasi, (2) keandalan dan kredibilitas, (3) kehormatan dan penghargaan, (4) kecanggihan pemikiran, (5) peneguhan reputasi, (6) dukungan dan keterbukaan, (7) keunggulan daya saing, (8) solusi permasalahan, dan (9) nilai strategis.

Kecukupan informasi. Manajer yang mendengarkan suara-suara lingkungan, terutama karyawan dan pelanggan, mampu menghimpun informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan, kebijakan, dan pemecahan masalah. Lagi pula, pelaksanaan keputusan-keputusan itu juga memperoleh dukungan. Informasi baru diperoleh dari tindakan mendengarkan, bukan dari mencermahi orang lain.

Keandalan dan kredibilitas. Manajer mampu menghimpun petunjuk-petunjuk yang lebih tepat dan mengambil tindakan-tindakan yang lebih terandalkan. Maka ia juga dijadikan 'sumber informasi dan nasehat' oleh anak buah, sehingga ia tampil sebagai tokoh yang berkredibilitas tinggi di mata anak buah. Dengan keandalan dan kredibilitas manajer lebih banyak didekati dengan berbagai masukan dan mempunyai pengaruh yang lebih besar dalam koordinasi kerja. Singkat kata, 'tindakan mendengarkan' mendorong arus informasi ke atas lebih akurat dan lengkap yang memberi manajer keandalan dan kredibilitas.

Kehormatan dan penghargaan. Dengan mendengarkan, manajer sebenarnya memberikan pujian kepada anak buah dan pengakuan bahwa mereka layak didengar dan diandalkan. Anak buah menjadi lebih percaya diri, lebih dewasa, dan lebih terbuka pada pengalaman baru. Selanjutnya, berkat

kerelaan mendengarkan itu, manajer lebih dihormati, disegani, dan disenangi oleh anak buah. Dengan demikian, muncul sikap saling menghargai, saling mempercayai, dan tekad untuk bekerja sama. Singkat kata, tindak mendengarkan meningkatkan kualitas hubungan manusiawi.

Pemikiran canggih. Manajer dapat menambah berbagai informasi berbeda yang bermanfaat melalui mendengarkan. Maka ia mampu membangun pemikiran canggih dengan pertimbangan yang lebih bijak dalam menghadapi masalah. Dengan mendengarkan berbagai ide, pendapat, dan usulan, ia dapat melihat benang emas untuk pemecahan masalah dari berbagai persoalan dan isu muncul. Singkat kata, tindak mendengarkan mendorong manajer mengembangkan pemikiran yang lebih canggih dan bijak dalam melihat persoalan;

Peneguhan reputasi. Manajer dapat kehilangan muka gara-gara salah ucap atau kurang mendengarkan. Tidak jarang seorang manajer mendapat malu di dalam rapat, karena ia salah menjawab pertanyaan peserta yang kurang ia dengarkan, sehingga peserta terpaksa mengulang pertanyaan lagi. Salah jawab adalah kesalahan manajerial yang fatal terhadap reputasi. Manajer dapat membangun reputasi dengan mendengarkan pertanyaan, ide-ide, atau opini para peserta dengan cermat. Singkat kata, tindak mendengarkan memperkaya pengalaman dan meneguhkan reputasi melalui citra diri yang positif.

Dukungan dan keterbukaan. Manajer yang mau mendengarkan dianggap mempunyai sikap terbuka dan suportif terhadap anak buah, sehingga ia didekati dan diterima oleh anak buah. Akibatnya, ia juga dipatuhi dan memperoleh loyalitas dari anak buah. Selain itu, ia juga memperteguh daya resepsi dan kepekaan anak buah terhadap pikiran dan perasaan orang lain. Singkat kata, melalui kegiatan mendengarkan manajer menciptakan iklim suportif dan keterbukaan di lingkungan kerja;

Keunggulan daya saing. Saling pengertian adalah landasan dasar dari setiap hubungan—baik manajerial maupun sosial. Semua orang senang bila curahan perasaan dan informasinya didengarkan. Orang merasa dekat, diterima, dan dihargai karena didengarkan. Majalah bisnis *Fortune*, misalnya, pernah menjelaskan bahwa keberhasilan fenomenal yang dicapai perusahaan E & J. Gallo Winery adalah berkat kekuatan 'mendengarkan' suara pelanggan dan karyawan. Dengan mendengarkan pelanggan, Gallo mampu mengubah cita rasa anggur, sedangkan dengan mendengarkan suara

karyawan, perusahaan dapat bekerja dengan sangat efisien. Singkat kata, 'mendengarkan' adalah keunggulan daya saing manajerial dari Gallo Winery. (Fierman, 1986: 24-33).

Penemuan solusi permasalahan. Manajer yang bijak mau mendengarkan kesulitan anak buah dan memberdayakan potensinya. Artinya ia tidak suka mendikte anak buah dengan nasehat dan petunjuk yang dengan mudah dapat disalah mengerti. Dengan mendengarkan secara cermat dan berpikir reflektif, manajer dapat membimbing anak buah untuk menemukan solusi yang kemungkinan besar akan sukses. Berkat pendampingan atasan, anak buah merasa memperoleh kepercayaan dan pemberdayaan untuk berkembang dan menemukan solusi permasalahan sendiri;

Nilai strategis. Dengan mau mendengarkan, manajer menempatkan orang lain sebagai fokus perhatian, dan (seolah-olah) mengesampingkan kepentingan diri sendiri. 'Fokus pada Anda', adalah strategi komunikasi yang efektif, terutama untuk mengatasi berbagai selisih pendapat. Fokus pada Anda, menempatkan apa tindakan dari khalayak yang diharapkan bukan demi kepentingan khalayak. Singkat kata, tindak mendengarkan meningkatkan efektivitas strategi komunikasi.

MENDENGARKAN AKTIF

Konsep 'mendengarkan aktif' (*active listening*) diperkenalkan oleh Carl Rogers (1951: 19-64) dalam buku *Client Centered Therapy* dan dicetak ulang sebagai artikel "Active Listening" (1976: 541-557). Mendengarkan aktif terjadi dalam sebuah percakapan yang melibatkan dua orang—umumnya hubungan diadik antara manajer dengan karyawan—dengan peran pembicara dan pendengar dilaksanakan secara bergantian: Bila yang satu bicara, yang lain mendengarkan.

Mendengarkan aktif adalah perilaku yang dilandasi dengan tekad kuat yang terdiri dari empat komponen, yaitu empati (*empathy*), penerimaan (*acceptance*), kongruensi (*congruence*), dan kekonkritan (*concreteness*). 'Empati'—sebagaimana telah disinggung di atas—adalah kualitas upaya untuk mengerti pembicaraan dengan menggunakan sudut pandang pembicara sendiri, terma-suk pengalaman atau preferensi pribadinya. 'Penerimaan' adalah kualitas kepedulian mendalam tentang kesejahteraan orang lain sesuai dengan harkat dan martabat yang bersangkutan. 'Kongruensi' adalah kualitas keterbukaan, kejujuran, dan ketulusan dari pihak pendengar, untuk mendorong kesamaan pola pada pembicara.

'Kekongkritan' adalah ketegasan upaya memfokuskan perhatian pada kekhasan dan menghindari kekaburan dengan membantu pembicara konsentrasi pada masalah-masalah tertentu dan menghindari ungkapan-ungkapan 'tidak menentu', seperti dengar-dengar, katanya atau sudah menjadi rahasia umum. Mendengarkan aktif dilaksanakan untuk mengembangkan dan memupuk keempat komponen dari kekuatan tekad ini.

Rogers percaya bahwa keterampilan mendengarkan aktif (selanjutnya disebut dengan singkatan *MA*) dapat membantu para karyawan mencapai pemahaman yang lebih jelas tentang situasi dan tanggung jawab, diri sendiri dan niat untuk bekerjasama. (Rogers, 1976: 541). Berikut ini adalah penjelasan Rogers tentang inti pengertian 'mendengarkan aktif':

Mendengarkan disebut 'aktif' karena pendengar mempunyai tanggung jawab tertentu, ... yaitu ia tidak secara pasif menyerap kata-kata yang diucapkan orang kepadanya, tetapi secara aktif menangkap fakta-fakta dan perasaan-perasaan dalam apa yang didengar dan dengan mendengarkan ia berusaha agar pembicara dapat mengatasi permasalahannya.

...

"MA adalah alat yang paling efektif untuk perubahan kepribadian dan pengembangan kelompok" (Rogers, 1976: 543). MA mengubah sikap orang terhadap diri sendiri dan terhadap orang lain, dan mengubah nilai-nilai dasar dan filosofi personal. Tujuan tersebut dapat tercapai secara efektif, karena MA bekerja dengan '*orientasi pada pembicara*' (*you orientation*—bukan *I orientation*). Artinya *listening orientation* dalam MA bertumpu pada penghormatan dan penghargaan yang tulus pada harkat diri dan kemampuan orang, yang pada dasarnya mempunyai hak dan kepercayaan untuk mengarahkan diri sendiri. Namun untuk mengubah orang lain dibutuhkan pelatihan untuk mengubah diri sendiri. Jadi manajer harus berlatih menjadi pendengar efektif. Mendengarkan adalah pekerjaan yang berat, karena harus menghasilkan tanggapan, yang menuntut keputusan (*decisions*), penentuan nilai (*judgements*), dan evaluasi (*evaluations*). Bila karyawan mengeluhkan 'mesin kerja yang rusak' ia mengajak pendengaran, yaitu manajernya, terlibat dalam masalah atau situasi tanpa membuat manajer ikut memikul tanggung jawab atau memberi solusi. Karyawan melakukan kegiatan berfikir dengan orang lain, bukan berfikir untuk atau berfikir tentang orang-orang lain. Bila tanggapan itu berupa keputusan, penentuan nilai, dan evaluasi pasti mengganggu hubungan. Tegasnya, setiap tindak

penilaian tentu menimbulkan sikap defensif dan penolakan terhadap nasehat yang ter-kandung dalam tanggapan manajer. Untuk menghindari sikap defensif, manajer mengembangkan '*you orientation*' dan melihat persoalan dengan menggunakan sudut pandang dan perasaan karyawan.

Keterampilan Mendengarkan Aktif

Untuk melaksanakan MA secara efektif kita perlu mengembangkan sejumlah keterampilan atau teknik sebagai berikut (Rogers, 1976: 546-549): mendengarkan arti total (*total meaning*), menanggapi perasaan (*response to feelings*), dan memperhatikan semua tanda penting (*note all cues*), menguji pengertian (*test your understanding*), menguji kesimpulan (*test your conclusion*), dan bertindak konsisten (*consistent behavior*).

- (1) **Mendengarkan arti total.** Pesan yang disampaikan umumnya terdiri dari dua komponen, yaitu *isi pesan* dan *perasaan* atau sikap yang melandasi isi tersebut. Kedua komponen ini penting, karena keduanya memberikan *arti* pesan. Arti total itulah yang hendak kita mengerti ketika mendengarkan. Contoh seorang pekerja lapor: "Selesai, Pak. Akhirnya, terpasang juga bantalan mesin itu." Mendengar laporan tersebut, *supervisor* menjawab: "Hebat, kamu. Saya ikut senang urusan bantalan mesin itu akhirnya beres juga." Jawaban itu menunjukkan bahwa *supervisor* dapat menyelami perasaan *lega dan puas* yang dialami pekerja, karena ia tahu memasang bantalan mesin adalah pekerjaan tidak gampang. Lebih penting lagi, pekerja merasa tidak keberatan menerima tugas memasang bantalan mesin yang lain, karena memang itulah pekerjaan dia. Dengan jawaban tersebut, *supervisor* dapat mempengaruhi iklim kerja di bengkel.
- (2) **Menanggapi perasaan.** Di banyak situasi, isi pesan adalah kurang penting bila dibandingkan dengan perasaan yang melandasi. Maka untuk menangkap arti atau nada sepenuhnya, kita sebagai pendengar harus mengerti komponen perasaan secara benar. Contoh, karyawati berhasil menarik *staple* baja sambil berteriak dan membantingnya: "Ini dia peniti kesasarannya!" *Supervisor* pasti tidak mengingatkan karyawati bahwa itu bukan peniti, tetapi *staple* baja. *Supervisor* tahu dan maklum atas kejengkelan karyawati

yang kerepotan melepas *staple* baja itu. *Supervisor* selalu menjaga perasaan dan sensitif terhadap arti total yang dimaksud anak buah: Apa arti yang hendak ia sampaikan kepada saya? Apa artinya bagi dia? Bagaimana ia melihat situasi tersebut?

- (3) **Memperhatikan semua tanda penting.** Tidak semua komunikasi berbentuk verbal. Kata-kata yang diucapkan tidak mengungkapkan seluruh arti yang hendak disampaikan. Maka sebagai pendengar sensitif kita perlu mengenali segala bentuk komunikasi nirkata—di luar bentuk verbal. Bila berbicara dengan ragu-ragu, karyawan menyatakan sesuatu perasaan tertentu pada kita. Demikian juga nada suara dan irama bicara, volume suara dan kecepatan bicara atau bergumam, ungkapan wajah, tampilan sosok tubuh, gerakan tangan, dan tarikan nafas. Semuanya memberikan tahukan pada kita perasaan yang ia alami.
- (4) **Menguji pengertian.** Mendengarkan untuk mengerti orang lain adalah sukar, karena berarti kita berusaha melihat dunia menurut sudut pandang pembicara. Namun hal ini tercermin dalam kata-kata dan tanda-tanda nirkata yang kita upayakan untuk memeriksa arti yang dimaksud pembicara. Artinya kita baru mengerti betul, bila kita dapat mengungkapkan arti pesan secara memuaskan. Singkat kata, upaya 'mengulangi' dengan kata-kata sendiri secara memuaskan adalah bukti dari pengertian. Contoh: "Kalau tidak salah dengar, kamu menyatakan" atau "dengan kata lain, kamu mau mengatakan"
- (5) **Menguji kesimpulan.** Diskusi sering berkembang dan panjang lebar. Maka manajer penting untuk merangkum kesimpulan yang disepakati dari diskusi tersebut yang perlu ditindaklanjuti. Hal ini dapat dilakukan dengan menyatakan seperti berikut: "Meningkat ongkos pembaruan suku cadang mahal dan demikian juga biaya pemeliharaan selanjutnya, apakah kamu tidak cenderung membeli mesin baru saja?"
- (6) **Bertindak konsisten.** Mendengarkan adalah *tindakan efektif* yang jauh melebihi *kata-kata pujian* untuk meyakinkan anak buah. Bila perilaku mendengarkan benar-benar menunjukkan bahwa kita *memiliki*

dan *berperilaku* hormat pada orang lain secara konsisten, maka semua umpan balik, saran, dan kesimpulan harus benar-benar menghasilkan tindakan. Konsistensi perilaku positif tersebut pasti akan tersebar luas, karena ditularkan ke jaringan komunikasi kelompok dan organisasi. Singkat kata, perilaku positif manajer yang dianggap efektif cenderung ditiru anak buah di berbagai situasi dan akhirnya menciptakan iklim mendengarkan (*listening climate*) di lingkungan kerja.

Tindakan dalam Mendengarkan Aktif

Dalam praktik para manajer menyadari bahwa MA (mendengarkan aktif) tidak dapat terlaksana dengan hanya *memberikan perhatian* dan 'orientasi pada pembicara'. MA menuntut tindakan-tindakan aktif, empatik, dan suportif sebagai tanggapan yang dapat ditangkap pembicara. Tanggapan pendengar aktif, yang melibatkan keputusan, penentuan nilai, dan evaluasi, tentu dapat membuat anak buah menjadi defensif. Untuk menghindari sikap defensif, tanggapan-tanggapan manajer diungkapkan ke dalam bentuk-bentuk sebagai berikut: tanggapan mengarahkan (*directing*), memberi penilaian (*judgmental*), mendalami dengan pertanyaan (*probing*), meredakan emosi (*smoothing*), dan menyatakan empati (*empathic*).

- (1) **Mengarahkan.** Sebagai pendengar, manajer membimbing pembicara ke arah batas-batas percakapan. Mendengar keluhan anak buah bahwa Sukarto, salah seorang rekan kerja, sukar diajak bekerja-sama, manajer dapat menanggapi dengan ucapan: "Kalau saya jadi kamu, lupakan saja dia" atau "Sudahlah jangan risau, setiap orang punya pengalaman sama dengan Sukarto."
- (2) **Memberi penilaian.** Sebagai pendengar, manajer dapat juga menentukan nilai dalam proses percakapan. Ia dapat memberi nasehat dengan penilaian benar atau salah pada perilaku tertentu. Pada keluhan yang sama di atas, seorang manajer dapat memberi tanggapan: "Kamu masih harus belajar bekerja-sama dengan rekan-rekan sekerja" atau "Betul, Sukarto memang membikin masalah dengan semua orang."
- (3) **Mendalami dengan pertanyaan.** Manajer mengajukan rangkaian pertanyaan untuk mendalami permasalahan. Dalam hal ini, ia lebih terdorong untuk memuaskan

kebutuhan sendiri, yaitu keinginan untuk mengerti, dari pada kebutuhan pembicara. Terhadap keluhan karyawan di atas, manajer dapat memberi tanggapan berupa beberapa pertanyaan sebagai berikut: "Tepatnya apa yang telah diperbuat Sukarto? ... Sejak kapan itu? ... Lalu, maksudmu apa yang harus saya lakukan?"

- (4) **Meredakan emosi.** Manajer memberi tanggapan untuk menerangi pikiran dan persoalan yang dihadapi pembicara. Ide dasarnya adalah pertentangan atau perselisihan itu buruk dan sedapat mungkin harus dihindari. Mendengar keluhan yang telah disebutkan di atas, manajer menanggapi dengan ucapan: "Artinya ini adalah hari buruk bagi kamu dan saya juga. Jadi tidak usah dihiraukan. Besok kita juga lupa."
- (5) **Menyatakan empati.** Manajer menyatakan empati dengan mendorong karyawan untuk mengungkapkan dan memecahkan persoalan sendiri. Bila mendengarkan persoalan, ia menanggapi dengan umpan balik berupa rangkuman netral, yang punya tujuan pertama untuk konfirmasi pengertian dan kedua untuk menyuruh karyawan meneruskan pembicaraan. Tanggapan manajer terhadap keluhan tersebut di atas, dapat berbunyi sebagai berikut: "Sepertinya kamu risau karena kamu dan Sukarto tidak akur? Dengan begitu, pembicara meneruskan pembicaraannya."

Manfaat Mendengarkan Aktif

Manajer yang berhasil melakukan 'Mendengarkan aktif' dapat memetik beberapa hasil penting, terutama terkait peningkatan efektivitas komunikasi. Peningkatan efektivitas komunikasi melalui 'mendengarkan aktif' dapat dirinci (Gibson dan Hodgetts, 1991: 72-73) sebagai berikut:

- (1) Mendorong ekspresi anak buah agar pikiran diungkapkan secara penuh;
- (2) Menjadi 'pengumpan balik' pada anak buah dalam pemecahan masalah;
- (3) Memberi motivasi pada anak buah, sehingga ia merasa dihargai dan ide-idenya didengar;
- (4) Mendorong karyawan berfikir sungguh-sungguh tentang masalah-masalahnya dan tidak mudah batal di tengah jalan;

- (5) Membuat karyawan lebih terbuka dan beradaptasi, sehingga tidak defensif dalam berkomunikasi—menjadi dewasa secara emosional;
- (6) Membuat karyawan lebih percaya diri dan merasa ide-idenya sebagai hasil pemikiran kreatif;
- (7) Membuat karyawan lebih cermat dalam melihat ide-idenya;
- (8) Memperkaya manajer sendiri dengan informasi-informasi tentang fakta, sikap, dan perasaan yang sebelumnya tidak dikenal;
- (9) Memberikan manajer kemampuan bertindak bijak, yaitu melaksanakan tindakan yang sesuai dengan situasi yang menuntut keterlibatan;
- (10) Memupuk perkembangan personal dan interpersonal kedua belah pihak—pembicara/ karyawan maupun pendengar/manajer.

Dari rincian di atas dapat disimpulkan bahwa MA membawa dampak positif—baik pada anak buah sebagai pembicara maupun pada manajer. Karyawan memperoleh harga diri dan keyakinan, khususnya anak buah yang datang dengan aneka persoalan. Manajer berhasil meningkatkan efektivitas komunikasi, khususnya dalam upaya mengerti diri dan persoalan anak buah. Namun MA juga mengandung kelemahan-kelemahan yang harus diwaspadai.

Hambatan Mendengarkan Aktif

Mendengarkan aktif bukanlah keterampilan yang mudah, sebab menuntut perubahan dasar dalam sikap kita sendiri. Mengubah sikap tentu tidak mudah. Berikut adalah beberapa aspek kritis personal yang perlu diperiksa secara cermat. (Rogers, 1976: 550-553) Selain itu, proses MA sendiri sering dianggap sebagai sebuah masalah.

Aspek-aspek kritis personal. Aspek-aspek kritis personal yang perlu diperiksa secara cermat adalah: resiko personal, ungkapan permusuhan, ungkapan menyimpang, penerimaan perasaan positif, tanda-tanda bahaya emosional, dan mendengarkan diri sendiri. Aspek-aspek personal itu dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) **Resiko personal.** Pendengar harus mempunyai perhatian yang tulus pada ucapan anak buah. Bila manajer berhasil mencapai pendalaman yang dituntut—perasaan karyawan, mengerti arti pengalaman bagi dia, melihat dunia sebagaimana karyawan melihatnya—maka

manajer menanggung resiko dirinya ikut berubah. Ia tidak hanya harus melihat dunia menurut sudut pandangan karyawan, tetapi juga melihat diri sendiri menurut pandangan karyawan terhadap dirinya. Maka sangat sulit bagi manajer untuk mengesampingkan kebutuhan personal demi pencapaian perhatian yang tulus pada karyawan;

- (2) **Ucapan permusuhan.** Kita tidak jarang mendengar ucapan permusuhan atau kebecntian. Tidak seorangpun senang pada tindakan atau kata-kata bermusuhan yang ditujukan pada dirinya. Bila menghadapi situasi permusuhan, manajer tentu menafsirkannya sebagai serangan berbahaya, sehingga ia pasti menjadi defensif dan ingin membalas serangan itu. Bila kita diserang atau dimusuhi, tidak mungkin memberikan tang-gapan tulus yang positif. Tanggapan tulus, jujur, dan positif adalah tidak mungkin dalam situasi konflik;
- (3) **Ucapan menyimpang.** Kita tentu berat menerima ucapan-ucapan menyimpang, yang melanggar norma kebiasaan. Umpanan dan makian atau teriak tangis dari seorang lelaki, tentu menimbulkan situasi problematik. *Supervisor* yang diteriki dengan makian "Dasar bodoh!" tentu tidak mungkin memberi tanggapan jujur demi komunikasi dua arah. *Supervisor* adalah 'pengendali' divisi, mengapa anak buahnya mencacinya sebagai "Dasar bodoh!" Dalam situasi penyimpangan tentu membuat empati tidak mungkin terjadi;
- (4) **Penerimaan perasaan positif.** Bukan hanya ungkapan perasaan negatif, tetapi ungkapan perasaan positif yang berlebihan dalam komunikasi tatap muka juga sukar ditanggapi, karena dalam budaya bisnis manajer diharapkan bersikap independen, tegas, terdas, dan tidak menunjukkan perasaan mesra, hangat, dan lembut. Maka jika manajer menunjukkan perasaan-perasaan tersebut dalam menanggapi anak buah tentu ditafsirkan sebagai tanda kelemahan dan keluar batas;
- (5) **Tanda-tanda bahaya emosional.** Kita mempunyai emosi-emosi yang menghambat empati. Bila manajer sedang

dalam kondisi emosional yang memuncak dan harus mendengarkan anak buah, tentu sulit baginya untuk mengesampingkan kepentingan dan pengertian pribadi. "Emosi kita adalah musuh kita paling jahat untuk mendengarkan secara tulus" (Rogers, 1976: 552). Semakin mendalam keterlibatan kita dalam situasi emosional dan kepentingan kita atau masalah kita, semakin sulit bagi kita untuk terlibat dalam perasaan dan sikap terhadap kepentingan orang lain. Tanda-tanda bahaya ini adalah sikap defensif, penolakan kita terhadap hal yang bertentangan;

- (6) **Mendengarkan diri sendiri.** Mendengarkan diri sendiri berarti berprasangka pada orang lain. Bila dalam situasi terpancing, bergairah, dan sangat menuntut, kita sangat sulit mengerti perasaan dan sikap kita sendiri. Pada hal untuk menanggapi masalah-masalah orang lain, kita membutuhkan kepastian tentang posisi, nilai, dan kebutuhan-kebutuhan kita sendiri.

Proses mendengarkan aktif sebagai masalah. Proses mendengarkan itu sendiri sering dipandang sebagai masalah, karena menunjukkan ciri-ciri yang merugikan sebagai berikut:

- (1) **Menghabiskan waktu.** Mendengarkan aktif menyita banyak waktu dan membutuhkan energi fisik maupun psikologis yang tidak kecil dari manajer sebagai pendengar;
- (2) **Melibatkan mekanisme defensif.** Dalam proses mendengarkan aktif, manajer sering menemukan situasi yang merangsang mekanisme defensif, seperti tuduhan, makian, dan kekecewaan. Tangggapan spontan tentu cenderung menolak atau mengelak. Untuk melaksanakan mendengarkan aktif, manajer harus mengesampingkan mekanisme defensif tersebut;
- (3) **Menimbulkan perubahan yang tidak dikehendaki.** Untuk mendengarkan aktif, manajer harus menggunakan perspektif anak buahnya dalam melihat dan berbuat, sehingga kemungkinan dapat menimbulkan perubahan yang tidak dikehendaki sendiri.

Iklm Mendengarkan

Manajer yang berhasil tampil konsisten sebagai pendengar aktif dan efektif tidak hanya punya kebiasaan positif, melainkan juga menjadi pembangun 'iklim mendengarkan' (*listening climate*) di lingkungan kerja. Kebiasaan manajer mendengarkan aktif dan efektif menghasilkan nilai-nilai personal, interpersonal dan fungsional-profesional di kalangan karyawan. Maka logis kalau mereka juga meniru perilaku (jajaran) manajer tersebut dalam berbagai situasi komunikasi dengan sesama karyawan dan dengan atasan. Singkat kata, kebiasaan mendengarkan efektif dan aktif tumbuh, berkembang, menyebar, dan membentuk iklim mendengarkan di lingkungan kerja.

Istilah 'iklim mendengarkan' diartikan sebagai "lingkungan komunikasi yang menunjukkan penyerapan." Iklim mendengarkan diciptakan untuk memotivasi seluruh anggota organisasi agar mau berbicara dan terbuka. Manajer membutuhkan banyak informasi—dan dalam praktik manajer menggunakan sekitar 50%-80% dari waktunya untuk mendengarkan. Namun manajer tidak dapat mendengarkan, kalau karyawan tidak ada yang mau bicara. Maka manajer perlu membangun dan memelihara iklim mendengarkan yang mampu mendorong karyawan buka mulut.

Singkat kata, organisasi melaksanakan *open door policy* secara konsisten, yang secara jelas menunjukkan kepeloporan manajer puncak sebagai teladan 'pendengar aktif dan efektif'. Dalam iklim mendengar yang positif, karyawan mendapat harga diri dan kepercayaan sehingga menjadi terbuka dan adaptif.

Rangkuman

Mendengarkan adalah bagian komunikasi manajerial yang kritis. Komunikasi manajerial dalam praktik mengandalkan komunikasi lisan yang menuntut manajer lebih banyak mendengarkan dari pada berbicara. Manajer mengembangkan kemampuan mendengarkan yang efektif demi perolehan informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan keputusan tentang berbagai masalah organisasi. Dengan membangun kebiasaan mendengarkan efektif, manajer tidak hanya mampu menyerap banyak informasi yang dibutuhkan, tetapi juga membuat anak buah memperoleh kepercayaan dan harga diri, sehingga hubungan menjadi lebih terbuka dengan komunikasi saling percaya dan jujur.

Berkat kebiasaan mendengarkan efektif, manajer menjadi dinamis, sehingga ia tidak hanya mampu mendengarkan isi, mendengarkan secara

kritis, dan menyeluruh, tetapi juga mendengarkan empatis. Kebiasaan mendengarkan empatis dapat dipelihara dengan mengembangkan keterampilan mendengarkan aktif. Dengan mendengarkan aktif, manajer tidak hanya menyerap dan menanggapi informasi dari anak buah, tetapi juga memberi penghargaan pada nilai informasi yang diucapkan dan penghormatan terhadap harkat dan martabat karyawan.

Manajer yang sukses melaksanakan kebiasaan mendengarkan aktif dan efektif tidak hanya menjadi dinamis karena tampil dengan kebiasaan positif, tetapi juga karena mampu menciptakan dan memelihara 'iklim mendengarkan' di dalam organisasi dan lingkungan kerjanya. Dengan demikian baik organisasi maupun karyawannya menjadi lebih terbuka dan adaptif di tengah lingkungan yang berubah.

REFERENSI

- Fierman, Jaclyn (1986) "How Gallo Crushes the Competition," *Fortune* (Sep-tember 1) (24-33).
- Floyd, James J. (1985) *Listening: A Practical Approach*. Glenview, IL: Scott, Foresman and Co.
- Gibson, Jane Whitney dan Richard M. Hodgetts (1991) *Organizational Communication: A Managerial Perspectives*. New York: HarperCollins Publishers.
- Nichols, Ralph G. (1976) "Listening Is a 10-Part Skill" dalam R. C. Huseman *et al.* (eds) *Readings in Interpersonal and Organizational Communication*. Boston, MA: Holbrook Press (472-479).
- Nichols, Ralph G, dan Leonard A. Stevens (1991) "Listening to People" dalam *HBR Articulate Executive*. Boston, MA: A Harvard Business Review Paperback (39-46) [1957].
- O'Rourke, James S. (2004) *Management Communication*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- O'Rourke, James S. (2001) *Management Communication*. 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Rogers, Carl R. dan Fritz J. Roethlisberger (1991) "Barriers and Gateways to Communication" dalam *HBR Articulate Executive*. Boston, MA:

A Harvard Business Review Paperback (31-38).

Rogers, Carl R. (1951) *Client-Centered Therapy*. Boston, MA: Houghton Mifflin Co.

Rogers, Carl R. (1976) "Active Listening" dalam R. C. Huseman *et al.* (eds) *Readings in Interpersonal and Organizational Communication*. Boston, MA: Holbrook Press (541-557).

Smeltzer, Larry R. dan Kittie W. Watson (1984) "Barriers to Listening: Comparison Between Business Students and Business Practitioners", *Communication Research Report* 1/1 (82-87).

Smeltzer, Larry R., Donald L. Leonard, dan Geraldine E. Hynes (2002) *Managerial Communication: Strategies and Applications*. New York: McGraw-Hill Book Co.

Steil, Lyman K., Larry L. Baker, dan Kittie W. Watson (1983) *Effective Listening: Key to Your Success*. Reading, MA: Addison Wesley.

Strategi dan Implementasi Program CSR dalam Memberdayakan Ekonomi Lokal Pada Program Bantuan Modal Kerja Bergulir UMKM

Nia Sarinastiti dan Clara Subardjo²

Abstract

This research discussed the strategy and implementation of a CSR program focusing on the roll-over credit or capital loan for Micro, Small and Medium Enterprises by PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Citeureup (Indocement). The program distributes to villages around the company's operational activities. The research applied a framework based on the CSR concept relevant to corporate social marketing for community development, economic impact and *triple bottom line*. The qualitative method research conducted observation and in-depth interviews to relevant company representatives and beneficiaries. The result indicated that CSR strategy and implementation at Indocement has been able to mirror the *triple bottom line* concept, which means that some of its profit is used for community development in its surrounding area. The program has also provided direct and indirect economic impact to the communities.

Keywords: community relations, corporate social responsibility, MSMEs capital loan, *triple bottom line*

Interact, Vol. 2, No. 2, Nov 2013,
Hal. 18-35, Prodi Komunikasi,
Unika Atma Jaya Jakarta.

²Nia Sarinastiti adalah dosen pada Program Studi Komunikasi, FIABIKOM UNIKA Atma Jaya. Email: nia.sarinastiti@atmajaya.ac.id. Subardjo adalah mantan mahasiswa peminatan Komunikasi Bisnis FIABIKOM UNIKA Atma Jaya lulusan 2013 yang sekarang bekerja sebagai marketing communication officer di perusahaan jasa keuangan swasta.

Catatan: penulisan ini merupakan rangkuman dari skripsi sebagai syarat untuk lulus kuliah Clara Subardjo dan telah diolah oleh Nia Sarinastiti agar layak muat untuk jurnal.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, pandangan bahwa bisnis hanyalah kegiatan yang berorientasi pada *profit* semata sudahlah usang. Istilah *Triple bottom line* yang dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya "*Cannibals with Forks, the Triple bottom line of Twentieth Century Business*" mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*.

Elkington, dalam Yusuf Wibisono (2007, 32-37), memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, haruslah memperhatikan "3P", yaitu selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dengan demikian kini tujuan bisnis tidak hanya sekedar mencari untung, tetapi melakukan hal yang lebih baik dengan tujuan tidak hanya menguntungkan para pemegang saham, namun juga memaksimalkan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal (Handy, 2003).

Sebagian besar dari pelaksanaan CSR oleh perusahaan telah menjadi isu internasional yaitu diupayakan dapat mendukung sasaran pencapaian *Millennium Development Goals* (MDGs) oleh suatu negara atau wilayah operasional perusahaan. MDGs yang diadakan dalam KTT Millennium (*Millennium Summit*) pada bulan September 2009, telah disepakati oleh 189 negara PBB dan menghasilkan delapan tujuan serta 18 target yang harus dicapai sebelum tahun 2015. Salah satu capaian dari MDGs tersebut adalah upaya untuk mengurangi angka kemiskinan (*poverty alleviation*).

Seperti yang dikemukakan oleh Jenkins (2005) yang kutip dari buku *Social Entrepreneurship Social Enterprise & Corporate Social Responsibility*:

"CSR cannot be simply seen from the business perspective, as the expectations of what CSR could potentially accomplish seem to have become much broader...in addition to basic human needs, it could encompass broad goal such as income distribution or value creation...International development goals with reference to private sector can play achieving development goals including poverty alleviation, education

and health improvements" (Risna Resnawaty: 2011, 150)

Sejak munculnya konsep *Social Responsibility* pada *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) di Johannesburg tahun 2002 dan melengkapi konsep *economic and environment sustainability*, maka merupakan kesepakatan dunia usaha bahwa tiga pilar CSR, yaitu *Profit-Planet-People* merupakan prinsip pelaksanaan (Ishartono : 2011, 119). Salah satu program penting adalah untuk menghapuskan kemiskinan ekstrem adalah dengan memampukan mereka yang paling miskin dari yang miskin (*the poorest of the poor*) untuk terlibat dalam proses pembangunan (Jenkins). Pembangunan disini bermakna pembangunan berkelanjutan, yang menurut Brundtland Report dari *World Commission on Environment and Development* (WCED) didefinisikan sebagai berikut:

"pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan saat ini dengan memberikan kesempatan yang sama bagi generasi mendatang untuk mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhannya sendiri" (IBL: 2008, 3)

Oleh karenanya dapat kita simpulkan bahwa konteks WCED mengenai pembangunan berkelanjutan sebenarnya menekankan pada pembangunan jangka panjang dan mengharapkan generasi muda untuk menjadi penerus yang dapat memenuhi kebutuhannya tanpa adanya perbedaan kesempatan dengan kita saat ini.

Salah satu bentuk kegiatan pembangunan berkelanjutan tercermin dari aktivitas-aktivitas CSR dalam konteks pemberdayaan ekonomi lokal. Namun pemberdayaan ekonomi lokal ini tidak hanya sekedar membantu masyarakat untuk menjadi pengusaha kecil, tetapi memampukan masyarakat sekitar agar dapat mandiri secara ekonomi atau setidaknya memberikan pemacu agar jadi perkembangan ekonomi di daerah itu. Sehingga dalam jangka panjang mereka dapat secara mandiri untuk mengatasi persoalan ekonomi yang mereka alami.

Menurut Sachs (2005, dalam IBL: 2008, 8) terdapat enam modal utama yang tidak dimiliki oleh masyarakat paling miskin, yaitu: (i) modal manusia (*human capital*), (ii) modal usaha (*business capital*), (iii) infrastruktur, (iv) modal yang berkaitan dengan alam (*natural capital*), (v) modal institusi publik

(*public institutional*), dan (vi) modal pengetahuan (*knowledge capital*).

Dari enam macam kegiatan di atas, perusahaan dapat membantu masyarakat termiskin dari yang miskin dengan cara memenuhi kebutuhan dari salah satu kegiatan tersebut. Dalam keterkaitan dengan penelitian ini, PT Indocement berusaha memenuhi kegiatan modal usaha (*business capital*) yang dapat digunakan untuk mendapatkan mesin, fasilitas, elektronik yang dapat dipergunakan, industri, termasuk juga industri jasa yang menjadi bagian dari *social marketing* yang dijalankan.

Dari beberapa lokasi perusahaan dipilih daerah operasi yang berada di Citeureup, Bogor, Jawa Barat, karena wilayah yang berada di sekitar pabrik Citeureup merupakan wilayah padat penduduk dan diantaranya masih banyak warga yang tidak mempunyai pekerjaan tetap. Indocement menjalankan program kepedulian terhadap masyarakat dengan melaksanakan program *community development* atau pengembangan masyarakat. Program *community development* bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai kegiatan penguatan kapasitas (termasuk kesadaran, pengetahuan dan keterampilan-keterampilan). Kapasitas tersebut seringkali berkaitan dengan aspek ekonomi dan politik (Suharto: 2010, 67).

Sebagai salah satu dari perwujudan CSR, program *community development* Indocement yang dilakukan di 12 desa binaan wilayah Citeureup, dialirkan dalam bentuk pemberian “kail” kepada masyarakat dengan cara memfokuskan pada beberapa program pengembangan. Antara lain berusaha memanfaatkan sumber daya lokal yang tersedia untuk menyediakan mata pencaharian yang berkelanjutan, memberikan pelatihan keterampilan bagi masyarakat sekitar dengan membangkitkan kesadaran berwirausaha. Tujuannya agar masyarakat sekitar dimampukan untuk meningkatkan kesejahteraannya secara mandiri, tanpa bergantung lagi pada perusahaan untuk mendapatkan pekerjaan. Dengan cara ini pula, merupakan salah satu cara yang dapat diusahakan oleh dunia bisnis bersama-sama dengan pemerintah untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran. Salah satu program pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar yang memiliki dampak ekonomi terhadap masyarakat, yaitu Program Modal Kerja Begulir UMKM merupakan fokus penelitian ini.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian terhadap strategi dan implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Citeureup dalam memberdayakan ekonomi masyarakat adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, melalui pengamatan studi kasus yang membahas topik tertentu secara mendalam serta rinci selama periode tertentu. Penggunaan metode kualitatif karena penelitian ini bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasannya dan dalam peristilahannya (Moleong: 2007, 3), yang kemudian dinyatakan dalam keadaan sewajarnya/ sebagaimana adanya (*natural setting*), dengan tidak dirubah kedalam bentuk simbol-simbol atau bilangan (Nawawi: 1994, 174).

Sementara itu penggunaan metode deskriptif berfungsi sebagai pemecahan masalah yang diselidiki, dengan menggambarkan/melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya (Nawawi: 1994, 73).

2. Obyek dan Subyek penelitian

Obyek penelitian adalah strategi dan implementasi program CSR yang dijalankan oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Citeureup melalui program pemberdayaan masyarakat sekitar dengan justifikasi bahwa:

- a. Indocement merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang eksplorasi gunung batu kapur untuk industri semen. Salah satu letak wilayah operasi pabrik tersebut berada di pemukiman yang padat penduduk dan masih banyak warganya yang belum mempunyai pekerjaan tetap.
- b. Indocement konsisten dalam menjalankan program CSR. Melalui lima pilar utama, program CSR Indocement beserta sub-sub kegiatannya telah banyak membantu masyarakat sekitar maupun yang berada jauh lokasinya. Sehingga kehidupan masyarakat menjadi lebih maju dan kebutuhan hidup mereka terpenuhi.

Sedangkan subyek penelitian adalah pihak Departemen CSR PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Citeureup sebagai pelaksana kegiatan CSR dan

pihak penerima bantuan kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh CSR.

Subyek penelitian yang merupakan narasumber internal perusahaan dalam penelitian ini adalah:

- a. *Head of Section Community Development (HCD)* PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk Citeureup, sebagai penanggung jawab semua program CSR dibawah naungan *community development* yang bertanggung jawab terhadap program lima pilar, termasuk program pinjaman modal kerja bergulir. Responden mengetahui program CSR Indocement secara luas maupun detail.
- b. Koordinator Program UMKM (KPU) karena dia yang bertanggung jawab atas berjalannya program ini di lapangan.

Sedangkan setelah mendapatkan data dari subyek internal perusahaan, verifikasi dilakukan terhadap pihak penerima bantuan program CSR PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk Citeureup. Pihak penerima bantuan dipilih karena dapat memberikan keterangan bagaimana pelaksanaan kegiatan CSR dan bagaimana dampaknya paska kegiatan. Adapun jumlah penerima bantuan yang menjadi sampel berjumlah 12 orang. Pemilihan sampel ini berdasarkan metode *available/ convenience sampling* (sampel berdasarkan kemudahan) yaitu periset bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data berlimpah dan mudah diperoleh periset (Kriyantono : 2010, 160).

Dua belas orang terpilih yang terbagi dalam dua bagian yaitu penerima yang dalam proses pengembalian modal berjalan lancar sebanyak enam orang dan penerima yang dalam proses pengembalian modal berjalan tidak lancar sebanyak enam orang. Jumlah 12 diambil karena penerima bantuan program CSR tersebar dalam 12 desa binaan, sehingga satu penerima mewakili satu desa.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan informasi untuk penelitian ini menggunakan beberapa teknik:

- a. Data primer

Perolehan data adalah pada penelitian ini melalui wawancara untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Adapun bentuk wawancara adalah tak berstruktur agar dapat menentukan informasi sebanyak mungkin mengenai subyek dan obyek penelitian.

Selain menggunakan wawancara mendalam, dilakukan observasi atau pengamatan ke desa-desa binaan dengan cara pencatatan secara sistematis dan dihubungkan dengan proporsisi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu yang hanya menarik perhatian (Bungin: 2007, 115-117). Dengan turun ke langsung ke area desa maka penulis dapat langsung berinteraksi langsung dengan masyarakat desa binaan yang mendapat bantuan modal kerja bergulir untuk UMKM secara *face – to – face*, melihat dan merasakan kehidupan sosial mereka.

b. Data sekunder

Data sekunder sebagai data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya (Kawan: 2002, 87) didapatkan dengan mengacu pada data-data yang dimiliki oleh PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk Citeureup, baik *website* dan dokumen-dokumen lainnya (brosur, laporan, panduan, dsb.)

4. Validitas Penelitian

Validitas data adalah melalui triangulasi untuk pembuktian keabsahan dari penelitian berdasarkan data wawancara, observasi lapangan dan dokumen. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh Daymond dan Holloway (2007, 138-142) bahwa triangulasi merupakan salah satu alat untuk memastikan kualitas riset.

HASIL TEMUAN dan PEMBAHASAN

1. Sekilas Program Bantuan Modal Kerja Bergulir UMKM

Tujuan dibentuknya program ini adalah agar masyarakat yang mempunyai kemauan untuk berwirausaha, tetapi masih terbentur modal, dapat terbantu. Program Bantuan Modal Kerja Bergulir UMKM diadakan sejak tahun 2003 dan pada awal program ini berjalan, warga menerima hingga Rp. 26.000.000 dan dapat dikembalikan melalui cicilan tanpa bunga selama satu sampai tiga tahun. Namun seiring dengan berjalannya waktu, jumlah modal yang diberikan maksimal Rp. 5.000.000 dan dapat dikembalikan melalui cicilan tanpa bunga selama 1

tahun. Setelah masyarakat dapat mempertahankan kemudian mengembangkan usahanya, maka diharapkan juga melalui usaha tersebut mampu menyerap tenaga kerja dari wilayah sekitar dan merangsang tumbuhnya usaha-usaha baru.

Dalam perencanaan program ini, Departemen CSR menggunakan *social mapping* 12 desa binaan yang dimiliki oleh CSR dan selalu di *up-date* setiap tahunnya. *Social mapping* ini berfungsi untuk melihat profil dan potensi yang dimiliki oleh masing-masing desa, selain itu juga untuk membantu mengambil keputusan dalam merancang sebuah program, agar hasilnya maksimal dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Transaksi pinjaman pada program ini dilakukan tidak seperti transaksi hutang piutang lainnya yang menyerahkan jaminan. Program ini berjalan berdasarkan rasa saling percaya antara perusahaan dan warga. Setelah sembilan tahun berjalannya program ini, saat ini sudah 170 UMKM yang menerima bantuan tersebut. Berikut adalah jumlah penerima bantuan UMKM dari setiap tahunnya.

Pelatihan dan pembinaan juga diberikan agar usaha UMKM ini dapat berkelanjutan. UMKM yang dibina oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa antara lain peternakan domba, kerajinan tangan dengan memanfaatkan limbah plastik (Di Desa Gunung Sari), bengkel sepeda motor (Desa Lulut). Dalam pengembangan UMKM selanjutnya, pelaksanaannya juga melibatkan PKBL Bank

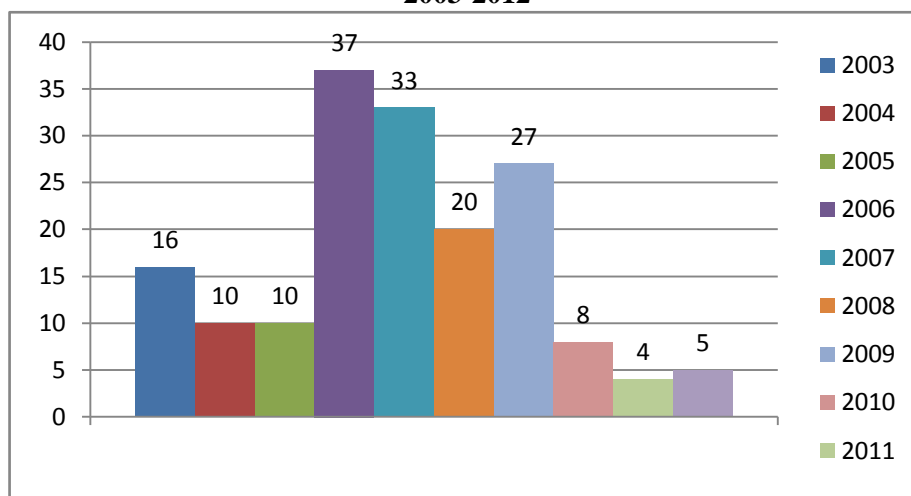
Mandiri.

Pada saat observasi, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk berkunjung ke tempat pelatihan ternak milik PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk unit Citeureup yang diberi nama Pusat Pelatihan Pemberdayaan Masyarakat (P3M) yang terletak di Desa Tajur. Peternakan ini berada di lahan bekas penambangan batu kapur (*limestone*) PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk unit Citeureup seluas lima hektar.

Selain ternak domba garut, peternakan ayam bagi UMKM. Mekanismenya dengan memberikan pinjaman kepada warga yang telah diseleksi kelayakannya untuk menjadi peternak. Ibu Elly salah satu penerima bantuan program ayam petelur Arab mengatakan bahwa:

“Dulu suami ikut pelatihan ternak ayam dari Indocement. Setelah selesai pelatihan, kita coba-coba untuk memelihara 20 ekor ayam ternyata waktu kita pasarkan, pasarannya lumayan bagus. Kita tambah lagi menjadi 40 ekor, ternyata masih bagus juga. Kita coba ajukan untuk pinjam ke Indocement untuk tambah modal. Waktu itu tahun 2010 dapat Rp 2.000.000 dalam bentuk uang tunai dan dicicil selama satu tahun tanpa bunga. Langsung kita belikan ayam 100 ekor.”

Gambar 1. Penerima Bantuan Program Modal Kerja Bergulir UMKM CSR PT. ITP 2003-2012



Sumber: Corporate Social Responsibility PT. ITP, 2012

Sinergi kedua program ini sangat membantu masyarakat untuk menjadi mandiri dan memiliki keahlian untuk nantinya menjadi mata pencaharian bagi mereka serta dapat membuka lapangan kerja baru bagi warga lainnya. Apalagi pelatihan yang diberikan gratis dan timbal balik modal yang dikembalikan untuk PT. Indocement Tunggal Prakarsa Citeureup sangat ringan dan tidak membebankan, seperti yang dikatakan oleh Ibu Itta Mulyati sebagai salah satu penerima bantuan modal kerja bergulir, yaitu:

“Program pinjaman dana untuk modal ini dicicil dan tanpa bunga. Sangat membantu untuk usaha, tidak seperti Bank atau lembaga keuangan lainnya yang memberikan bunga. Jadi saya bisa gunakan uangnya lebih maksimal tanpa harus memikirkan bunga”

2. Evaluasi Pelaksanaan Program UMKM

Walaupun program ini telah melewati proses perencanaan sedemikian rupa dan program ini juga

telah berjalan selama sembilan tahun, bukan berarti membuat program ini berjalan lancar. Banyaknya peserta binaan UMKM yang mengalami kendala dalam proses pembayaran sampai dengan adanya persepsi yang salah terhadap bantuan tersebut, membuat Departemen CSR melakukan evaluasi dalam rapat tahunan yang diadakan dalam rapat divisi CSR. Dari evaluasi program pada tahun 2005 dilaporkan bahwa tim pemberdayaan ekonomi belum maksimal dan peserta binaan UMKM banyak yang kurang memahami wirausaha dalam hal pemasaran dan pelayanan kepada pelanggan yang pada akhirnya usaha mereka tidak bisa berkembang dan tidak dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Dengan demikian pada evaluasi tersebut tercatat bahwa peserta binaan UMKM memerlukan pelatihan kewirausahaan (CSR, 2012). Berikut adalah Tabel 1 mengenai evaluasi program bantuan modal kerja bergulir UMKM yang dibahas dalam rapat evaluasi setiap tahunnya yang sebagian mengalami kegagalan karena tidak mampu bersaing.

Tabel 1 Evaluasi Program Bantuan Modal Kerja Bergulir UMKM Tahun 2003 – 2011

Tahun	Pengembalian (%)		Hasil Pelaksanaan Program
	Tidak lancar	Lancar	
Tahun 2003	37,5	62,5	37,5% cicilan tidak lancar, karena usaha jamur gagal panen, ternak itik gagal tidak bertelur, usaha bata merah tidak mampu bersaing.
Tahun 2004	57,1	42,9	65,3% cicilan tidak lancar, karena beberapa jenis usaha mengalami kegagalan, tidak mampu bersaing.
Tahun 2005	49,6	50,4	49,6% cicilan tidak lancar dan macet akibat berkurangnya order dari usaha bengkel. Pertanian jagung di Hambalang juga mengalami gagal panen.
Tahun 2006	25,6	74,4	25,6% cicilan tidak lancar karena beberapa jenis usaha mengalami kegagalan.
Tahun 2007	21,9	78,1	21,9 % cicilan tidak lancar diakibatkan beberapa usaha pembuat tahu dan tempe mengalami kerugian karena harga kedelai naik mencapai 100%, dan beberapa jenis usaha lainnya mengalami kegagalan.
Tahun 2008	49,4	50,6	49,4% cicilan tidak lancar karena beberapa jenis usaha mengalami kegagalan, tidak mampu bersaing.
Tahun 2009	18,3	81,7	Sebagian penerima bantuan belum mampu mengembalikan cicilan disebabkan penghasilannya hanya mencukupi untuk biaya operasional.
Tahun 2010	80,4	19,6	Sebagian penerima bantuan belum mampu mengembalikan cicilan disebabkan penghasilannya hanya mencukupi untuk biaya operasional. Tetap dilakukan pendampingan dan penagihan cicilannya.
Tahun 2011	75,1	24,9	50% baru mendapatkan bantuan modal dan mulai cicilan, sedangkan 50% lagi baru mendapat bantuan modal tetapi belum mulai mencicil dikarenakan pembayaran cicilan belum jatuh tempo.
Total (%)	36,10	68,24	

Dengan adanya beberapa peserta binaan yang tidak mampu mengembalikan modal, tidak serta merta membuat Departemen CSR mengurangi quota calon peserta atau bahkan menghentikan program ini. Saat ini tim CSR beserta kordes lebih berhati-hati dalam mengenali karakter calon peserta dan berusaha untuk menghapuskan hutang-hutang peserta pada awal-awal tahun program ini berjalan, namun penghapusan hutang tersebut hanya diketahui oleh pihak internal perusahaan saja. Seperti yang dikatakan oleh KPU:

“Setelah kita datangi dan ajak diskusi, biasanya kita buat surat ke management yang berisikan alasan-alasan mengapa usahanya macet. Dan untuk tahun-tahun awal, untuk yang sudah almarhum, atau bahkan pailit kita ajukan pemutihan. Tapi tanpa sepengetahuan penerima. Dengan adanya beberapa kredit macet ini tidak membuat kita serta merta memberhentikan atau mengurangi komitmen kami. Tapi yang kita lakukan adalah lebih selektif.”

Keterbatasan waktu, tenaga dan pengetahuan yang dimiliki oleh tim CSR dan juga Kordes akhirnya membuat mereka tidak dapat fokus untuk mengerjakan program ini saja, sehingga memang program ini berjalan secara kurang signifikan dapat dilihat dari proses pemantauan yang dirasa kurang dan tidak menyeluruh. Sehingga HCD sebagai penanggung jawab program ini merasakan bahwa sebaiknya program ini tidak dicampur dengan program-program CSR lainnya agar lebih fokus.

HCD berharap agar program ini dilimpahkan pada pihak ketiga baik secara internal maupun secara eksternal, yang benar-benar memahami tentang program ini mulai dari study kelayakan dan juga pemantauannya. Namun keinginan yang telah HCD sampaikan kepada manajemen sampai saat ini belum mendapatkan tanggapan. Informasi ini penulis dapatkan saat melakukan in-depth interview dengan HCD yang menjelaskan bahwa:

“Kalau dari pihak kami kedepannya ingin sekali program UMKM ini dikelola oleh pihak yang betul-betul concern dibidang ini, seperti Bank Perkreditan Rakyat. Karena kalau kami yang kelola, dari kacamata saya selama ini progress nya tidak signifikan.

Kalau bisa mundur ke belakang, tetap saya ingin ada pihak internal CSR yang fokus mengurus masalah ini, tidak dicampur seperti sekarang. Intinya jika bisa mundur atau harapan kedepannya, tetap saya menginginkan manajemen menyetujui bahwa adanya pihak ketiga untuk mengurus UMKM secara fokus baik internal maupun eksternal.”

3. Analisa Program Bantuan Modal Kerja Bergulir UMKM

Analisa hasil penelitian program bantuan modal kerja bergulir UMKM adalah dengan menggunakan konsep-konsep berikut:

a. *Public Relations*

Proses komunikasi antara perusahaan dengan publiknya merupakan bagian dari kegiatan *public relations*(PR). Dalam struktur organisasi PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk unit Citeureup, CSR tidak termasuk dalam PR. Departemen CSR PT. Indocement Tunggul Prakarsa unit Citeureup yang tergabung dalam divisi Security Safety Community Development (SSCD) berada dibawah Direktur Teknik, sedangkan untuk PR masuk ke dalam divisi Corporate Secretary Office di bawah Direktur Utama. Namun dalam prosesnya, antara PR Indocement dan CSR memiliki hubungan yang saling berkepentingan. Seperti yang dikatakan oleh HCD:

“Dalam struktur kita PR itu ada di Corporate Secretary. Tapi pelaksanaan saling *support*. Kalau di Indocement, CSR bukan langsung dibawah PR.”

PR jika dilihat dari sudut fungsi manajemen merupakan manajemen komunikasi antara perusahaan dengan publiknya untuk membangun strategi komunikasi yang berstruktur dan jelas, seperti yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom (2005, 4).

Walaupun konsep PR secara tidak langsung dituangkan ke dalam praktek CSR, CSR memiliki peran untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat sekitar wilayah operasional. Dengan

Tabel 2 Status Program Bantuan Modal Kerja Bergulir UMKM Para Responden

Nama (desa)	Jenis Usaha	Status Usaha	Bantuan			Pameran	Pemantauan
			Tahun	Nominal (Rp)	Uang/Barang		
H. Koang (Leuwikaret)	Warung Sembako	Cicilan lancar	2010	2.000.000	Barang	0	Saat survey saja
		Usaha Lancar	2011	5.000.000	Barang		
Elly (Bantarjati)	Ayam Petelur Arab	Cicilan lancar	2010	2.000.000	Uang	3	Awal-awal saja
		Usaha Lancar					
Itta (Gunung Putri)	Catering	Cicilan lancar	2006	4.000.000	Uang	2	Inisiatif sendiri
		Usaha Lancar	2007	8.000.000			
			2009	5.000.000			
Isnan (Puspanegara)	Konveksi	Cicilan lancar	2003	5.000.000	Uang	4	Sering
		Usaha Lancar	2006	10.000.000			
Nurochim (Nambo)	Ayam Petelur Arab	Usaha Lancar	2005	5.000.000	Barang	2	Inisiatif sendiri
		Cicilan lancar					
Ujang (Gunung Sari)	Karet	Usaha Lancar	2004	5.000.000	Uang	4	Inisiatif sendiri
		Cicilan lancar					
Rahmat (Tarikolot)	Jahit Pakaian	Usaha Tersendat	2008	1.000.000	Uang	0	Dulu sering
		Cicilan Tersendat					
Endan (Lulut)	Kredit HP	Usaha Lancar	2009	2.000.000	Uang	0	Dulu sering
		Cicilan Tersendat					
Hambali (Pasir Mukti)	Budidaya Lele	Usaha Tersendat	2009	1.500.000	Barang	0	Sering
		Cicilan Tersendat		3.500.000	Uang		
Ruslan (Citeureup)	Ternak Kelinci	Usaha Pailit	2009	5.000.000	Uang	0	Tidak Pernah
		Cicilan Tersendat					
Barjein (Tajur)	Jahit Pakaian	Usaha Tersendat	2007	5.000.000	Uang	0	Awal-awal saja
		Cicilan Tersendat					
Jepen (Hambalang)	Warung Sembako	Usaha Pailit	2008	5.000.000	Uang	0	Inisiatif sendiri
		Cicilan Tersendat					

demikian, CSR Indocement membentuk desa-desa binaan yang terdiri dari 12 desa binaan. Dengan membentuk desa-desa binaan seperti ini maka termasuk dalam salah satu fungsi PR yaitu community relations.

Tujuan dari pembentukan 12 desa binaan ini adalah untuk mempermudah pemberian kegiatan dan program yang sudah disiapkan oleh CSR Indocement yang salah satunya adalah program bantuan modal kerja bergulir UMKM. Meskipun Departemen

CSR terpisah dari Departemen Public Relations, tetapi tim CSR tetaplah menjadi jembatan komunikasi antara perusahaan dan juga masyarakat. Dengan demikian dalam program ini, CSR yang diwakili oleh para Kordes melakukan tujuan dari PR itu sendiri dengan cara memberikan informasi tentang program UMKM, mengarahkan para peserta UMKM agar dapat dijadikan contoh bagi masyarakat, dan juga memberikan motivasi bagi kelangsungan usaha mereka, sebagaimana diungkapkan dalam Seitel (2004, 54).

Untuk menghadapi masyarakat tidaklah mudah. Karena setiap masyarakat memiliki kepentingan berbeda dengan perusahaan dan memiliki cara komunikasi yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang sama. Ke-12 desa binaan Indocement tidak semua berada di wilayah penambangan, jalur penambangan dan pabrik plantsite. Dengan demikian, pendekatan yang dilakukan akan berbeda. CSR Indocement biasanya melakukan pendekatan dengan langsung turun ke desa-desa binaan setiap harinya. Untuk potensi UMKM masyarakat, CSR Indocement melalui setiap koordinator desa dari desa binaan, melakukan pendekatan untuk memahami karakteristik, kebutuhan dan potensi yang dimiliki warganya. Pendekatan ini bukanlah pendekatan yang dilakukan secara formal, melainkan pendekatan informal. Dengan cara berbincang-bincang santai dengan masyarakat desa. KPU mengatakan:

“Kita juga melakukan pendekatan dengan menemui langsung warga desa. Berbincang tentang rencana, tentang kehidupan. Jadi kita gabung sama mereka. Kalau sudah dekat antara kordes dan masyarakat akan lebih mudah dalam berbicara.”

Hal ini sesuai dengan ungkapan Joe Marconi (2002, 45) mengenai pendekatan perusahaan kepada publiknya bahwa CSR Indocement melakukan pendekatan yang berbeda untuk menyesuaikan diri dengan warga desa binaan. Pendekatan ini diharapkan dapat memahami kebutuhan dan keinginan warga desa sekitar.

Selain turun langsung ke lapangan, ada pula forum BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) yang melibatkan pihak dari Indocement (Staff CSR dan beberapa department tertentu), pemerintah (kepala desa, kepala dusun, lembaga pemberdayaan masyarakat), masyarakat (tokoh masyarakat, tokoh pemuda, RT, RW dan yang berkepentingan). Forum ini dimaksudkan untuk melakukan pendekatan dengan tokoh-tokoh masyarakat dan orang-orang yang memiliki kepentingan di desa untuk membahas mengenai kegiatan, program, complain dan saran yang bertujuan untuk membangun kehidupan masyarakat dan juga operasional perusahaan.

b. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Melakukan CSR seharusnya merupakan kesadaran dari perusahaan kepada lingkungan sekitarnya, karena jika hubungan antara perusahaan dengan masyarakat tidak dibina dengan baik maka akan menghambat kegiatan operasional perusahaan. Sesuai dengan pengertian Corporate Social Responsibility menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) kesadaran Indocement itu diwujudkan dengan pelaksanaan program bantuan modal kerja bergulir UMKM bagi warga 12 desa binaan, mengingat saat ini angka kemiskinan, pengangguran masih cukup tinggi dan diharapkan dengan adanya program ini akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa binaan (Wibisono: 2007, 7). Hal ini juga diungkapkan oleh HCD:

“Tanggung jawab apapun yang kita lakukan itu merupakan komitmen tanggung jawab perusahaan kepada stakeholders Indocement dalam beroprasi dengan menekan seminimum mungkin dampak negatif operasi dan memaksimalkan dampak positif kepada masyarakat sekitar. Selain itu juga bagaimana Indocement dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Melalui UMKM tujuannya agar mereka bisa berkembang dan mandiri secara ekonomi dan dapat membangun desanya.”

KPU juga menambahkan bahwa:

“Komitmen Indocement sendiri dapat dilihat dari dibentuknya departemen khusus yang menangani CSR, kalau di perusahaan lain CSR masih merupakan bagian dari PR. Selain itu para Top Management sangat mendukung kegiatan CSR, hal ini juga yang melatarbelakangi kenapa kita sangat giat dalam melaksanakan program CSR.”

Terbentuknya desa-desa binaan tersebut juga karena desa tersebut berada di wilayah operasional perusahaan. Kegiatan operasional perusahaan Indocement berdekatan dengan lingkungan masyarakat. Perusahaan bertanggung jawab dan berkomitmen tinggi terhadap masyarakat setempat. Oleh karena itu, Indocement melakukan berbagai kegiatan CSR termasuk salah satunya adalah program bantuan modal kerja bergulir UMKM.

Program modal kerja bergulir yang dilakukan Indocement menargetkan pada salah satu stakeholder-nya yaitu masyarakat dari 12 desa binaan. Masyarakat bagi Indocement merupakan komunitas yang memiliki peranan penting karena feedback yang baik dari masyarakat, maka perusahaan akan berjalan dengan lancar. Dengan demikian CSR Indocement dapat digolongkan dalam kelompok ketiga yang disebut teori integrasi, seperti yang diungkapkan oleh Garigga dan Mele dalam pemetaan wilayah teori CSR yang melatarbelakangi perusahaan melakukan CSR (Warta Demografi: 2008, 13).

Melalui program bantuan modal kerja bergulir UMKM, masyarakat dapat merasakan kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan mereka dan mulai memberikan kepercayaan dan menganggap bahwa Indocement merupakan bagian dari kehidupan mereka dengan memberikan dukungan mereka terhadap kegiatan operasional Indocement. Pemberian modal kerja bergulir ini merupakan salah satu usaha perusahaan untuk merubah perilaku masyarakat. Tidak hanya sekedar memberikan bantuan dalam bentuk sumbangan, tetapi bantuan yang bersifat berkelanjutan agar

masyarakat sekitar hidup mandiri tanpa bergantung pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler (2005, 22) mengenai *Corporate Social Marketing*.

Program bantuan modal kerja bergulir UMKM yang sudah dibentuk oleh CSR Indocement sebagai bagian dari pelaksanaan CSR, sebelumnya melalui tahap-tahap perencanaan. Tahapannya sebagai berikut:

1. Menyusun Perencanaan Program CSR

a) Menetapkan Visi dan Misi

Visi Misi Indocement dan Visi Misi CSR Indocement berbeda, namun visi dan misi dari CSR merupakan turunan dari misi Indocement. Visi dari CSR Indocement adalah menjalankan seluruh kegiatan usaha dengan tetap memperhatikan kesejahteraan komunitas (*wholesome community*) dan dengan menerapkan konsep ramah lingkungan (*environment friendly*) dengan tetap memperhatikan pengembangan perusahaan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Dan misinya adalah membangun kepentingan perusahaan untuk kepentingan bersama perusahaan dan komunitas, khususnya komunitas lokal dimana perusahaan beroperasi, sehingga tercipta hubungan yang harmonis. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Wibisono (2007, 126-151), bahwa langkah pertama dalam menyusun perencanaan program CSR adalah menetapkan visi dan misi.

b) Menetapkan Tujuan

Tujuan dari CSR perusahaan ditentukan oleh nilai dalam perusahaan. Dengan demikian komitmen yang tinggi dapat dianggap sebagai nilai yang harus dipegang oleh perusahaan, maka nilai tersebut mempengaruhi tujuan dari CSR perusahaan. Salah satu komitmen CSR adalah menjalankan program pemberdayaan masyarakat (*community development program*) yang terdiri dari lima pilar program utama, salah satu perwujudannya melalui program bantuan modal kerja bergulir UMKM dibawah pilar ekonomi dengan landasan Tujuan Pembangunan Millenium (MDGs). Dengan menjalankan program pemberdayaan masyarakat sekitar, perusahaan ingin keberadaannya dapat membantu masyarakat sekitar menjadi mandiri secara ekonomi baik untuk saat ini maupun jika suatu saat nanti

Indocement sudah tidak berproduksi. KPU menjelaskan bahwa salah satu tujuan CSR Indocement:

“Kita juga belajar dari perusahaan aneka tambang, ketika perusahaan tersebut mendapat keuntungan dari harga timah yang tinggi, seluruh karyawan mendapatkan keuntungan yang berlimpah. Tapi mereka lupa kepada masyarakat. Saat perusahaan sudah pindah, kita lihat saat ini seperti apa keberadaan desa di Belitung. Mereka menjadi desa yang tertinggal dalam pendidikan dan ekonomi. Berkaca dari sana, Indocement harus melakukan pemberdayaan masyarakat yang kegiatannya tidak berhubungan dengan produk Indocement. Harapannya saat Indocement tidak beroperasi lagi, masyarakat bisa berdiri sendiri secara mandiri dan tetap survive. Caranya dengan program UMKM ini dan juga pelatihan unskill menjadi *skill*. Pelatihan garment, peternakan dan montir bengkel kan tidak ada hubungannya sama sekali dengan Indocement.”

c) Menetapkan Kebijakan
Kebijakan CSR Indocement tertuang pada kerangka dasar perusahaan berupa dokumen tertulis sebagai acuan pemimpin dan staf perusahaan dalam merumuskan program CSR. Kebijakan ini dibuat untuk mencapai misi CSR dari perusahaan. Kebijakan Indocement tersebut mengacu pada konsep *Triple bottom line (profit, planet, people)*.

d) Merancang Struktur Organisasi
CSR Indocement berada pada departemen khusus yang berdiri sendiri. Departemen CSR tidak “dititipkan” dan dicampur adukan sebagai kegiatan tambahan perusahaan. Seperti yang dikatakan oleh HCD:

“Kita merancang bagian khusus untuk CSR, CSR bagian dari departemen SSCD dan CSR punya direktur sendiri.”

Pembentukan departemen khusus ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial sebagai

suatu kesadaran. Kesadaran ini membuat hubungan antara masyarakat dan perusahaan berjalan baik.

e) Menyediakan SDM

Dalam program bantuan modal kerja bergulir UMKM, SDM yang dilibatkan tidak hanya dari Departemen CSR tetapi juga dibantu oleh masyarakat desa binaan dan beberapa tenaga ahli untuk program pelatihan. Masyarakat desa yang menjadi SDM untuk membantu kegiatan modal kerja bergulir ini tidak perlu memiliki kriteria khusus. HCD menjelaskan:

“SDM yang digunakan pasti pertama dari kita dan untuk lapangan, kita juga memberdayakan aparat desa dan masyarakat. Tidak ada kriteria khusus yang penting bisa baca tulis dan punya kemauan.”

Selain staff dari Departemen CSR khususnya adalah para koordinator desa yang bertugas untuk mencari potensi, melakukan pemantauan usaha dan juga untuk memberikan motivasi saat usaha mereka mengalami kendala, masyarakat dan aparat desa juga diikut sertakan dalam perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan modal kerja bergulir UMKM ini. Dengan begitu, masyarakat dan aparat desa merasa diakui dan merasa dihormati oleh perusahaan sehingga kepercayaan antara perusahaan dan masyarakat akan semakin kuat. Selain itu fungsi dari aparat desa dan LPM adalah untuk turut mencari potensi UMKM di desanya masing-masing dan jika mereka mengalami kemacetan dalam proses pengembalian modal, aparat desa dan LPM dapat membantu dalam proses penyelesaiannya.

f) Merencanakan Program Operasional

Untuk perencanaan program operasionalnya, CSR Indocement berpedoman pada konsep *triple bottom line*. Dengan pedoman *triple bottom line* itu dibentuklah program lima pilar yang mencakup aspek - aspek kehidupan yaitu salah satunya pilar ekonomi yang diimplementasikan dalam program bantuan modal kerja bergulir UMKM. Program modal kerja bergulir ini berbasis pada pemberdayaan masyarakat lokal dalam

program pembinaan UMKM. Selain itu juga, CSR Indocement juga bersinergi pada konsep dari MDG's (*Millenium Development Goal*). HCD mengemukakan tentang program operasional dari CSR Indocement:

“Kita punya concern pada MDG's. Sebetulnya tanpa kita sadar sudah mengacu pada yang kita lakukan sekarang, arahnya sama dengan MDG's seperti masalah pendidikan yang tidak memadai, ekonomi yang lemah, pengangguran yang tinggi. Jadi kita ingin terlibat didalamnya karena masyarakat kita masih membutuhkan. Ada juga IPM (Indeks Pertumbuhan Masyarakat) dan social mapping. Dalam social mapping tergambar bahwa masyarakat 12 desa binaan memiliki angka pengangguran yang tinggi maka kami menjalankan program UMKM ini untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Memang program UMKM ini bukan satu-satunya program yang dapat memberdayakan masyarakat, maka dalam perjalanannya kami sinergikan dengan program-program lain.”

Perencanaan program tersebut dibahas melalui BILIKOM (Bina Lingkungan Komunikasi) yang melibatkan pihak dari Indocement (Staff CSR dan beberapa departemen tertentu), pemerintahan (kepala desa, kepala dusun, lembaga pemasyarakatan), masyarakat (tokoh masyarakat, tokoh pemuda, RT, RW dan yang berkepentingan). Melakukan pendekatan dengan tokoh-tokoh masyarakat dan orang-orang yang memiliki kepentingan di desa, akan lebih memudahkan berkomunikasi dengan masyarakat.

Dalam BILIKOM tidak hanya membicarakan program-program, tetapi juga akan membicarakan permintaan bantuan warga desa binaan kepada Indocement. Permintaan-permintaan itu akan dibahas mengenai prioritas permintaan dan beberapa saran untuk perusahaan dalam menjalankan operasinya di sekitar wilayah desa.

BILIKOM ini menjadi media untuk mengetahui keinginan dari warga dan memahami harapan mereka kepada perusahaan. Untuk mengetahui keinginan, potensi harapan warga tidaklah mudah. Maka CSR Indocement secara maksimal bersosialisasi dengan warga agar program bantuan modal kerja bergulir UMKM berjalan dengan baik.

Namun permintaan desa tidaklah hanya kepada Indocement, tetapi kepada pemerintah daerah dan pihak ketiga (pendonor dana). Untuk mengantisipasi terjadinya bentrok perencanaan program antara Indocement dengan pemerintah daerah dan pihak ketiga, biasanya pengajuan kepada Indocement akan diberi tanda prioritas. Namun jika terjadi bentrok maka Indocement akan mengalokasikan dana ke permintaan lainnya yang memiliki prioritas yang sama. HCD menjelaskan:

“Semua program ini biasa masuk di bulan Juli untuk kita rencanakan di tahun berikutnya. Biasanya desa sudah melakukan Musrebangdes, kemudian desa memberikan prioritas desa kepada kami dan kami pilih mana yang bisa kami laksanakan. Walaupun setelah kami loloskan prioritas dari desa tadi dan ternyata Pemda meloloskan juga, maka Indocement akan mundur dan dialihkan kepada pemerintah. Kita akan mengalihkan ke kepentingan yang lain. Pengalihan itu ada suratnya juga dari Indocement, sebagai surat pernyataan, supaya jelas.”

Kesepakatan yang sudah disetujui oleh pemerintahan, masyarakat dan Indocement akan menjadi program yang akan dilakukan selanjutnya. Program-program yang dilakukan pastinya akan menaati peraturan yang berlaku seperti perijinan dari pemerintahan daerah, peraturan desa dan kebijakan Indocement.

- g) Membagi Wilayah
Tahap selanjutnya adalah membagi wilayah binaan. Membagi wilayah seperti ini

dimaksudkan agar pelaksanaan kegiatan dan program lebih terfokus. Dasar pembagian wilayah ini sangat fleksibel, bisa berdasar lokasi, dampak, jenis. Dengan demikian program bantuan modal kerja bergulir UMKM ini berfokus pada warga 12 desa binaan. Fokus ini karena wilayah ini berdekatan dengan operasional perusahaan. Wilayah tersebut adalah Desa Puspanegara, Desa Gunung Putri, Desa Citeureup, Desa Gunung Sari, Desa Leuwikaret, Desa Lulut, Desa Nambo, Desa Bantar Jati, Desa Pasir Mukti, Desa Tajur, Desa Hambalang dan Desa Tarikolot.

h) Mengelola Dana

Dana yang digunakan untuk melaksanakan semua kegiatan dan program dari CSR Indocement adalah dana dari Indocement. Dalam pelaksanaannya dana CSR Indocement dilaksanakan sesuai dengan modal korporasi dan secara teknis dana CSR adalah bagian dari dana operasional perusahaan yang dibebankan kepada biaya produksi. Kemudahan dalam memperoleh dana dalam melaksanakan kegiatan dan program CSR merupakan faktor pendukung dari kelancaran berjalannya program. Seperti yang dikatakan oleh HCD:

“Dalam pendanaan CSR termasuk untuk program modal kerja bergulir, Indocement adalah penganut aliran level tiga, yaitu dana CSR sudah dimasukkan ke biaya operasional pabrik, untung atau tidak untung perusahaan biaya untuk CSR tetap ada. Jadi bisa dibilang dana CSR Indocement dari kami sendiri.”

Namun untuk pengelolaan dana modal kerja bergulir yang telah dikembalikan oleh masyarakat langsung dikembalikan kepada kasir bagian Finance Indocement. Sehingga dapat dikatakan setiap tahunnya dana yang dikeluarkan untuk tahun-tahun berikutnya bukan berasal dari jumlah uang yang telah dikembalikan oleh masyarakat, tetapi menggunakan anggaran baru yang telah ditetapkan untuk setiap tahunnya. HCD menjelaskan bahwa:

“Uang cicilan dari warga diserahkan kepada kasir dan setiap tahunnya kami memakai anggaran dana yang baru.”

2. Implementasi Program CSR

Tahap selanjutnya adalah implementasi kegiatan dan program bantuan modal kerja bergulir UMKM. CSR Indocement melalui program tersebut melakukan programnya sebagai program yang sentralisasi karena Indocement berperan sebagai pelaksana/ penyelenggara utama kegiatan.

Mekanisme yang diterapkan adalah dengan menggunakan bottom up process, yaitu program dibuat berdasarkan permintaan komunitas, yang kemudian dievaluasi oleh perusahaan. Penggunaan bottom up process menggunakan sosio demografi mapping untuk melihat potensi dan kebutuhan masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh HCD:

“Untuk program UMKM, kita lihat dari bawah. Kira-kira apa saja potensi masyarakat yang bisa kita gali, karena kalau kita bentuk dari atas, kita maunya begini, belum tentu cocok untuk masyarakat. Saat ini masyarakat membutuhkan pekerjaan karena angka pengangguran yang tinggi maka kita bantu dengan program ini.”

Program bantuan modal kerja bergulir UMKM yang berjalan ini dilaksanakan sendiri oleh CSR Indocement. Staff dari CSR yang sudah dibagi menurut tugasnya masing-masing langsung turun untuk menangani apa-apa saja yang harus dilakukan di desa. Indocement menangani program dan kegiatannya dengan self managing. Hal ini dikemukakan oleh HCD:

“Untuk pelaksanaannya sendiri kita langsung turun kelapangan, tidak pake outsourcing. Dalam tim CSR ini, ada bapak-bapak kordes yang langsung turun ke lapangan.”

1. Evaluasi

Dalam tahap evaluasi ini, biasanya dilakukan untuk mengukur keberhasilan serta menganalisa masalah-masalah yang timbul selama pelaksanaan program sehingga diharapkan perusahaan dapat memberikan solusi yang tepat untuk perbaikan program kedepannya. Wibisono menyatakan ada tiga indikator internal dari ukuran keberhasilan program, yakni; *Minimize*, *Asset* dan *Operational*. Ketiga indikator keberhasilan

yang disebut M-A-O terpadu ini telah dapat dipenuhi dibuktikan dari jalur conveyor selalu dalam keadaan baik dan jarang terjadi kasus pencurian asset perusahaan serta operasional perusahaan berjalan dengan lancar.

Melalui BILIKOM, konflik dan perselisihan dapat diatasi karena keterbukaan antara warga desa dan perusahaan. Dari ukuran sekunder, menurut Wibisono (2007, 145) terdapat dua indikator yang menjadi ukuran keberhasilan suatu program CSR, yakni tingkat penyaluran dan kolektibilitas serta compliance atau kepatuhan pada aturan yang berlaku. Indocement sudah mematuhi peraturan pemerintah tentang Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan peraturan tentang CSR yang juga tercantum di dalam Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UD PM). Kemudian terpenuhinya kebijakan CSR Indocement melalui konsep *Triple bottom line*. Sedangkan untuk tingkat penyaluran, dari 170 peserta binaan, terdapat setidaknya 112 peserta (79%) yang dapat mengembangkan usahanya dengan baik. Dengan demikian, sesuai dengan indikator tingkat kepatuhan pada aturan dan ketepatan yang berlaku seperti yang dikemukakan oleh Wibisono (2007, 145).

Untuk tingkat pencapaian keberhasilan berjalannya program-program CSR dapat dilihat dari peningkatan mutu dari sumber daya manusia di setiap daerah desa binaan. Namun berbicara tentang tingkat kepuasan, setiap warga desa memiliki tingkat kepuasan yang berbeda. Seperti yang dikatakan oleh HCD (2012) mengenai penentuan kepuasan tergantung individu tetapi Indocement berusaha memberikan yang terbaik. Sebagai bukti keberhasilan dari berjalannya program modal kerja bergulir memang belum mendapatkan suatu penghargaan khusus yang diberikan namun jika dilihat dari program CSR Indocement secara keseluruhan, Indocement mendapatkan Sertifikat ISO 26000 pada tahun 2002, penghargaan ini diberikan kepada perusahaan yang sudah berhasil berkomitmen dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan lingkungan operasional perusahaan.

Kemudian keberhasilan perihan penghargaan dari Kementrian Lingkungan Hidup, PROPER 2008-2009 yang menempatkan PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk wilayah pabrik Citeureup sebagai Peringkat Emas, peringkat paling tinggi untuk penghargaan PROPER.

2. Reporting

Reporting yang dilakukan oleh CSR Indocement termasuk didalamnya program bantuan modal kerja bergulir UMKM dilakukan kepada eksternal dan internal perusahaan. Hal ini berasal dari hasil in-depth interview pada key informant. Reporting untuk pihak internal berupa intranet (jalur komunikasi yang diakses melalui jaringan internal untuk karyawan Indocement), meeting SUBP2K3 (Panitia Pembina Keselamatan dan Kesehatan Kerja) dan majalah Konkrit (majalah internal dari perusahaan).

Sedangkan untuk pihak eksternal berupa website resmi Indocement, brosur tentang CSR, dan koran-koran lokal. Pelaporan gabungan untuk internal dan eksternal adalah laporan pada annual report yaitu pelaporan tahunan Indocement, melalui annual report seluruh direksi dari tiga pabrik Indocement melaporkan seluruh pertanggung jawaban dan kegiatannya.

Hal ini penulis dapat dari penjelasan HCD yang mengatakan bahwa:

“Reporting, atau pelaporan kita punya yang namanya intranet. Setiap kegiatan yang kita lakukan di CSR, kita pasti akan posting ke intranet sehingga divisi dapat melihat itu. Kita juga punya bulletin Konkrit. Kemudian untuk *stakeholder* ada annual report, laporan tahunan perusahaan. Kita ada laporan CSR keseluruhan disana termasuk program UMKM.”

Dan dilengkapi oleh penjelasan dari KPU:

“Setiap bulannya ada meeting SUBP2K3, disana dilaporkan kegiatan kita secara tahunan. Ada juga rapat tahunan. Kita ada online intranet juga, sehingga karyawan bisa tahu berita CSR. Selain itu juga, ada brosur tentang CSR Indocement. Di website kita juga ada. Kita juga publish di koran lokal

untuk berita CSR seperti Radar Bogor, Jurnal Bogor dan Pakuan.”

Dari penjelasan dua informan, responden menjelaskan bagaimana pelaporan dilaporkan sebagai bahan pertanggung jawaban. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Wibisono (2007, 146), bahwa laporan selain bisa digunakan untuk bahan evaluasi, juga bisa menjadi alat komunikasi dengan *stakeholders* dan *shareholders*, karena dengan laporan itu program CSR Indocement bila terdapat kekurangan, dapat dibicarakan dan diperbaiki agar menjadi program yang berkelanjutan.

Program pemberdayaan ekonomi lokal yang dilaksanakan oleh CSR Indocement melalui program modal kerja bergulir untuk UMKM ini tidak hanya sekedar membantu masyarakat untuk dapat menjadi pengusaha kecil, tetapi memungkinkan masyarakat sekitar agar mandiri secara ekonomi atau setidaknya memberikan pemacu bagi perkembangan ekonomi di daerah ia tinggal. Sehingga dalam jangka panjang mereka dapat secara mandiri mengatasi persoalan ekonomi yang mereka alami. Dengan demikian untuk mendukung program agar mencapai tujuan CSR Indocement memberikan beberapa modal yang dianggap tidak dimiliki oleh masyarakat paling miskin. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Jeffrey D. Sachs (IBL: 2008, 8), yaitu:

- a) Modal yang berkaitan dengan alam (*natural capital*), diantaranya: tanah yang subur, keanekaragaman hayati, ekosistem yang berfungsi dengan baik yang dapat menyediakan pelayanan lingkungan yang dibutuhkan oleh manusia.
- b) CSR Indocement dalam program ini juga memberi pinjaman lahan tidur kepada beberapa masyarakat yang ingin membuka usaha. Seperti yang dialami oleh Bapak Ena. Ia mendapatkan pinjaman lahan tidur untuk membuka kolam lele. Namun tentunya tidak semua peserta UMKM bisa mendapatkan lahan tidur karena dalam pelaksanaannya pihak CSR harus berkoordinasi dengan pihak legal Indocement.

- c) Modal pengetahuan (*knowledge capital*), yang termasuk ilmu pengetahuan dan teknologi yang dapat meningkatkan produktifitas dalam menghasilkan produk serta meningkatkan modal fisik dan alam.
- d) Selain mendapatkan masukan dan saran dari para kordes yang dilakukan saat pemantauan dan juga pelatihan bagi peserta yang telah mengikuti program pelatihan sebelumnya, CSR Indocement juga mengajak para peserta UMKM untuk mengikuti beberapa pameran baik di tingkat lokal maupun nasional. Dalam pameran tersebut diharapkan para peserta mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana memasarkan produk dan mendapatkan pasar yang baru guna menaikkan produksi mereka. Kemudian para peserta yang telah menjadi mitra binaan UMKM Indocement juga memberikan pelatihan dan pendampingan bagi warga lainnya seperti yang dilakukan oleh Bapak Nurochim.

5. Dampak Ekonomi Program

Selain memberikan dampak langsung dengan adanya perusahaan di lokasi pemukiman warga, yaitu antara lain, menciptakan lapangan kerja baru untuk menjadi karyawan perusahaan, maka program bantuan modal kerja bergulir UMKM juga memberikan dampak ekonomi. Berdasarkan BSR & Brody Accountability tahun 2003 dampak ekonomi yang paling besar, antara lain (IBL: 2008, 15):

- 1) Lapangan Kerja
Melalui UMKM binaan Indocement, setelah usaha mereka maju dan mendapatkan kontrak beli bahan baku maka pemasok lokal mendapatkan kesempatan membuka lowongan kerja.
- 2) *Sourcing and Procurement*
Kegiatan perolehan dan pembelian sumberdaya melalui pemasok dapat memberikan manfaat ekonomi secara tidak langsung kepada masyarakat yaitu berupa adanya lapangan kerja baru bagi para pekerja di UMKM
- 3) Investasi Keuangan
Pada kegiatan investasi keuangan yang diberikan dalam bentuk pinjaman modal yang digunakan untuk pengembangan komunitas dan organisasi *venture capital*

dan diharapkan kedepannya para peserta binaan UMKM dapat mendirikan koperasi.

4) *Philanthropy*

Program modal kerja bergulir ini bersifat kegiatan filantropi dan *corporate giving* karena bantuan diberikan berupa barang sebagai modal usaha. Sehingga dapat dikatakan sebagai kegiatan perusahaan yang

menimbulkan dampak ekonomi, yang dapat mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja.

Untuk melihat bagaimana dampak ekonomi yang didapatkan oleh penerima bantuan, berikut penulis sajikan dalam bentuk table 3 berikut.

Tabel 3. Dampak Ekonomi Terhadap Peserta Penerima Bantuan Program

No.	Nama	Usaha	<i>Employment</i>	<i>Sourcing and Procurement</i>	<i>Financial Investment</i>	<i>Philantropy</i>
1.	Bapak. H. Koang	Warung Sembako	×	×	×	√
2.	Ibu Elly	Ternak Ayam	×	×	√	×
3.	Ibu Itta	<i>Cattering</i>	√	√	√	×
4.	Bapak Isnan	Konveksi	√	√	√	×
5.	Bapak Nurochim	Ternak Ayam	√	√	×	√
6.	Bapak Ujang H.S	Karet	√	√	√	×
7.	Bapak Rahmat	Penjahit Pakaian	×	×	√	×
8.	Bapak Endan	Budidaya Lele	×	×	√	√
9.	Bapak Daan	Kredit HP	×	×	√	×
10.	Bapak Ruslan	Ternak Kelinci	×	×	√	×
11.	Bapak Barjein	Penjahit Pakaian	√	√	√	×
12.	Bapak Jejen	Warung Sembako	×	×	√	×

Sumber : Penulis 2012

Ket :

(×) Tidak mendapatkan dampak

(√) Mendapatkan dampak

Berdasarkan hasil wawancara kepada 12 penerima bantuan modal kerja bergulir, ada beberapa masukan dan keluhan seputar program ini. Adanya pemesanan bahan baku kepada pemasok lokal merupakan masukan dan keluhan yang paling sering dikatakan oleh peserta binaan Indocement. Salah satunya adalah keluhan Bapak Ujang H.S yang menyayangkan kontrak pembelian bahan baku karet dihentikan begitu saja oleh Indocement dan diberikan kepada pihak luar. Bapak Barjein pun menyampaikan serupa, dahulu ia dan warga desa lainnya mendapatkan kontrak pembelian seragam oleh Indocement namun saat ini kontrak pembelian seragam tidak lagi

diberikan kepada warga 12 desa binaan melainkan terpusat pada satu konveksi saja. Lamanya proses pengajuan pinjaman hingga pencairan dana pun menjadi keluhan yang sering disampaikan oleh warga. Waktu yang tidak tentu membuat mereka menunggu-nunggu dan terkadang bantuan modal datang di waktu yang kurang tepat. Mereka berharap agar proses ini dapat dipercepat sehingga mereka dapat menggunakan modal itu dengan maksimal dan juga untuk menghindari adanya penyalahgunaan modal. Selain itu, ternyata adanya program ini mendapatkan sambutan dan tanggapan positif dari seluruh peserta binaan UMKM Indocement. Mereka sangat berterima kasih

kepada Indocement karena melalui pinjaman tanpa bunga ini, mereka dapat mengembangkan usaha mereka dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi warga sekitar. Mengingat jika meminjam kepada Bank dan lembaga keuangan lainnya mereka diharuskan membayar bunga yang terbilang masih tinggi untuk UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai strategi dan implementasi CSR yang memiliki dampak ekonomi bagi masyarakat lokal, khususnya di PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk Citeureup (Indocement) maka dapat disimpulkan:

1. PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk unit Citeureup (Indocement) telah melaksanakan program CSR, tidak hanya bersifat *charity* tetapi juga melaksanakan pemberdayaan masyarakat yang tinggal di daerah operasional pabrik. Melalui program modal kerja bergulir UMKM, CSR Indocement ingin membantu masyarakat agar mereka dapat hidup secara mandiri, meningkatkan kualitas hidup dan mampu menyerap tenaga kerja baru. Komitmen Indocement dalam menjalankan peran tanggung jawab social tercantum dalam visi dan misi perusahaan yang menekankan pada pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian perencanaan dan pelaksanaan program CSR merupakan turunan dari visi, misi perusahaan dan juga mengadaptasi konsep *triple bottom line*. Agar program CSR Indocement dapat berjalan dengan baik, maka dibentuklah perencanaan strategis lima tahunan yang setiap tahunnya mempunyai target yang akan dicapai. Program bantuan modal kerja bergulir UMKM ini tidak berdiri sendiri, namun dalam perjalanannya program ini disinergikan dengan program-program CSR lainnya seperti program pelatihan dan *local purchase*.
2. CSR Indocement melalui program modal kerja bergulir UMKM telah berhasil mewujudkan konsep *Triple bottom line*, yaitu *profit* yang didapat oleh Indocement, setiap tahunnya telah dianggarkan untuk memenuhi kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan (*people*) namun dengan

memberikan “kail” kepada masyarakat, tujuan agar masyarakat mandiri ketika perusahaan tidak beroperasi lagi. Pemberian modal diberikan kepada usaha - usaha milik masyarakat sekitar yang tidak membawa dampak buruk bagi lingkungan sekitar (*planet*).

3. Untuk dapat mengetahui kondisi, keinginan dan kebutuhan masyarakat maka CSR Indocement melakukan komunikasi dua arah dalam sarana komunikasi yang dinamakan BILIKOM. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini dilakukan sendiri dengan *self-managing* yaitu menugaskan orang-orang yang berada di Departemen CSR (Kordes) mulai dari mencari calon peserta sampai dengan pemantauan usaha. Peran CSR Indocement tidak hanya berhenti sampai pada pemberian bantuan modal usaha, tetapi juga memberikan motivasi usaha, sarana pameran, peminjaman lahan tidur, dan juga pembelian bahan baku dari pemasok lokal.
4. Setelah Sembilan tahun berjalan, dampak ekonomi yang terjadi secara langsung adalah melalui penyerapan tenaga kerja sekitar melalui munculnya usaha –usaha baru dan dampak ekonomi secara tidak langsung yaitu pembelian bahan baku dari warga sekitar. Sedangkan untuk dampak pemicu tidak ada.

Secara keseluruhan, komunikasi dan sosialisasi terhadap masyarakat sekitar operasional pabrik harus konsisten dan berkesinambungan untuk dapat memberikan dampak maksimum dan pemahaman terhadap upaya perusahaan untuk mendukung perekonomian setempat

Sedangkan saran yang dapat diberikan adalah untuk dapat meningkatkan kegiatan BILIKOM untuk lebih intensif dalam melakukan komunikasi dua arah melalui fasilitator terlatih, bukan hanya menugaskan orang-orang yang berada di Departemen CSR (Kordes). Dengan demikian pemantauan terhadap berbagai permasalahan yang timbul (misalnya, kredit macet, pengurangan pelanggan) dapat lebih seksama.

REFERENSI

- Buku Acuan:
Cutlip, Scott M., Allen H. Center dan Glen M. Broom, (2005), ‘Effective Public Relations’. Jakarta: Indeks.

- Daymon, Christine, Immy Holloway, (2007), 'Metode – Metode Riset Kualitatif' dalam Public Relations dan Marketing Communications (Cahaya Wiratama, Penj.). Yogyakarta : Bentang Pustaka.(Karya Asli diterbitkan 2002).
- Ishartono, (2011), 'Mengembangkan Social Enterprise Melalui Corporate Social Responsibility, Menuju Settlement Movement'. Social Entrepreneurship Social Enterprise Corporate Social Responsibility: Pemikiran, Konseptual dan Praktik. Bandung: Widya Padjajaran.
- Kawan, Prasetya, (2002), 'Logika dan Prosedur Penelitian'. Jakarta: STIAN – LAN Press.
- Kottler, Philip and Lee, Nancy, (2005), 'Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company and Your Cause'. New Jersey: John Willy & Sons, Inc.
- Kriyantono, Rachmat, (2010), 'Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis, Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran'. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J, (2007), 'Metode Penelitian Kualitatif'. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. Handari, (1994), 'Penelitian Terapan'. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules, (2005), 'Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan'. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Resnawaty, Risna, (2011), 'Corporate Social Responsibility Issue: Peran CSR Perusahaan Migas Terhadap Pengurangan Kemiskinan'. Social Entrepreneurship Social Enterprise Corporate Social Responsibility: Pemikiran, Konseptual dan Praktik. Bandung: Widya Padjajaran.
- Suhartono, Edi, (2010), 'CSR & Comdev Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi'. Bandung: Alfabeta.
- Jurnal:
Chotib, (2008), 'Model Pemberdayaan Lokal yang Berkelanjutan Melalui Program CSR', Warta Demografi, Vol.38 (No.02), 11-19.
- Website:
PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk, www.indocement.co.id, tanggal di akses Nov 9, 2012.

Menegakkan Jurnalisme Etis dalam Pemberitaan Kasus Terorisme

Salvatore Simarmata³

Abstract

Media coverage of terrorism has tendency of bias because both media and terrorists take advantages in the relationship. Media benefit much from the news value of the striking acts of terror that spark fear and anger at the same time. The terrorists win free publication of their actions in achieving their goals. Therefore the credibility of the news media should be built upon the ethical journalism practice to eliminate the bias. This article proposed a theoretical and practical foundation for implementing ethical journalism in covering terrorism. Journalists should comply with a new principle of objectivity in reporting terrorism. As the society needs accurate information about events around them, news media should be able to provide “first aid” package of information, so that members of the society can act rationally and be calm during the tense situation. Ethical journalism with a renewed standard of objectivity could keep the first aid of information constantly flowing to the society facing fear and danger of terrorism.

Key words: ethical journalism, media and terrorism,
objectivity, political terrorism

Interact, Vol. 2, No. 2, Nov 2013,
Hal. 36-46, Prodi Komunikasi,
Unika Atma Jaya Jakarta.

³ Penulis adalah Dosen Prodi Komunikasi, Unika Atma Jaya Jakarta, dan dapat dihubungi di:
salvatore.simarmata@atmajaya.ac.id

PENDAHULUAN

Terorisme merupakan kasus yang kontroversial. Lebih kontroversial lagi ketika media memberitakan kasus tersebut secara luas dan *live*, khususnya di Indonesia. Media pun sering dituding tidak memberitakan kasus terorisme secara objektif, penuh dengan kepentingan, dan dipandang merugikan masyarakat. Tulisan ini bertujuan untuk membahas bagaimana pemberitaan media atas kasus terorisme secara objektif dan etis dapat ditegakkan, jurnalisme etis.

KAJIAN TEORITIS

Jurnalisme Etis

Jurnalisme sebenarnya lebih menekankan bagaimana cara menemukan berita dalam realitas sosial. Sedangkan nilai etis dalam proses penemuan tersebut kurang disinggung secara langsung. Maka perlu dibahas kaidah-kaidah dasar bagaimana seharusnya peliputan jurnalisme yang etis dapat dilakukan, sehingga tidak hanya mencerminkan prinsip nilai berita semata, tetapi juga membawa manfaat bagi masyarakat secara luas. Pada saat yang sama penegakkan jurnalisme etis bukan semata-mata ditujukan pada adanya penerimaan publik atau menghindari kemarahan publik, tetapi juga agar dapat berkontribusi pada profesi jurnalistik itu sendiri.

Jurnalisme etis adalah jurnalisme yang lebih baik, dan karenanya jurnalisme etis akan meningkatkan kepercayaan pembaca dan mempertahankan kredibilitas media tersebut (Patterson & Wilkins, 2003). Etika (*ethics*) berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos*, yang artinya karakter, atau sesuatu yang dilakukan oleh orang baik agar memperoleh karakter yang baik. Secara umum, etika berkaitan dengan landasan filosofis dalam pengambilan keputusan, dalam membuat pilihan antara yang baik (*good*) dan buruk (*bad*) oleh seseorang. Etika dipahami sebagai sesuatu yang berkaitan dengan segala hal yang menyatukan masyarakat atau yang memberi stabilitas dan keamanan secara hakiki bagi kehidupan umat manusia (Black, Steele, & Barney, 1995: 5). Sementara Patterson & Wilkins (2003) menjelaskan bahwa *ethics* merupakan proses berpikir rasional yang didasarkan pada prinsip-prinsip yang disepakati bersama. Etika berbeda dengan moral. Etika diterapkan ketika muncul pertentangan pada elemen-elemen moral. Sehingga etika digunakan ketika seseorang dihadapkan pada situasi yang memaksa membuatnya harus membuat pilihan di antara dua hal yang bertentangan, atau dari dua

pilihan yang sama-sama penting (Patterson & Wilkins, 2003: 2). Beberapa organisasi jurnalis internasional telah mengembangkan elemen-elemen penting sebagai pedoman untuk bertindak etis dalam pekerjaan mereka. Salah satu organisasi jurnalis independen yang menggodok secara serius prinsip-prinsip jurnalisme etis adalah *Society of Professional Journalists* (SPJ). Dalam bagian pembukaan (*preamble*) *SPJ Code of Ethics*, disebutkan bahwa:

“Members of the Society of Professional Journalists believe that public enlightenment is the forerunner of justice and the foundation of democracy. The duty of the journalist is to further those ends by seeking truth and providing a fair and comprehensive account of events and issues. Conscientious journalists from all media and specialties strive to serve the public with thoroughness and honesty. Professional integrity is the cornerstone of a journalist's credibility. Members of the Society share a dedication to ethical behavior and adopt this code to declare the Society's principles and standards of practice.” (<http://spj.org/ethicscode.asp>; penekanan oleh penulis).

Pada salah satu pilar dari panduan jurnalisme etis SPJ yang diberi tajuk *“Seek Truth and Report It”*, tampak jelas bahwa kelompok ini percaya dan berkarya untuk menemukan kebenaran. Mereka memiliki empat pilar pokok dalam melaksanakan jurnalisme etis, yaitu *seek truth and report it, minimize harm, act independently, dan be accountable* (www.spj.org). Kode etik di SPJ telah direvisi sejak tahun 1926, 1973, 1984, 1987, dan terakhir 1996. Untuk mencapai tujuan mereka SPJ hingga saat ini telah mengembangkan enam butir penting sebagai kode etik jurnalisme, yaitu: *responsibility, freedom of the press, ethics, accuracy and objectivity, fair play, dan pledge*. Pada butir *accuracy and objectivity* SPJ meyakini bahwa *good faith with the public is the foundation of all worthy journalism*, dan untuk itu jurnalis perlu menegakkan nilai-nilai utama berikut (dikutip di Black, Steele, & Barney, 1995: 7):

1. *Truth is our ultimate goal.*
2. *Objectivity in reporting the news is another goal that serves as the mark of an experienced professional. It is a standard of performance toward which*

we strive. We honor those who achieve it.

3. *There is no excuse for inaccuracies or lack of thoroughness.*
4. *Newspaper headlines should be fully warranted by the contents of the articles they accompany. Photographs and telecasts should give an accurate picture of an event not highlight an incident out of context.*
5. *Sound practice makes clear distinction between news reports and expressions of opinion. News reports should be free of opinion or bias and represent all side of an issue.*
6. *Partisanship in editorial comment that knowingly departs from the truth violates the spirit of American Journalism.*
7. *Journalists recognize their responsibility for offering informed analysis, comment, and editorial opinion on public events and issues. They accept the obligation to present such material by individuals whose competence, experience, and judgement qualify them for it.*
8. *Special articles or presentations devoted to advocacy or the writers' own conclusions and interpretations should be labeled as such.*

Kebenaran (*truth*) merupakan tujuan utama SPJ dalam kinerja jurnalisisme mereka. Dengan prinsip objektivitas dan akurasi, jurnalis diharapkan menemukan, memberitakan secara akurat dan menyeluruh (*thoroughness*), menyediakan gambar yang akurat sesuai konteks peristiwa, kemudian judul berita mencerminkan isinya, berita bebas dari opini, setiap pihak atau sisi dari suatu peristiwa terakomodir, dan artikel berita yang merupakan analisis atau komentar harus diberi label khusus.

Objektivitas merupakan standar kualitas dari suatu berita, tetapi objektivitas harus disertai dengan prinsip-prinsip etis. McQuail (2000) mengatakan bahwa secara umum objektivitas adalah komponen normatif yang harus ditegakkan oleh media untuk menjaga independensinya. Dia bahkan mengatakan bahwa "*the media themselves find objectivity gives their own news product a higher and wider market value*" (McQuail, 2000: 173). Oleh sebab itu, untuk mencapai jurnalisisme etis, media harus memegang prinsip objektivitas. Objektivitas merupakan prinsip fundamental dalam dunia jurnalistik. Dengan prinsip ini, kerja

jurnalisisme mampu menghadirkan informasi yang mendekati kebenaran dari realitas yang diberitakan. Pers sebagai institusi sosial dinilai telah menjalankan peran normatifnya di tengah masyarakat jika pemberitaannya didasarkan pada kaidah universal ini.

Namun objektivitas merupakan konsep yang tidak jarang mengundang perdebatan, terkait dengan apakah objektivitas itu ada atau tidak. Lalu, bagaimana sebenarnya yang objektif itu, dan mungkinkah objektivitas dalam jurnalisisme dapat dicapai. Perdebatan ini sudah berlangsung sangat lama, dan selalu muncul dalam perbincangan ketika media dihadapkan pada kasus-kasus sensitif dan kontroversial seperti kasus terorisme. Merrill menjelaskan bahwa objektivitas dalam jurnalistik merupakan sesuatu yang tidak mungkin dapat dicapai (Dennis dan Merrill, 1984: 104). Alasannya karena reporter merupakan anggota masyarakat yang punya pengalaman sosial, di mana pengalaman tersebut tidak mungkin dapat dipisahkan dari cara mereka bekerja. Sebaliknya, Dennis menegaskan bahwa objektivitas sangat mungkin dicapai dalam jurnalisisme (Dennis dan Merrill, 1984: 111). Dennis menegaskan bahwa objektivitas itu hanyalah sebuah metode dan gaya untuk menyajikan informasi. Hal tersebut dapat terwujud jika para jurnalis mengadopsi metode-metode pengambilan keputusan sistematis, seperti menerapkan pengambilan keputusan rasional. Dan untuk mencapai tujuan itu beberapa bentuk jurnalisisme pun dikembangkan, seperti: jurnalisisme investigatif dan jurnalisisme presisi.

Dennis mengakui bahwa jurnalisisme lama (*traditional journalism*) jauh dari praktek jurnalisisme objektif, sehingga perlu diperbaharui. Sejalan dengan itu, Cunningham (2006) menyatakan bahwa prinsip objektivitas lama yang diterapkan oleh pers di Amerika Serikat justru mengakibatkan pers menjadi semakin berpihak. Kegigihan memegang teguh dua nilai utama objektivitas, yaitu *fairness* and *balance* mengakibatkan konsekuensi fatal bagi peran pers dalam menghadirkan informasi yang bernilai bagi pemahaman masyarakat tentang suatu peristiwa secara mendalam.

Konsekuensi tersebut setidaknya mencakup tiga hal: *pertama*, para jurnalis semakin tergantung pada kewajiban untuk sekadar mengutip pendapat dari kedua belah pihak, sementara mengabaikan substansi peristiwa yang sebenarnya; *Kedua*, para jurnalis menjadi penerima pasif berita semata tanpa berusaha untuk menganalisis dan menjelaskan suatu peristiwa; *Ketiga*, para jurnalis menjadi sangat

tergantung pada sumber resmi, khususnya pejabat (*official truth*). Konsekuensi terakhir ini yang kemudian disebut sebagai *indexing*. Model *indexing* seperti dijelaskan oleh Bennett (1990) menggambarkan bahwa para pekerja media dari atasan sampai bawahan dalam menulis berita maupun editorial tentang topik tertentu cenderung hanya mengikuti batasan pendapat dan sudut pandang terkait topik tersebut sebagaimana diperbincangkan oleh elit pemerintah.

Oleh sebab itu, Cunningham (2006) mengusulkan bahwa pers perlu memperbaharui prinsip objektivitas yang selama ini dijadikan pedoman kerja mereka. Perubahan tersebut bukan untuk menghapuskan objektivitas, melainkan untuk menyempurnakan sehingga berita yang disampaikan dapat memberi pemahaman mendalam dan bernilai bagi masyarakat. Beberapa perubahan mendasar yang perlu dilakukan adalah: *pertama*, melakukan analisis untuk mengisi kekosongan ketika para elit politik tidak bersedia memberikan penjelasan; *Kedua*, para jurnalis perlu diberi kebebasan dan didorong untuk mengembangkan keahlian dan menerapkannya sehingga mampu untuk menganalisis informasi yang saling bertentangan, mengidentifikasi dan menjelaskan latar belakang informasi tersebut, serta membuat keputusan tentang apa yang perlu diketahui oleh masyarakat agar mereka mampu memahami apa sesungguhnya yang terjadi, terkait dengan peristiwa yang diberitakan seperti terorisme, kasus korupsi, dan lain-lain.

Terorisme merupakan suatu peristiwa yang menarik untuk diberitakan. Pada saat yang sama, meliput terorisme membutuhkan kehati-hatian yang penuh. Konflik dan kekerasan merupakan elemen berita bernilai tinggi, dan pada peristiwa ini jurnalis rentan melakukan bias, di mana konflik dipandang menjadi berita paling menarik dibanding berita lainnya (Cunningham, 2006). Sementara itu, dalam situasi konflik masyarakat sangat mengandalkan peran media untuk mendapatkan informasi. Akibatnya sangat fatal jika informasi yang diterima oleh masyarakat bukanlah sebuah kebenaran atas suatu peristiwa. Karena pemahaman tentang objektivitas yang sempit (seperti *cover both side*), yang terjadi kemudian adalah klaim sepihak-sepihak dalam pemberitaan media, sehingga prinsip objektivitas jurnalis seperti itu perlu dikaji ulang agar bisa dilakukan penyempurnaan.

Media punya kepentingan untuk menarik pembaca sebanyak mungkin, dan pada saat seperti ini prinsip-prinsip etis jurnalis sering diabaikan. Sebagai contoh laporan langsung reporter TVone

bahwa tersangka kasus terorisme paling diburu Noordin M. Top telah meninggal, ternyata informasi itu sangat tidak benar. Ketika itu, Densus 88 melakukan penggerebekan di sebuah rumah di Desa Beji, Kecamatan Kedu, Temanggung, sejak Jumat sore (07/08/2009), hingga Sabtu, 8 Agustus 2009. Kurang dari satu minggu setelah peristiwa itu, Polri mengumumkan bahwa korban meninggal dalam penggerebekan tersebut bukanlah Noordin M. Top.

Terorisme merupakan fenomena politik dunia yang sangat sensitif dan kontroversial, khususnya pascaserangan teroris pada menara kembar WTC (*World Trade Center*) di AS tahun 2001. Indonesia pun merupakan salah satu negara yang menjadi sasaran teroris. Dampaknya tidak hanya bersifat sosial-ekonomi, tetapi juga politis: dibentuk pasukan khusus antiteror Densus 88, dibuat UU Terorisme, bahkan Universitas Indonesia membuka bidang studi Terorisme dan Pertahanan Internasional untuk tingkat pascasarjana.

Peristiwa teror memicu masyarakat untuk mencari informasi tentang kasus tersebut secara cepat. Sementara itu, pers memiliki tanggung jawab moral untuk memberitakan suatu peristiwa agar masyarakat mendapatkan informasi yang substantif, sehingga mereka dapat memahami peristiwa yang terjadi dengan benar, kemudian mengambil sikap secara tepat. Sebaliknya, pemberitaan yang kurang tepat dapat berakibat buruk bagi masyarakat. Dengan kata lain jurnalis yang tidak profesional atau melanggar kode etik dapat membawa dampak buruk berlipat-ganda dari terorisme itu sendiri bagi masyarakat.

Maka untuk menegakkan prinsip etis dalam dunia jurnalis, perlu disusun sebuah kerangka standar pemberitaan yang lebih sesuai dengan media dan masyarakat Indonesia. Ketika media ditempatkan sebagai bagian dari demokrasi, maka pertama-tama media harus bisa menunjukkan kualitas-kualitas demokratis dalam kinerja pemberitaannya. Objektivitas pemberitaan merupakan patokan dasar yang selama ini dijadikan landasan untuk evaluasi tersebut.

Berita dan Objektivitas

Dalam praktek jurnalis sebagai *a way of understanding the world*, prinsip empirisme menjadi sangat penting. Observasi yang didasarkan pada fakta empiris tidak hanya menjadi dasar legitimate atas kerja jurnalis, melainkan esensi dari kebenaran itu sendiri terletak pada bagaimana jurnalis dapat mengenali fenomena realitas secara tepat.

Namun harus diakui, bahwa berita yang didasarkan pada hasil observasi saja bisa kurang bermanfaat pada masyarakat. Dengan kata lain, peran rasio juga diperlukan untuk “mengerjakan” sesuatu yang empiris tadi. Mendekati realitas empiris dengan rasio yang kritis ini disebut dengan pemikiran *realist*. Realisme melihat realitas secara dialektis sebagai hasil pertemuan antara apa yang faktual dengan hasil olah pikiran si subjek.

Nilai yang ingin diperjuangkan lewat kekuatan filosofis ini adalah kebenaran. Kebenaran dapat dibedakan kedalam kebenaran faktual dan kebenaran nalar, dan kebenaran ontologis dan kebenaran logis. Selanjutnya dalam konteks kebenaran logis-proporsional, suatu pernyataan dikatakan benar jika memenuhi tiga syarat, yaitu: (1) kita tahu arti pernyataan itu, (2) kita tahu bagaimana menguji kebenarannya, dan (3) kita mempunyai cukup bukti yang memadai untuk mempercayai dan menerimanya (Sudarminta, 2002). Kebenaran menunjukkan fakta objektif.

Objektivitas mungkin tidak pernah dapat dicapai secara utuh. Tetapi, menyajikan informasi seobjektif mungkin bisa dicapai. Cunningham (2006/07) menegaskan bahwa objektivitas yang dipahami dalam jurnalisme awal telah membuat para wartawan sebagai penerima pasif atas berita, bukan lagi pengkaji dan penyaji yang kritis atas berita. Dengan demikian konsep objektivitas perlu diperbaharui.

Jurnalisme objektif adalah jurnalisme yang menyajikan berita sesuai dengan fakta. Menurut Michael Bugeja, “*objectivity is seeing the world as it is, not how you wish it were*” (Cunningham, 2006/07: 62). Sementara secara lebih detail, David L. Eason menjelaskan bahwa “*objectivity means customary linguistics usage, structuring information in a rigid pattern sometimes referred to as the inverted pyramid, supplying brief clear answers to the question Who?, What?, Where?, When?, and Why?, using quotations as evidence, and presenting conflicting points of views*” (Applegate, 1996: xv). Dari kedua penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa objektivitas memiliki dua sisi: *pertama* berkaitan dengan cara mendekati realitas sendiri, *kedua* berkaitan dengan cara penyampaian realitas tersebut dalam bentuk berita. Objektivitas baru yang dimaksud dalam kesempatan ini adalah bentuk penyajian berita atas peristiwa dan isu tertentu melalui sebuah pengkajian, dipaparkan secara kritis, serta dikaitkan dengan konteks sosial-politik peristiwa tersebut maupun dengan masyarakat di mana media tersebut berada dengan tetap

berdasarkan pada fakta.

Dalam konteks jurnalisme, telah banyak konsep yang dikembangkan untuk menggambarkan berbagai tipe jurnalisme yang dianggap lebih baik dari tipe jurnalisme tradisional. Tipe jurnalisme dalam mengembangkan konsep objektivitas terdiri atas: *the new journalism, advocacy journalism, investigative reporting, service journalism, precision journalism* (Dennis dan Merrill, 1984), dan *public journalism* (Glasser, 1999). Pada kesempatan ini hanya jurnalisme presisi yang dibahas, karena lebih relevan dengan prinsip objektivitas dan masih sejalan dengan jurnalisme investigatif.

Jurnalisme presisi adalah bentuk jurnalisme yang menggunakan metode-metode ilmu sosial, termasuk survei sebagai alat peliputan untuk menentukan apa sesungguhnya yang terjadi dalam masyarakat (Dennis dan Merrill, 1984: 113). Para wartawan *Times Herald* menggunakan jurnalisme presisi bersamaan dengan jurnalisme investigatif konvensional sebagai teknik dalam mengungkap fakta-fakta. Jurnalisme presisi adalah *a method of inquiry—a way of learning about the world* (Demers & Nichols, 1987: 9). Perbedaan antara jurnalisme presisi dengan jurnalisme konvensional adalah penggunaan metode penelitian sosial kuantitatif untuk mengumpulkan berita. Kuantitatif maksudnya bahwa peristiwa, karakteristik, perilaku, atau sikap diterjemahkan kedalam angka-angka untuk kemudian dianalisis. Untuk itu, metode yang paling lazim digunakan adalah survei, analisis isi, bahkan eksperimen (Demers & Nichols, 1987).

Sesuai dengan namanya, jurnalisme presisi lebih menekankan reabilitas dan validitas berita yang diangkat. Cara untuk mencapainya adalah lewat penelitian sosial. Kekuatan jurnalisme presisi ini terletak pada sistematika pengambilan keputusan apa yang ditetapkan sebagai berita, atau dalam istilah Dennis & Merrill, pengambilan keputusan yang rasional.⁴ Dengan tahapan tersebut diyakini berita yang disampaikan bersifat objektif.

⁴ Namun harus disadari bahwa metode jurnalisme ini kurang aplikatif untuk meliput peristiwa-peristiwa yang sifatnya tiba-tiba seperti kecelakaan, bencana, bahkan aksi terorisme yang terjadi pertama kalinya. Walaupun demikian tetap bisa dilakukan tetapi dalam jarak waktu yang jauh antara terjadinya peristiwa dengan munculnya berita tersebut, pemberitaan *follow-up news*, atau *investigative reports*. Maka, tipe jurnalisme ini lebih tepat untuk liputan yang mendalam atau liputan serial.

Terorisme Politik

Terorisme merupakan fenomena yang sulit untuk didefinisikan secara universal, sehingga dapat berlaku untuk semua konteks sosial-politik (Martin, 2003; Wardlaw, 1982; Nacos, 2002). Walaupun demikian, fenomena ini sudah terjadi bahkan sebelum ada konstruksi konseptual yang representatif untuk menjelaskannya. Salah satu cara untuk mempertegas konsep terorisme adalah menelusuri akar historisnya, untuk kemudian mencari suatu pengertian yang lebih tepat sehingga relevan dengan konteks kekinian.

Martin (2003) menjelaskan bahwa fenomena terorisme bisa dilacak sejak zaman kejayaan Romawi, kemudian ke abad pertengahan di Timur Tengah, hingga ke masa Revolusi Industri di Prancis, dan yang akhirnya pada abad modern tahun 1900-an hingga sekarang. Peristiwa terorisme pada masa Romawi diwarnai oleh *state terrorism*. Salah satu contohnya adalah kekerasan brutal yang dialami oleh pengikut Sparta setelah perang Servile tahun 73-71 BC. Penjajahan pada masa itu tidak lepas dari penggunaan terror. Walaupun demikian, baru pada tahun 1793 kata *terrorism* ditemukan, oleh filsuf asal Inggris Edmund Burke. Burke menggunakan kata *terrorism* untuk menjelaskan *The Reign of Terror* pada masa itu, sebuah kekuatan terorisme yang dipimpin oleh pemerintahan yang didominasi oleh pengikut radikal Jacobian. Kelompok ini merupakan contoh *state terrorism* yang dilakukan untuk memperjuangkan tujuan ideologi revolusioner.

Sejalan dengan itu, Nacos (2002) mengklasifikasi momen *The Reign of Terror* tersebut sebagai tahap pertama perkembangan terorisme. Pada abad ke-18 ini terorisme dipahami sebagai tindakan kekerasan dari atas, karena dilakukan oleh negara. Terorisme pada masa itu dipandang sebagai alat pembunuh massal (*mass guillotining*) terhadap musuh negara. Kemudian pada abad ke-19 pemahaman tentang terorisme lebih luas, mencakup kekerasan yang datang dari bawah seperti tindakan pembunuhan yang ditujukan kepada para petinggi politik oleh kaum anarkis. Serta pada abad ke-20, terorisme kemudian lebih dipahami sebagai kekerasan politik yang dilakukan oleh aktor di luar negara, seperti individu atau kelompok otonom, atau yang disponsori oleh negara.

Selanjutnya, beberapa tokoh mencoba menawarkan pendefinisian tentang terorisme. Thornton menyatakan terorisme adalah penggunaan terror sebagai sebuah tindakan simbolik yang dirancang untuk mempengaruhi perilaku politik dengan cara-cara di luar batas kewajaran, melibatkan

penggunaan kekerasan atau ancaman kekerasan (Wardlaw, 1982: 9). Definisi Thornton ini tidak secara eksplisit menunjuk siapa pelaku terorisme yang dimaksud dan ditujukan untuk siapa, sehingga kita kurang dapat membuat kategorisasi yang lebih eksklusif. Namun penekanan Thornton adalah bahwa terorisme merupakan tindakan simbolik dengan menggunakan cara yang *extranormal*. Dengan kata lain, tindakan kekerasan yang simbolik itu sendiri bukan merupakan tujuan akhir, melainkan hanyalah alat.

Pengertian lain ditawarkan oleh Gurr (1979), yang melihat bagaimana terorisme dimaknai sebagai *political terrorism*. Ada tiga hal yang perlu diperhatikan untuk menjelaskan konsep tersebut. *Pertama*, tindakan terorisme menggunakan kekerasan destruktif secara diam-diam ketimbang secara terbuka. Cara-cara yang digunakan mencakup peledakan bom, penculikan, pembajakan, senjata biologi, bahkan bila dapat, bom atom. *Kedua*, target utamanya bersifat politis. Target politis ini mencakup gedung-gedung publik, figur atau kelompok politik, dan militer atau kepolisian. *Ketiga*, pelakunya bisa dilakukan oleh kelompok tertentu secara sporadis dan rahasia. Gurr lebih detail dalam melihat terorisme sebagai agenda politik. Dia juga menjelaskan secara khusus siapa yang menjadi pelaku dan siapa atau apa target sasaran terorisme tersebut. Sehingga definisi Gurr lebih memadai untuk memahami kasus terorisme secara khusus, yaitu terorisme politik.

Terorisme politik dapat dikategorisasi kedalam tiga tipe, yaitu: terorisme revolusioner, terorisme sub-revolusioner, dan terorisme represif (Wilkinson (1974). Terorisme revolusioner adalah tipe terorisme yang menggunakan taktik sistematis dengan teror kekerasan dengan maksud mengakibatkan perubahan politik yang mendasar. Terorisme sub-revolusioner didefinisikan sebagai teror yang digunakan untuk motif-motif politik di luar agenda revolusi atau represi pemerintahan. Bedanya dengan terorisme revolusioner adalah terorisme sub-revolusioner tidak bertujuan untuk melakukan perubahan total, melainkan untuk menekan pemerintah agar mengubah suatu kebijakan terkait dengan isu tertentu, atau sebagai peringatan agar pemerintah menghukum para elit politik yang melanggar hukum, bahkan sebagai balasan atas tindakan pemerintah yang berusaha mengekang tindakan para teroris tersebut. Dan kategori *ketiga* adalah terorisme represif. Tipe terorisme ini dipahami sebagai penggunaan tindakan kekerasan teroristik secara sistematis untuk menekan,

menurunkan, atau mengekang kelompok-kelompok tertentu, individu, atau bentuk perilaku yang dianggap tidak sesuai dengan kehendak pelaku penekan tersebut.

Sementara itu, Wardlaw (1982: 16) menyebutkan dengan jelas individu atau kelompok sebagai pelaku terorisme itu sendiri dengan tujuan yang beragam. Dia mengatakan bahwa tindakan terorisme tersebut dirancang untuk menciptakan efek ketakutan luar biasa bagi target yang lebih luas, di luar korban itu sendiri. Terorisme memiliki kepentingan untuk menciptakan ketakutan yang lebih besar di luar korban langsung. Ketakutan yang diharapkan tersebut adalah ketakutan yang dialami oleh orang-orang yang menyaksikan peristiwa tersebut (Nacos, 2002). Dalam konteks inilah para pelaku teroris melihat media sebagai alat politik mereka.

Penetrasi teroris dalam memanfaatkan kekuatan media massa melahirkan *mass-mediated terrorism*. Terorisme termediasi lewat media massa merupakan sebuah bentuk kekerasan politik terhadap masyarakat sipil atau orang yang tak bersalah yang dilakukan dengan maksud untuk menyebarluaskan tindakan itu sendiri, memperoleh publikasi, serta menarik perhatian pemerintah dan publik secara luas (Nacos, 2002: 17). Sehingga tidak aneh bahwa salah satu tujuan dari terorisme kalau bukan merupakan yang utama adalah *the advertising of the cause*. Dengan aksi tersebut mereka para teroris tidak bermaksud merusak, tetapi agar didengar oleh rezim penguasa maupun oleh pendukung mereka (Sothl, 1979).

Aksi terorisme menjadi sarana saja untuk memicu kekacauan dan ketakutan dengan melibatkan media massa. Para kelompok teroris membutuhkan alat propaganda dengan mana pesan mereka dapat ditangkap oleh pihak-pihak yang dimaksud. Strategi utama yang dilakukan oleh kelompok teroris adalah meledakkan bom di tempat-tempat yang ramai dikunjungi, dan gedung atau lokasi sebagai bentuk simbol tertentu. Contoh kasus yang paling besar adalah aksi terorisme yang menabrakan pesawat komersil Amerika Serikat ke menara kembar World Trade Center (WTC), di New York. Gedung pencakar langit tersebut, bukan saja terlihat megah, tetapi lebih dari itu gedung tersebut merupakan simbol kejayaan ekonomi Amerika Serikat, dan jaringan ekonomi dunia.

Pengertian tentang terorisme politik yang diusulkan oleh Nacos sangat tepat untuk menggambarkan fenomena terorisme yang menguncang dunia di awal abad ke-21. Sasaran-

sasaran pelaku terorisme yang terjadi di dunia sejak tragedi 9/11 menunjukkan pola yang mirip sebagai terorisme politik. Pelakunya merupakan kelompok terorganisir, sasarannya selalu merupakan simbol-simbol penting atau lokasi keramaian di mana kemungkinan jatuhnya korban akan tinggi serta kengerian yang tak terperi, lokasinya juga lebih bersifat terbuka di mana media dapat dengan mudah mengakses peristiwa tersebut. Tren yang serupa juga terjadi di Indonesia. Mulai dari kasus bom Bali hingga peledakan bom di Hotel Marriott Jakarta. Peristiwa tersebut mencerminkan adanya agenda politik tertentu di balik aksi para pelaku terorisme dengan dipilihnya lokasi-lokasi itu.

Terorisme yang pada awalnya terjadi dalam lingkup negara tertentu, saat ini telah menjadi masalah internasional. Dalam artian, terorisme tidak hanya terjadi di berbagai belahan dunia, melainkan sering kali tindakan terorisme yang terjadi di satu negara memiliki target yang sesungguhnya di negara lain. Tindakan terorisme seperti ini khususnya dilakukan oleh jaringan terorisme internasional.

Fenomena terorisme sebagai bagian dari masalah internasional juga tidak lepas dari kehadiran media, khususnya televisi dan internet yang bisa menyebarluaskan suatu peristiwa dalam hitungan menit. Televisi khususnya dapat menghadirkan suatu peristiwa terorisme secara langsung (*live*) dalam bentuk gambar, suara, dan teks. Kekuatan media dalam menyebarluaskan informasi ke seluruh penjuru dunia ini, di satu sisi memiliki dampak yang positif, di sisi lain berdampak negatif. Dampak negatifnya adalah bahwa media dapat menjadi alat efektif para kaum teroris untuk mencapai tujuan politik mereka. Atau setidaknya menciptakan ketakutan yang amat sangat dan tidak merasa aman, hingga membuat mereka mengambil keputusan bahwa pemerintah tidak mampu melindungi mereka dari ancaman terorisme. Aksi terorisme yang terjadi di satu wilayah tertentu berdampak pada masyarakat dunia.

Keahlian para teroris dan jaringannya yang telah mendunia, membuat negara-negara di dunia melakukan kerja sama dalam berbagai bidang. Sebagian besar kerja sama tersebut dimotori oleh Amerika Serikat. Indonesia merupakan bagian dari negara yang ikut mendukung penuntasan pelaku terorisme di dunia. Bantuan dalam berbagai bentuk datang dari Amerika Serikat untuk membantu Indonesia memerangi terorisme. Salah satu yang paling mencolok adalah pembentukan pasukan khusus antiteror Densus 88, yang didanai dan mendapat dukungan peralatan dan pelatihan dari

Amerika Serikat. Di Indonesia sendiri, terorisme terjadi pertama kali tahun 1981 dengan kasus pembajakan maskapai Garuda Indonesia, hingga tahun 2009 dengan kasus peledakan bom di Hotel JW Marriott dan Ritz-Carlton.

Media dan Terorisme

Para pelaku terorisme mengeksploitasi peran media dengan penuh perhitungan, lepas dari besar-kecilnya aksi kekerasan yang mereka lakukan. Secara historis para pelaku teroris selalu berupaya untuk mencari publisitas, bahkan dewasa ini jauh lebih mudah bagi mereka untuk mengakses publisitas secara global dengan munculnya media-media internasional. Jaringan media global tersebut menjadi semacam “jalur berkecepatan tinggi” untuk menyebarluaskan aksi kekerasan mereka, atau yang sering disebut sebagai: “*propaganda of the deed*” (Nacos, 2002: 3). Di sisi lain, media selalu tertarik untuk memberitakan peristiwa yang menegangkan, berbau kekerasan, menghibur, dan spektakuler, karena bernilai berita tinggi.

Sulit untuk menyangkal bahwa ada hubungan simbiotik antara media dan para pelaku aksi teror yang spektakuler (Wardlaw, 1982: 76). Persaingan antarmedia memaksa media untuk makin meningkatkan kecenderungan mereka meliput peristiwa-peristiwa yang menggugah emosi ketimbang yang sekedar menyampaikan informasi. Bahayanya, pelaku teror seolah menyadari akan “kelemahan” media ini. Jadi, sebenarnya ada sebuah dilema bagi media ketika meliput kasus terorisme. Dilema yang dimaksud adalah sejauhmana aspek-aspek dari aksi terorisme layak untuk diberitakan kepada masyarakat. Jangan-jangan jika diberitakan malah membawa dampak yang negatif, tetapi sebaliknya jika tidak diberitakan masyarakat akan mengalami rasa frustrasi karena kurangnya informasi.

Wardlaw (1982: 78) menyatakan setidaknya ada dua kritik yang ditujukan bagi media di negara-negara yang telah sering mengalami terorisme. *Pertama*, pemberitaan tentang kekerasan teroris sangat berlebihan, sensasional, dan sering tidak berimbang, sehingga faktor ini berdampak buruk. *Kedua*, beberapa tindakan peliputan berita oleh media menghambat proses kerja pihak keamanan untuk menangani kasus aksi teror. Bahkan tidak jarang peliputan media malah menyebabkan bocornya informasi tentang pergerakan aparat yang akan menangani kasus teror. Secara khusus fenomena ini lebih sering terjadi pada media televisi.

Secara umum, liputan media tentang terorisme memiliki sejumlah dampak seperti diuraikan berikut ini (Wardlaw, 1982: 77):

1. Liputan tersebut dapat menjadi sarana untuk berekspresi para ekstrimis yang akhirnya memicu kekerasan dan merendahkan otoritas negara.
2. Laporan atas kejadian terorisme spektakuler dapat membawa dampak lanjutan di mana kelompok yang melihatnya meniru tindakan yang sama
3. Liputan tentang kejadian teror yang sedang berlangsung dapat menghalangi kinerja kepolisian, serta membahayakan nyawa sandera (jika ada)
4. Liputan tentang kejadian teror yang sedang berlangsung menjadi tekanan yang kurang baik bagi otoritas pemerintah yang membatasi mereka untuk mengambil keputusan
5. Cukup banyak kasus di mana laporan tentang kasus terorisme justru menegaskan kekuatan dari teroris itu sendiri
6. Laporan detail yang berlebihan dari kelompok teroris maupun operasi pemberantasan teroris menyediakan informasi taktik dan strategi yang menyebabkan upaya penyelesaian kasus teroris makin sulit ke depannya.
7. Sifat kompetitif dari pengumpulan berita memunculkan penonjolan pada sisi sensasional dan kekerasan dari peristiwa terorisme itu sendiri.
8. Liputan instan atas peristiwa terorisme terkadang membuat reporter menjadi seperti partisipan di dalam peristiwa terorisme sehingga makin sulit bagi mereka untuk melaporkan secara objektif

Kedelapan dampak tersebut merugikan masyarakat dan juga pihak keamanan, walaupun secara ekonomi-politik bisa jadi menguntungkan bagi media. Dalam situasi seperti inilah terjadi tarik-menarik kepentingan yang tidak mudah bagi para pekerja media untuk mengambil keputusan. Sehingga para jurnalis membutuhkan suatu panduan peliputan khusus terorisme. *Department of Justice* di Amerika Serikat, dalam *The Report of the Task*

Force on Disorders and Terrorism, merekomendasikan bagaimana media perlu mawas diri dalam meliput kasus terorisme dengan berprinsip pada: *minimum intrusiveness and complete, noninflammatory coverage* (Wardlaw, 1982). Secara spesifik, beberapa panduan yang didasarkan pada nilai-nilai di atas adalah:

1. *The use of a 'pool' of reporters to cover the situation on behalf of all news organizations.*
2. *Self-imposed restrictions on lighting, use of cameras and other special newsgathering technologies.*
3. *Limitations on direct interviews with hostage-takers during an incident.*
4. *Avoidance of enquiries to reveal tactical information that would be detrimental to police operations if disclosed.*
5. *Delaying the reporting of details which may inflame the situation.*
6. *Avoidance, where possible, of reporting that emphasizes the sensational aspect of the incident.*
7. *Reliance upon official police spokespersons.*
8. *Balancing of coverage of self-serving terrorist propaganda with contrasting information from official sources. [...] There should be increased provision of public access to the media so that alternative views can be put.*

Langkah-langkah praktis di atas mungkin sulit dilakukan secara utuh. Seperti poin pertama, karena ketatnya kompetisi antarmedia, sulit bagi mereka untuk mau sepakat dalam memilih siapa yang diberi kesempatan meliput, bahkan persoalan lainnya adalah siapa yang menentukan pemilihan tersebut. Beberapa nomor lainnya, seperti poin kedua dan ketiga hanya tepat untuk media televisi dan radio. Penekanan yang dapat berlaku bagi semua jenis media adalah menghindari pelaporan yang sensasional, tidak melaporkan secara detail jika hal itu dapat memicu masalah, dan memadukan pendapat yang bertentangan.

Pemberitaan Kasus Terorisme

Aksi terorisme politik merupakan tindakan kekerasan. Korbannya tidak pandang bulu, sehingga membuat orang yang mendengar beritanya saja sudah merasa takut. Media tentu tidak lepas dari

kepentingan tertentu seberapa kecil pun kecenderungan itu, dalam meliput peristiwa-peristiwa menegangkan dan menarik perhatian masyarakat luas seperti terorisme. Kesalahan dalam menerapkan prinsip jurnalisisme untuk meliput peristiwa terorisme bisa berdampak sangat fatal. Keseriusan ini lebih bermasalah lagi ketika aksi teror terlanjur dikaitkan dengan isu agama. Media yang tidak punya keahlian dan data yang valid ketika meliput kasus terorisme dapat menciptakan bias yang merugikan masyarakat. Di sinilah pentingnya menegakkan jurnalisisme etis.

Dalam meliput tindakan kekerasan, media memiliki kecenderungan untuk menekankan aspek-aspek pelaku dan korban, sebab, dampak pada level individu, institusional, dan struktural, serta yang lainnya (Shah & Thornton, 2004). Sementara itu, dalam konteks konflik yang melibatkan terorisme ada dua kecenderungan pola pemberitaan yang dilakukan oleh media, yaitu: "*victims mode reporting*" dan "*defensive mode reporting*" (Wolfsfeld, Frosh & Awabdy, 2008).

Model pemberitaan korban (*victims mode reporting*) biasanya diterapkan pada situasi-situasi di mana peristiwa tersebut lebih fokus pada pihak korban terlebih dari kalangan sipil. Sementara, model pemberitaan defensif (*defensive mode reporting*) diterapkan pada situasi di mana pemimpin yang dipandang bertanggung jawab dituntut untuk mempertanggung jawabkan perbuatannya dalam kaitannya dengan korban di kalangan sipil. Pada "model pemberitaan korban", media cenderung untuk meningkatkan aspek emosional dari peristiwa, kemudian akan muncul penekanan aspek-aspek etnosentrisme dari media tersebut atau di mana media itu berada. Peningkatan aspek emosional dalam pemberitaan kasus terorisme tentu sangat berdampak buruk bagi masyarakat. Selain dapat mengaburkan peristiwa yang sebenarnya, hal tersebut juga bisa memicu kekecewaan, atau ketakutan di masyarakat. Padahal peran media dalam situasi seperti itu diharapkan dapat menjadi pemberi informasi agar masyarakat merasa tenang.

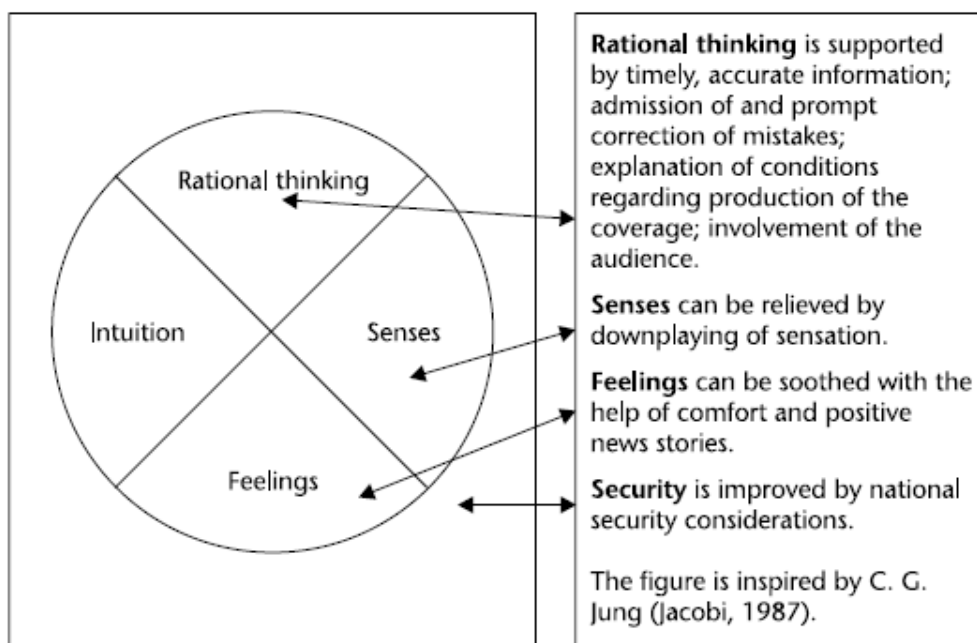
Identitas agama juga sangat sensitif dalam aksi terorisme. Pada konteks ini perlu ditelisik, dalam posisi apa identitas agama tersebut dihubungkan dengan kasus terorisme. Kemudian apakah ada dasar-dasar empiris yang membuat hubungan tersebut bisa diterima sebagai kebenaran. Dan seberapa relevan dan signifikan menghubungkan identitas agama dengan kasus terorisme dalam memberikan informasi yang

memadai bagi masyarakat tentang kasus terorisme tersebut.

Dalam peristiwa teror, media diharapkan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membuat masyarakat merasa tenang, menciptakan keeratan sosial dalam menghadapi suatu masalah sosial. Untuk mencapai tujuan tersebut masyarakat memerlukan “*first aid*” dari media (Mogensen, 2008). Tujuan dari “bantuan awal” ini adalah menegakkan pemikiran rasional, menenangkan perasaan dan emosi, serta menumbuhkan rasa aman.

Bantuan awal dalam bentuk informasi ini sangat relevan dengan fungsi media berita dalam masyarakat. Dalam keadaan emergensi seperti kasus konflik dan terorisme, masyarakat perlu diarahkan untuk dapat bersikap tenang dan optimis, sehingga tidak mengakibatkan kekacauan atau kepanikan massal. Situasi ini dapat dicapai lewat pemberitaan yang cepat dan secara akurat disertai penjelasan tentang peristiwa terkait. Bantuan awal ini memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

Gambaran Bantuan Awal bagi Pendengar dalam Situasi Emergensi (Lingkaran mewakili satu pembaca/pendengar berita)



(Dikutip dari: Mogensen, 2008: 32)

Prinsip jurnalisme objektif dan etis menjadi krusial untuk memenuhi *first aid* tersebut di atas. Untuk menciptakan pemikiran yang rasional pada saat kasus terorisme terjadi, media perlu menyediakan informasi yang tepat waktu, akurat, teliti, ada penjelasan terkait bagaimana informasi tersebut diproduksi, dan melibatkan audiens dalam konteks media televisi. Kemudian media seharusnya menghilangkan sensasionalisasi dalam pemberitaannya, sebaliknya dapat lebih fokus pada berita yang positif yang berdasarkan pada etika jurnalisme profesional. Sehingga pada akhirnya masyarakat merasa aman.

PENUTUP

Menegakkan jurnalisme etis dalam meliput kasus terorisme perlu memperhatikan setidaknya dua prinsip dasar: *pertama*, ketaatan pada prinsip objektivitas, yang menuntut berita harus akurat, dilaporkan secara penuh, menghindari sensasionalisasi, dan mempertahankan aspek keseimbangan. Namun prinsip ini saja belum cukup. Prinsip tersebut harus disertai dengan pengkajian secara kritis, serta dikaitkan dengan konteks sosial-politik peristiwa tersebut. Kualitas inilah yang disebut sebagai objektivitas yang diperbaharui. *Kedua*, jurnalis harus fokus pada kebenaran (*truth*), baik dalam hal itu fakta empiris maupun, fakta

psikologis, dengan memegang tiga prinsip: (1) fakta tersebut bisa dipahami, (2) fakta tersebut bisa diuji kebenarannya, dan (3) jurnalis punya cukup bukti untuk mempercayai dan menerima fakta tersebut.

Ketika mengedepankan jurnalisme presisi dalam menyajikan data, jurnalis harus menyampaikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan dengan kedua prinsip tersebut. Jurnalis perlu berusaha untuk memposisikan kebenaran peliputannya sebagai bagian dari wujud upaya menegakkan keadilan dan fondasi demokrasi dalam kehidupan masyarakat. Sehingga masyarakat juga dapat menjadikan media sebagai agen yang menyediakan bantuan awal (*first aid*) bagi mereka dalam situasi darurat, yang pada realitasnya bukan hanya pada kasus terorisme, tetapi juga bencana alam, dan konflik sosial yang tetap menjadi ancaman bagi negeri ini.

REFERENSI

- Applegate, Edd. 1996. *Literally Journalism: A Biographical Dictionary of Writers and Editors*. USA: Greenwood Press.
- Black, J., Steele B., & Barney R. 1995. *Doing Ethics in Journalism. A Handbook with Case Studies*, second edition. Massachusetts: Allyn & Bacon.
- Bennett, W. Lance. 1990. Towards a Theory of Press-State Relations. *Journal of Communication*, 40(2), 103-125.
- Bond, Fraser F. 1961. *An Introduction to Journalism: A Survey of the Fourth Estate in All Its Forms*. Second edition. USA: McMillan Company.
- Cunningham, Brent. 2006. "Rethinking Objectivity." Dalam *Mass Media*, Thirteenth edition. Annual Edition, Contemporary Learning Series. Dubuque, IA: McGraw-Hill., hal. 61-68.
- Demers, David P. & Nichols, S. 1987. *Precision Journalism: A Practical Guide*. USA: Sage Publication.
- Dennis, Everette E. & Merrill, John C. 1984. *Basic Issues in Mass Communication: A Debate*. USA: McMillan Publishing Company.
- Gurr, Ted Robert. 1979. "Some Characteristics of Political Terrorism in the 1960s." Dalam *The Politics of Terrorism*, Stohl, Michael (ed), New York: Marcel Dekker, Inc., hal. 23-49.
- Martin, Gus. 2003. *Understanding Terrorism: Challenges, Perspectives, and Issues*. California: Sage Publication.
- McQuail, D. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. Fourth edition. Great Britain: Sage Publication.
- Mogensen, Kirsten. 2008. "Television Journalism during Terror Attacks". *Media, War & Conflict*, Vol. 1(1): 31-49. Diakses dari: <http://mwc.sagepub.com/cgi/reprint/1/1/31>
- Nacos, Brigitte L. 2002. *Mass-Mediated Terrorism, the Central Role of the Media in Terrorism and Counterterrorism*. USA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Siahaan, Hotman, dkk. 2001. *Pers yang Gamang: Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur*. Yogyakarta: LSPP & ISAI.
- Stohl, Michael. 1979. "Myths and Realities of Political Terrorism." Dalam *The Politics of Terrorism*, Stohl, Michael (ed), New York: Marcel Dekker, Inc., hal. 1-19.
- Sudarminta, J. 2002. *Epistemologi Dasar, Pengantar Filsafat Pengetahuan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Wardlaw, Grant. 1982. *Political Terrorism: Theory, Tactics, and Counter-Measures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wilkinson, P. 1974. *Political Terrorism*. London: McMillan.
- Wolfsfeld, G., Frosh, P., & Awabdy, M. 2008. "Covering Death in Conflicts: Coverage of the Second Intifada on Israeli and Palestinian". *Journal of Peace Research* Vol. 45 no 3, pp. 401-417.

Bijak Berkomunikasi di Situs Jejaring Sosial: Tinjauan Etika dan Kebijakan Komunikasi

Agusly Irawan Aritonang ⁵

Abstract

Social media is a phenomenon in communication which is being most-discussed nowadays because social media phenomenon brings many great changes and implications both in terms of how we communicate and the values related to communication, for example from the perspective of ethics. Benny Handoko's case shows how we need to use social media wisely so we are no longer entangled with a legal case. With the presence of UU ITE– Information and Electronic Transaction Regulation, as a communication policy is expected to answer the need to facilitate the process of interactive media system, especially in the process of transactions using electronic data. However UU ITE itself gains criticism because of the overlap of the article of defamation characterin KUHP which eventually makes the guilty person gets more punishment; six years in jail or a fine of one billion Rupiah. This paper discusses the case of Benny Handoko's twitter from an ethics perspective in communication and communication policy.

Keyword: communication ethics, communication policy, social network sites, social media, twitter,

Interact, Vol. 2, No. 2, Nov 2013,
Hal. 47-56, Prodi Komunikasi,
Unika Atma Jaya Jakarta.

⁵ Penulis adalah dosen pada Fakultas Ilmu Komunikasi UK Petra Surabaya yang dapat dihubungi di agusly_irawan@yahoo.com

“Benny Handoko, Pemilik Akun “@benhan” Ditahan”. Demikian judul berita di Kompas.com, Kamis 5 September 2013. Benny Handoko pemilik akun twitter @benhan ditahan pihak kejaksaan atas kasus pencemaran nama baik Muhammad Misbakhun, mantan politisi dari PKS (Partai Keadilan Sejahtera) melalui akun twitternya. Kejadian ini bermula dari tweet Benny yang menyebut Misbakhun sebagai “perampok Bank Century”. Misbakhun sendiri melaporkan Benny Handoko pada 10 Desember 2012 setelah upaya mediasi gagal dilakukan. Pasal yang digunakan adalah pasal 27 dari Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ancaman hukuman dari UU ini sendiri tidak main-main karena pelaku dapat diancam dengan hukuman enam tahun penjara.

Peristiwa semacam ini kembali berulang setelah sebelumnya dialami oleh Prita Mulyasari, seorang ibu yang harus sempat mendekam di sel tahanan karena surat elektroniknya dianggap mencemarkan nama baik sebuah rumah sakit. Melihat peristiwa yang menimpa Benny Handoko, ada keyakinan bahwa peristiwa semacam ini akan terus berulang karena memang ada sebuah fenomena yang penting untuk dikaji lebih lanjut terutama terkait etika berkomunikasi di situs jejaring sosial. Masalah ini menarik dibahas karena komunikasi dengan situs jejaring sosial memiliki konsekuensi yang sangat kompleks sehingga perlu pemahaman secara jernih agar masing-masing pengguna sosial media bisa lebih bijak mengeluarkan “status” atau juga “tweet”nya.

Tulisan ini sebagai sebuah kajian teoritis yang mencoba untuk memaparkan komunikasi menggunakan situs jejaring sosial ditinjau dari aspek etika sekaligus membahas dari segi kebijakan sebagai perangkat hukum dalam konteks Indonesia.

A. Filsafat Teknologi: Memaknai Teknologi Lebih Dalam

Filsafat teknologi berarti sebuah kajian filsafat dengan menempatkan teknologi sebagai fenomena utama untuk dikaji. Filsafat teknologi sendiri dimulai oleh Martin Heidegger dan John Dewey yang menemukan pengetahuan khusus mengenai tindakan atau praktik berpola. Pengetahuan ini dikaitkan dengan teknologi dan cara bertindak atau cara pandang yang teknologis (Lim, 2008: 21).

Tokoh lainnya yang dikenal sebagai ahli filsafat teknologi kontemporer adalah Don Ihde. Ihde (2002) dalam Lim (2008: 82) menyebutkan

teknologi setidaknya memiliki tiga ciri yaitu: komponen konkret yaitu materi; aspek penggunaan yaitu aspek praktis; hubungan antara alat-alat teknologi dan manusia yang menciptakan, menggunakan, serta mengubahnya. Ia menyampaikan gagasannya bahwa teknologi mampu mempengaruhi banyak hal terutama soal pengalaman dan persepsi manusia, persepsi waktu, serta persepsi ruang. Teknologi mengubah persepsi manusia ketika teknologi dijadikan mediator antara manusia dan dunia kehidupan. Karena persepsi manusia sudah dimediasikan oleh alat dan teknologi maka persepsi langsung manusia tanpa teknologi berbeda dengan persepsi manusia ketika ia menggunakan alat.

Teknologi mampu mengubah persepsi dan cara pandang manusia soal waktu, ruang dan tulisan. Misalnya, dengan penemuan arloji, maka waktu menjadi bisa dikuantifikasi secara lebih rigid dan menjadi standar yang lebih jelas dibandingkan ketika ukurannya adalah matahari, musim dan kondisi lainnya. Penemuan peta misalnya merubah persepsi manusia soal ruang menjadi bagian-bagian yang lebih kecil karena ruang dan lahan direduksi menjadi potongan yang lebih kecil. Ketika membaca peta berarti membaca ruang dari atas yang artinya membutuhkan daya imajinasi dan daya intuisi tersendiri.

Teknologi juga menunjukkan adanya perubahan dari tulisan menjadi bahasa. Bahasa lisan berbeda dengan bahasa tulisan. Tulisan dianggap sebagai bentuk transformasi bahasa dan pengalaman manusia. Tulisan sendiri dimaknai sebagai simbol-simbol buatan manusia yang ditorehkan di atas permukaan. Budaya tulis mampu mengakumulasi pengetahuan dalam bentuk tulisan dan memperkaya diri kita dengan menunjukkan apa yang ada dan terjadi di masa lampau sekaligus menghilangkan hal-hal penting dari bahasa lisan yang sudah melekat di tubuh kita misalnya intonasi suara dan cara berbincang.

Ong (1982) dalam Lim (2008: 91-99) menyampaikan bahasa tulisan lebih artifisial sifatnya daripada bahasa lisan karena bahasa lisan lebih akrab daripada bahasa tulisan. Socrates bahkan lebih ekstrem dalam melihat tulisan karena tulisan tidaklah manusiawi, akibat kepura-puraan untuk menghadirkan di luar pikiran sesuatu yang seharusnya berada dalam pikiran. Tulisan juga akan membuat orang menjadi pelupa karena mengandalkan sumber yang berada dari luar dirinya dibandingkan sumber internal. Tulisan tidak mampu merespon layaknya bahasa lisan antar manusia

sehingga ketika ada persoalan yang disampaikan maka bahasa lisan memiliki kesempatan untuk “membela dirinya” dibandingkan teks. Ketika sejarah manusia bergeser dari budaya lisan menjadi tulisan lalu dari tulisan ke arah elektronika maka hal ini juga merubah kesadaran manusia. Tulisan misalnya mampu menghasilkan bahasa yang bebas konteks atau diskursus otonom yaitu diskursus yang tidak dapat dipersoalkan atau diperdebatkan. Berbeda dengan bahasa lisan sebuah kata merupakan wujud dari sesuatu yang nyata dan penuh makna di antara ruang dan waktu tertentu. Ada konteks yang melingkupi sebuah kata dalam bahasa lisan. Dalam bahasa lisan juga terdapat kesatuan unit dalam diri pendengar. Hal ini dikarenakan pada saat ada yang berbicara maka pendengarnya akan mendengarkan pada saat yang bersamaan dan tempat yang sama. Berbeda dengan tulisan dimana masing-masing “penikmat” dari tulisan tersebut masuk kedalam dunia mentalnya sendiri untuk membaca.

B. Situs Jejaring Sosial:

Antara Komunikasi *Online* dan *Offline*

Sebelum membahas komunikasi *online* dan komunikasi *offline*, perlu dipertegas dulu pemahaman tentang situs jejaring sosial. Boyd & Ellison (2008: 211) menggunakan istilah *social network sites* dan mendefinisikannya sebagai

Web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.

Berdasarkan pengertian di atas, ada beberapa hal yang bisa kita cermati sebagai sifat dari situs jejaringan sosial antara lain:

1. Adanya kesempatan untuk membangun profil yang sifatnya publik maupun semi publik dalam sistem yang terbatas. Situs jejaringan sosial memungkinkan penggunaanya untuk membangun identitas diri atau profilnya yang bersifat publik maupun semi publik. Profil secara virtual berupa foto, *avatar* diri (gambar atau kartun yang identik dengan diri individu) ditambah dengan data-data pengenalan diri merupakan syarat bagi kita untuk eksis di dunia yang sifatnya maya ini.

2. Adanya kemampuan untuk mengartikulasikan dengan siapa saja “seseorang” dapat saling terhubung atau terkoneksi. Ketika seseorang memunculkan dirinya dalam versi maya, maka ia berkesempatan untuk membangun jaringan, menambah kontak atau menambah daftar untuk dijadikan “teman” yang juga sifatnya maya.
3. Adanya kemampuan untuk melihat dan melintasi batas daftar koneksi yang dibuat oleh orang lain yang masih berada dalam satu sistem. Ketika seseorang sudah saling terhubung dengan orang lain, maka ia juga memiliki kemampuan untuk dapat melihat dan mencermati daftar rekan-rekan yang ada dari teman yang terkoneksi dengannya. Jika diibaratkan dengan teks, sifat *hypertext* dari *new media* memungkinkan kita untuk melihat teks selanjutnya dari teks yang lain.

Fenomena situs jejaring sosial ini sendiri muncul akibat semakin berkembangnya teknologi komunikasi berbasis *computer mediated communication (CMC)* ditambah semakin meluasnya penggunaan internet yang memudahkan komunikasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Situs jejaring sosial awalnya mulai berkembang pada 1997 ketika Sixdegrees.com mulai mengenalkan pembuatan profil dan membuat daftar rekan. Kemudian awal 1998 sudah mampu untuk mencari atau “berselancar” untuk *me-list friends*. Sejak 1997 hingga 2001, bermunculan situs jejaringan sosial dengan masing-masing kelebihannya seperti AsianAvenue, Black Planet, Mi Gente yang memungkinkan untuk memungkinkan pengguna untuk menciptakan profil, profil profesional dan *dating profile*. Ryze.com yang muncul di tahun 2001 membantu orang-orang untuk mengembangkan jaringan bisnis penggunaanya. Diikuti Friendster pada tahun 2002, situs pertemanan ini awalnya dibuat untuk menyaingi Match.com yaitu sebuah situs untuk keperluan *dating*. Namun berbeda dengan Match.com yang berfokus pada mengenalkan orang-orang baru, Friendster lebih menekankan mempertemukan teman dari teman dengan harapan akan tercipta relasi yang lebih romantis dibandingkan dengan orang asing. Tahun 2004, situs jejaringan sosial yang cukup fenomenal lainnya yaitu Facebook sebagai situs jejaringan sosial khusus Harvard. Dan tahun 2005, Facebook melebarkan sayapnya ke arah umum dengan menjaring siswa, kaum profesional dan jaringan korporat (Boyd & Ellison, 2008: 214-218). Hingga kini Facebook masih menjadi situs

berjaringan sosial yang akrab dikenal luas di masyarakat

Sebuah ciri dari situs jejaring sosial yang berbasis internet adalah hadirnya sebuah komunikasi yang sifatnya *online*. Maka komunikasi *online* dapat dipahami sebagai komunikasi menggunakan media dengan internet sebagai basis jaringannya misalnya CMC. Sebagai lawan dari komunikasi *online* adalah komunikasi *offline*. Artinya, komunikasi yang dilakukan tanpa menggunakan bantuan internet sebagai jaringannya, misalnya, komunikasi tatap muka dan kelompok.

Ketika memilih komunikasi yang bersifat *online* maka akan ada perbedaan signifikan dibandingkan komunikasi yang berifat *offline*. Utamanya adalah kehadiran fisik dari orang-orang yang saling berkomunikasi. Ketika komunikasi bersifat *online*, ciri dari kehadiran fisik menjadi minim bahkan nihil. Realitas yang dihadirkan dari komunikasi adalah virtual atau maya. Komunitas yang ada dalam bentuk komunikasi *online* juga disebut komunitas virtual. Kelompok masyarakat yang terhubung satu sama lain melalui jaringan internet pun dikenal dengan istilah *network society*.

Manuel Castells (2004) mendefinisikan *network society* sebagai masyarakat yang sosial strukturnya dibentuk dari jaringan secara mikroelektrik berdasarkan teknologi komunikasi dan informasi. Berbeda dengan komunikasi *offline* dimana kehadiran fisik sangat besar terjadi maka tentu saja ada hal yang tidak bisa didapatkan ketika kita berkomunikasi secara *online*.

Situs jejaring sosial sangat kental dengan bahasa teks dan tulisan meskipun perkembangan teknologi dan sosial media lainnya sudah menghadirkan kesempatan bagi penggunaanya untuk berkomunikasi dengan tatap muka secara *online*. Tetapi ketika bahasa teks dan tulisan menjadi sangat dominan dalam situs jejaring sosial maka ada sesuatu yang tidak diperoleh dibandingkan komunikasi secara tatap muka misalnya. Satu contoh penting adalah bagaimana konteks tulisan dari sebuah status yang sudah disampaikan tidak lagi dapat dirasakan oleh pembaca dari status tersebut. Pembaca tidak memahami apa latar belakang konteks dari kalimat, suasana yang dirasakan penulis status tersebut sehingga pembaca tidak memahami kondisi dalam ruang dan waktu yang melingkupi sebuah kata dari kalimat status yang sudah dituliskan di sosial media. Kondisi berbeda ketika komunikasi *offline* seperti tatap muka berlangsung, maka si pendengar bisa merasakan konteks ruang dan waktu atau bahkan kondisi dari si komunikator sehingga ia bisa

memahami makna secara lebih jelas melalui kata dan juga bahasa non verbal dari si komunikator itu sendiri misalnya intonasi suara dan raut muka.

C. *New Media: New Hope, New Challenge*

Kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi terutama teknologi media berbasis internet melahirkan banyak perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Perubahan tersebut mulai dari hal kecil seperti kebiasaan individu hingga perubahan fundamental misalnya merekonstruksi ulang konsep dan praktik yang sudah mapan sebelumnya. Hal ini tentu melahirkan peluang-peluang baru sekaligus tantangan baru tersendiri.

Salah satu peluang perubahan konsep dan praktik yang fundamental adalah tawaran baru tentang demokrasi. Pada pemikiran klasik, demokrasi dipahami sebagai praktik pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Pemerintahan dijalankan dengan pemberian porsi pada penyerapan aspirasi masyarakat untuk selanjutnya diteruskan kepada negara. Salah satu praktiknya adalah melalui prinsip keterwakilan di parlemen. Aspirasi masyarakat diserap oleh parlemen kemudian diteruskan kepada pemerintah sekaligus parlemen sebagai representasi warga yang juga melakukan pengawasan kepada pemerintah. Praktik demokrasi yang lebih maju ditandai dengan ikut sertanya media massa sebagai pihak yang disebut sebagai pilar keempat dari demokrasi yang lebih berfokus pada fungsi pengawasan terhadap ketiga lembaga lainnya baik eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Media juga memiliki kemampuan untuk menyerap aspirasi dari masyarakat untuk selanjutnya disampaikan dalam bentuk berita dan editorial yang harapannya dibaca atau ditonton oleh semua kalangan termasuk kalangan pembuat kebijakan. Revolusi terjadi ketika masing-masing warga saat ini terfasilitasi untuk memiliki media sekaligus menjadi media penyampai apa saja baik dari informasi, curahan hati hingga, kritik yang bisa dibaca oleh siapa saja.

Media kini bisa berupa situs jejaring sosial atau sosial media. Ketika warga negara saling terhubung dengan elit-elit politik, pengambil kebijakan bahkan terhubung dengan presiden secara personal maka muncul tawaran baru terhadap praktik demokrasi. Aspirasi, pendapat, permintaan, kritik bahkan makian bisa disampaikan secara langsung kepada elit-elit politik pemerintahan tanpa harus melewati parlemen terlebih dahulu. Ketika sang elit membalas kritik, pendapat, dan aspirasi secara langsung melalui sosial media milik pribadinya,

maka terjadi sebuah interaksi dan dialog langsung sebagai sebuah praktik demokrasi.

Selain sisi peluang, kemunculan *new media*, sosial media dan situs jejaring sosial lainnya juga menghadirkan tantangan tersendiri. Tantangan ini terutama aspek pemahaman secara lebih mendalam baik dari sisi teknologi maupun konsekuensi-konsekuensi sosial dari kemunculan teknologi tersebut. Sebagai contoh dalam konteks komunikasi. Kehadiran sosial media tentu saja menghadirkan tantangan untuk memperbaharui konsep-konsep komunikasi yang sudah mapan sebelumnya seperti konsep komunikasi *interpersonal* ataupun massa. Ketika pesan dan status seseorang ditujukan hanya pada seseorang tetapi konsekuensinya menjadi sangat luas dan sifatnya publik, maka dia akan diletakkan pada tataran komunikasi yang seperti apa. Kebutuhan untuk memahami *new media* dan sosial media juga akan memperkaya kajian yang sudah ada sebelumnya. Tentu saja harapannya agar muncul pengetahuan-pengetahuan baru sehingga perkembangan dan dampak yang ditimbulkan dari revolusi teknologi ini dapat dipahami.

Tantangan lain misalnya dari sisi praktis. Kemunculan situs jejaring sosial juga melahirkan kebiasaan-kebiasaan baru. Kebiasaan-kebiasaan ini tentu saja melahirkan kultur baru dalam menggunakan media. Ada sebuah “budaya” baru yang tanpa kita sadari sudah menjadi rutinitas akibat kecanggihan dan perkembangan teknologi komunikasi informasi. Misalnya, konvergensi teknologi ponsel yang memungkinkan penggunaannya untuk menangkap *moment*, menyunting, lalu mengunggahnya di sosial media berkat fasilitas internet yang ada di ponsel. Dari contoh itu, ada kebiasaan baru yang hadir bila dibandingkan ketika ponsel tidak terkoneksi dengan jaringan internet dan belum ada sosial media. Kebiasaan baru menghadirkan budaya baru. Budaya baru berarti menyiratkan kondisi yang lebih kompleks karena menyangkut sistem nilai dan melibatkan standar-standar tertentu. Termasuk wilayah etika berkomunikasi sebagai wilayah praktis.

D. Dari Etika ke Kebijakan Komunikasi : Perspektif Indonesia

Satu hal yang menjadi menarik untuk dibahas adalah wilayah etika berkomunikasi dengan sosial media. Dengan kehadiran *new media*, juga diperlukan etika yang lebih luas meskipun

sebenarnya tetap berdasarkan pada etika yang sudah berlaku sebelumnya.

Berbicara tentang etika berarti melibatkan beberapa unsur pokok, antara lain kebebasan, tanggung jawab, hati nurani, dan prinsip-prinsip moral dasar (Mufid, 2009: 181-182). Pertama, kebebasan merupakan unsur pokok dalam wacana etika. Etika bersifat rasional karena didasarkan pada kebebasan sehingga kebebasan merupakan unsur hakiki dari etika. Kebebasan bersifat positif artinya bahwa kebebasan mendorong kemampuan manusia untuk menentukan dirinya sendiri. Kedua, tanggung jawab yaitu kemampuan individu untuk menjawab segala pertanyaan yang mungkin timbul dari tindakan-tindakan. Tanggung jawab mengandaikan penyebab sehingga orang bertanggung jawab atas segala sesuatu yang disebabkan olehnya. Tanggung jawab juga disyaratkan dari adanya kebebasan. Ketiga, hati nurani berarti penghayatan tentang nilai baik atau buruk berhubungan dengan situasi konkret. Hati nurani yang memerintahkan atau melarang suatu tindakan menurut situasi, waktu, dan kondisi tertentu. Hati nurani berhubungan dengan kesadaran dan hati nurani sendiri lebih bersifat subjektif. Unsur yang keempat yaitu prinsip kesadaran moral. Kesadaran moral dapat dipahami sebagai tataran yang perlu diketahui untuk memosisikan tindakan individu dalam kerangka nilai moral tertentu. Setidaknya ada tiga prinsip dasar dalam kesadaran moral yaitu prinsip sikap baik, keadilan dan hormat terhadap diri sendiri serta orang lain. Keadilan dan hormat pada diri sendiri merupakan syarat pelaksanaan sikap baik sedangkan prinsip sikap baik menjadi dasar mengapa seseorang bersikap adil dan hormat.

Ketika berbicara etika komunikasi, maka ada tiga dimensi yang perlu dicermati yaitu tujuan, sarana, dan aksi komunikasi itu sendiri. Dimensi aksi komunikasi menyangkut banyak hal salah satunya perilaku aktor komunikasi. Aspek etisnya ditunjukkan pada kehendak baik untuk bertanggung jawab. Dimensi sarana (*polity*) memfokuskan pada sistem media dan prinsip dasar pengorganisasian praktek penyelenggaraan informasi, termasuk yang mendasari hubungan produksi informasi. Sedangkan dimensi tujuan menyangkut nilai demokrasi, terutama kebebasan untuk berekspresi, kebebasan pers, dan juga hak akan informasi yang benar. Dalam negara demokratis, para aktor komunikasi, peneliti, asosiasi warga negara, dan politisi harus mempunyai komitmen terhadap nilai kebebasan tersebut serta negara harus menjamin sekaligus memfasilitasi

terwujudnya nilai tersebut.(Haryatmoko, 2007:45-50).

Etika komunikasi sendiri semakin mendesak untuk diterapkan karena media mempunyai kekuasaan dan efek yang dahsyat terhadap publik. Etika komunikasi merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab, serta mencoba menghindari sedapat mungkin dampak negatif dari logika instrumental yang cenderung mengabaikan nilai dan makna(Haryatmoko, 2007:38).

Ketika berkaitan dengan situs jejaring sosial atau sosial media misalnya, memutuskan apakah tindakan seseorang melanggar etika atau tidak maka akan sangat sulit karena wilayah etika merupakan sesuatu yang subjektif. Maka untuk memberikan kepastian, pemerintah mengaturnya dalam sebuah kebijakan setingkat Undang Undang.UU yang berkaitan atau mengatur soal informasi yang berlaku saat ini adalah UU No.11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau disingkat UU ITE.UU ini merupakan kebijakan komunikasi yang mengatur bagaimana sebuah kepastian hukum dari sebuah informasi.

Kebijakan komunikasi sendiri dipandang sebagai kumpulan prinsip dan norma yang memang diciptakan secara sengaja untuk mengatur perilaku sistem komunikasi (Unesco,1980). Tujuan dari sebuah kebijakan komunikasi adalah melancarkan jalannya sebuah sistem komunikasi. Sistem komunikasi itu sendiri bisa dibedakan berdasarkan tiga hal yaitu wilayah geografis, media yang digunakan, pola komunikasi.(Nurudin, 2004:9) . Sedangkan dari aspek media yang digunakan, dapat dibedakan menjadi setidaknya empat sistem yaitu sistem media cetak, sistem media elektronik, sistem media tradisional, dan sistem media interaktif.

Kebijakan komunikasi setidaknya memiliki tiga bagian penting. Bagian ini dikenal dengan konteks, domain, dan paradigma. Konteks berarti keterkaitan kebijakan komunikasi dengan sesuatu yang melingkupi dirinya seperti politik-ekonomi dan politik komunikasi. Domain kebijakan komunikasi berarti muatan nilai yang dikandung dalam sebuah kebijakan komunikasi seperti globalisasi dan ekonomi global. Domain sendiri juga bisa disebut sebagai fungsi kebijakan komunikasi. Sedangkan paradigma lebih kepada kerangka cita-cita yang menjadikan tujuan kebijakan komunikasi tersebut(Abrar, 2008 : 4).

Ditinjau dari segi konteks, domain, dan paradigmanya maka UU ITE No. 11 tahun 2008 dapat dilihat politik global sebagai konteks komunikasi,

ekonomi global sebagai domainnya, dan masyarakat informasi sebagai paradigma kebijakan komunikasi. UU ITE No. 11 tahun 2008 dibuat dengan harapan Indonesia bisa sejajar dengan negara lain karena semua pelaku ekonomi Indonesia didorong ikut terlibat dalam arus ekonomi global sehingga UU ini memiliki konsekuensi nilai ekonomi global(Abrar, 2008: 90). Jika dilihat berdasarkan paradigmanya, ada landasan yang menjadi penyusun atau ingin dicapai yaitu masyarakat informasi. Masyarakat informasi sendiri memiliki beberapa contoh yaitu masyarakatnya sudah memperlakukan informasi sebagai komoditas ekonomis, berhubungan dengan masyarakat lain dalam sistem komunikasi global, mengakses informasi *superhighway* (Abrar, 2003: 12).Pertanyaan selanjutnya, apakah individu sudah memasuki era yang disebut masyarakat informasi. Saat ini sebagian besar tipe masyarakat yang ada di Indonesia yaitu masyarakat agraris dan sedang menuju masyarakat industri meskipun sudah ada juga sebagian kelompok lainnya yang bisa digolongkan masyarakat industri. Artinya, masyarakat informasi masih belum menjadi kondisi yang dominan di Indonesia. Dari poin ini, pemerintah perlu memprediksi kondisi dan konsekuensi dari bentuk masyarakat informasi.

Tidak mungkin sebuah kebijakan dilahirkan tanpa pro dan kontra. Termasuk UU ITE ini, kontroversi justru langsung terjadi ketika UU ini baru disahkan. Kontroversi terjadi ketika seorang ibu yaitu Prita Mulyasari terjerat pasal tentang pencemaran nama baik dari UU ITE ini. Di satu sisi memang dengan munculnya kasus ini menjadikan sebuah momentum untuk sosialisasi UU tersebut sehingga masyarakat bisa mengetahui dan memahami bahwa ada sebuah UU yang mengatur soal informasi termasuk informasi yang disebarluaskan melalui sosial media maupun media berbasis internet lainnya. Tetapi yang jauh lebih penting lainnya adalah ternyata muncul perdebatan terutama bagaimana memutuskan seseorang bisa dikenai pasal pencemaran nama baik seperti yang tertulis dalam pasal 27 tersebut. Pasal 27 dari UU ITE sendiri masuk dalam Bab VII yang mengatur tentang "Perbuatan Yang Dilarang". Pasal ini terdiri dari empat ayat yang berbunyi:

ayat 1: setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.

ayat 2: setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan perjudian.

ayat 3: setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.

ayat 4 : setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan/atau pengancaman.

Ancaman dari pelanggaran pasal 27 diatur di Bab XI yang mengatur ketentuan pidana. Pasal 45 ayat 1 berbunyi:

Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 27 ayat (1), (2), (3), atau (4) dipidana dengan penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pasal inilah yang menjadi sumber kontroversi. Kontroversi karena adanya anggapan yang menyampaikan bahwa negara dalam hal ini berparadigma untuk mengkriminalisasi warganya terutama karena tingginya ancaman hukumannya yaitu paling lama 6 tahun penjara dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah. Sedangkan KUHAP mengatakan bahwa seseorang bisa ditahan bila ancaman hukumannya minimal 5 tahun penjara atau lebih. Alhasil, Prita Mulyasari memang sempat mendekam di tahanan akibat kasus yang menimpanya.

Selain kritikseperti yang sudah disampaikan mengenai UU di atas, ada beberapa kritik lainnya yang bisa dialamatkan kepada UU ini:

1. Secara garis besar UU ini mengatur tentang data elektronik dan transaksi elektronik dalam konteks e-commerce, padahal jika memang ingin menyandarkan pada prinsip masyarakat informasi maka UU ini juga harus memperhatikan dan mengatur tatanan baru dalam berkomunikasi khususnya menggunakan media interaktif. Berkomuni-

kasi dengan menggunakan media interaktif khususnya berbasis internet tetap harus diperhatikan semangatnya bahwa individu memegang otoritas besar dalam mengontrol informasi atau individu-lah menjadi *gatekeeper* dan penggunaan media berbasis internet tetap bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi manusia. UU ini belum mampu mengupayakan masyarakat Indonesia khususnya, agar lebih berdaya dan lebih cerdas dalam menghadapi kenyataan realitas virtual (realitas semu) dari sifat informasi elektronik.

2. Di satu sisi memang UU ini memberikan kepastian hukum. Misalnya memberikan kepastian hukum untuk transaksi perbankan, ataupun kepastian hukum untuk kejahatan kartu kredit. tetapi di satu sisi UU ini juga membuka debat tafsir ketika UU ini mengatur tentang hal yang sifatnya kesusilaan. Kata “kesusilaan” masih sangat relatif ukurannya. Apakah informasi yang satu melanggar kesusilaan dibandingkan informasi yang lain. Apa standar yang obyektif untuk mengukur tingkat kesusilaan dari sebuah informasi.

3. Pasal 27 ayat 3 UU ITE mengatur tentang informasi elektronik dan/ atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Ditinjau dari segi isi, pasal ini memiliki dasar yang jelas bahwa kehormatan, nama baik seseorang perlu dilindungi secara hukum. Hal ini juga yang menjadi dasar dari Keputusan Mahkamah Konstitusi atas *judicial review* pasal 27 UU ITE pasal 3. Penggunaan pasal 27 ayat 3 UU ITE tentang pencemaran nama baik tetap harus merujuk pada pasal 310 KUHP. Artinya, seseorang yang akan dikenai pasal 27 UU ITE ayat 3 harus terpenuhi dahulu unsur –unsur yang diatur dalam pasal 310 KUHP. Yang menjadi persoalan, adalah ancaman pidana dari UU ITE pasal 27 ayat 3 jauh lebih berat dan besar dibandingkan ancaman hukuman KUHP pasal 310 tentang pencemaran nama baik. Jika di KUHP pasal 310, pencemaran nama baik diancam dengan hukuman kurungan sembilan bulan atau denda sebesar empat ribu lima ratus rupiah, sedangkan jika dilakukan dengan tulisan atau gambaran yang disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum maka dapat

diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah. Sedangkan pasal 27 UU ITE ayat 3 diancam dengan pidana penjara enam tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah. Menjadi aneh memang ketika rujukannya adalah KUHP namun ancaman hukumannya jauh lebih berat dibandingkan pasal yang menjadi rujukannya yaitu KUHP. Sekaligus dirasa ada tumpang tindih karena jika sudah diatur dalam KUHP, maka tidak perlu diatur dalam UU ITE.

Pertanyaan selanjutnya adalah apakah Tweet dari Benny Handoko melanggar etika komunikasi sekaligus melanggar pasal pencemaran nama baik? Berikut adalah petikan "kicauan" antara Benny Handoko dengan Misbakhun (Tribun, 09/05/2013):

Benhan: Misbakhun: perampok bank Century, pembuat akun anonim penyebar fitnah, penyokong PKS, mantan pegawai Pajak di era paling korup. (7 Desember 2012)

Benhan: Kok bikin lawakan ga bisa lebih lucu lagi... Misbakhun kan termasuk yang ikut "ngerampok" Bank Century... Aya-aya wae... (7 Desember 2012)

Misbakhun: Apakah bisa dijelaskan oleh @benhan ttg isi tweet yg dimaksud? Saya ingin tahu apa isi penjelasan Anda? (8 Desember 2013)

Benhan: @misbakhun ini Misbakhun yang mana ya? Yang terjerat kasus LC fiktif Century bukan? (8 Desember 2013)

Misbakhun: Saya tdk pernah ada LC Fiktif. Data dr mana?

Misbakhun: Saya menunggu penjelasan Anda soal isi tweet tersebut. Saya tunggu segera. @benhan

Benhan: @misbakhun lho kemarin di penjara ngapain aja Mas? Salah tahanan?

Misbakhun: Saya diputuskan Bebas Murni. Pasal 263 KUHP. Menurut Anda?

Misbakhun: Dg diputus PK bebas murni semua dakwaan dibatalkan.

Misbakhun: Akan ke proses hukum kalau tidak bisa membuktikan isi tweetnya

Benhan: @misbakhun benar, di PK Mahkamah Agung, setelah gagal banding di MA sebelumnya. Terus soal Hakim MA-nya disuap Misbakhun itu bener ga?

Misbakhun: Bagi saya silahkan bicara apa saja. Tapi menggunakan kata merampok, mengatakan saya penyebar fitnah. Harus dg bukti.

Misbakhun: Soal isu suap P silahkan saja diproses oleh KY. Pengacara saya sudah bicara soal tsb. Tapi Anda harus jelaskan isi tweet tsb. @benhan

Misbakhun: Anda fokus menjelaskan isi tweet yg menyebut saya; (1)perampok bank Century, (2)pembuat akun anonim penyebar fitnah... Soal PK ntar @benhan

Misbakhun: Saya mengundurkan diri sbg PNS Depkeu, Ditjen Pajak sejak 2004. Sebelum itu ada kasus korupsi apa di Ditjen Pajak? Kata Anda korup? @benhan

Misbakhun: Penjelasan saya atas poin (1) @benhan ; 3 tingkat pengadilan PN, PT, Kasasi MA memutuskan saya soal 263 KUHP. Bukan soal perampokan bank

Misbakhun: Penjelasan saya soal poin (1) @benhan ; di tingkat PK putusan PN, PT dan kasasi MA dibatalkan. Saya BEBAS MURNI. Artinya semua dakwaan BATAL

Misbakhun: Penjelasan saya soal poin (1) @benhan ; Dirut Utama Bank Mutiara, Maryono. Jelas mengatakan bahwa LC PT. SPI tidak fiktif.

Benhan: @misbakhun "merampok bank" adalah kata kiasan. Ikut bangkrutkan bank lwt LC Fiktif yg mengalirkan uang dari bank scr ilegal = "perampokan".

Misbakhun: Saya pengusaha Mas. Saya mendapat kredit dalam bentuk LC dari Century utk perusahaan saya. Pada tahun 2007. Dan saya bayar. @Anggit_MR

Misbakhun: Makanya saya hutang ke bank. Karena modal saya ada peluang bisnis yg dibiayai oleh perbankan. Semua ada buktinya.

Misbakhun: Anda menulis kata; Misbakhun: perampok bank Century. Tanpa tanda petik. Artinya jelas tanpa ada maksud sebagai kiasan. JELASKAN!!! @benhan

Benhan: @misbakhun oh belum cukup jelas? Barusan saya jelaskan. Itu kata kiasan. Tanda kutip mungkin kelupaan. Terserah sih kalo belum puas.

Misbakhun: Sudah jelas di capture. ini bahwa tidak ada tanda petik. Jangan mengelak. Artinya bukan kiasan. @benhan

Benhan: Kalo kata perampok (tanpa tanda kutip) mengindikasikan Misbakhun pake stocking di muka dan senjata api masuk bank, kalo "perampok" pake dasi

Misbakhun: Seorang PENGECUT seperti @benhan hanya bisa bermain kata-kata. Membolak balik kata.

Tanpa bisa membuktikan ucapannya. Pake rok saja ya Mas.

Benhan: @misbakhun lho PENGEKUT-nya kok ga pake tanda kutip? Saya minta penjelasan anda.

Benhan: @misbakhun waduh, sekarang Anda berlagak jadi fashion consultant. Alih profesi dari "perampok"? Belum tentu saya cocok pake rok.

Misbakhun: Jadi lain kali kalo @benhan ngebacot di twitter jangan dipercaya. Ngomong tanpa bukti. Main kata2 bohong. Tipikal PENGEKUT. Malu bercelana.

Misbakhun: Dengan tweet Anda soal kata merampok tsb. Jangan Anda pikir selesai dg merubahnya dg memberi tanda petik ya. Ingat itu @benhan !!!

Misbakhun: Anda @benhan harus bisa menjelaskan ke saya "merampok" bank century. Walaupun kata merampoknya menggunakan tanda petik.

Misbakhun: Sudah saya capture. Sulit lari.

Dari isi twitter milik Benny Handoko ucapan yang menjadi polemik adalah pada bagian **Misbakhun kan termasuk yang ikut "ngerampok" Bank Century... Aya-aya wae... (7 Desember 2012)**. Secara teks, kalimat inimemang harus dibuktikan kebenarannya. Artinya Benny Handoko harus siap dengan data ketika ia akan melontarkan kicauannya tersebut. Hal ini terkait dengan kasus LC Fiktif berkaitan dengan Bank Century yang ramai diberitakan pada tahun –tahun sebelumnya. Ketika Benny tidak bisa menunjukkan data otentik yang dapat menguatkan tuduhannya tersebut maka ia bisa dikategorikan melanggar etika berkomunikasi karena ia melemparkan kicauan yang bersifat memojokkan seseorang tanpa dasar bukti yang kuat. Melalui twitternya, Benny Handoko menjadi aktor komunikasi yang menyampaikan sebuah tweet/kicauan sebagai sebuah pesan yang tidak bisa ia pastikan kebenarannya -yang sangat besar kemungkinannya karena kealpaannya mengikuti perkembangan kasus tersebut- menjadi konsumsi yang sifatnya massa dan dikonsumsi publik. Dalam konteks ini, kebenaran yang bisa dipakai adalah kebenaran versi hukum. Artinya, tuduhan kepada Misbakhun harus bisa dibuktikan secara hukum. Dan ketika putusan hukum sudah keluar dengan memenangkan Misbakhun di tingkat PK MA maka gugurlah tuduhan bahwa Misbakhun terlibat atau sebagai perampok seperti yang dituduhkan oleh Benny Handoko.

Selain itu kicauan tersebut menunjukkan tidak adanya konteks suasana yang tidak serius artinya kicauan tersebut dilempar dengan ungkapan yang serius semakin menguatkan bahwa kicauan ini bernada sindiran dan tuduhan serius. Artinya, kicauan Benny Handoko di twitter tentang Misbakhun menjadi pesan yang sifatnya bohong, disampaikan dalam konteks yang serius, dan disampaikan ke publik sehingga pesan yang bohong tersebut dikonsumsi (dibaca) publik yang bisa menciderai reputasi dan nama baik seseorang.

Tujuan sebagai salah satu dimensi etika komunikasi menyangkut nilai demokrasi, terutama kebebasan untuk berekspresi, kebebasan pers, dan juga hak akan informasi yang benar. Situs jejaring sosial seperti Twitter memang sangat mengedepankan kebebasan dari masing-masing pemilik *account* nya untuk berekspresi dan mengeluarkan pendapat tetapi sekaligus juga mensyaratkan hak orang lain untuk mendapatkan informasi yang benar. Ketika informasi seperti yang disampaikan Benny Handoko tidak bisa dibuktikan kebenarannya atau bahkan bersifat kebohongan maka hal tersebut sudah melanggar hak orang lain atas informasi yang benar sekaligus menciderai etika komunikasi itu sendiri. Van Dijk, 2012: 151) juga menyampaikan bahwa kebebasan informasi dan komunikasi bukanlah sesuatu yang sifatnya mutlak. Di tingkat individu, kebebasan satu orang untuk berbicara dan hak untuk penerimaan berakhir ketika hak orang lain untuk privasi, keamanan, identitas, martabat (reputasi) dan kepentingan material pribadi dimulai.

Selain itu dalam konteks komunikasi menggunakan sosial media yang berarti komunikasi *online*, jalur komunikasi *offline* dalam konteks kasus ini juga diupayakan. Setidaknya ada upaya untuk menjalin komunikasi dengan harapan upaya damai bisa ditempuh. Terlepas dari siapa yang memulai dan kesediaan keduanya untuk memenuhinya itu kembali ke dua belah pihak. Jika pun ingin dilanjutkan ke pengadilan maka pengadilan yang memutuskan apakah Benny Handoko melanggar tindak pidana pasal pencemaran nama baik.

E. KESIMPULAN

Dari pemaparan di atas, ada beberapa poin yang bisa disampaikan sebagai beberapa rekomendasi. Pertama, dari sisi UU ITE No.11 tahun 2008 harus segera diamandemen atau direvisi. Sesuai dengan isinya yang lebih menitik beratkan pada transaksi elektronik maka pasal penghinaan di

pasal 27 ayat 3 bersamaan dengan ancaman pidannya harus dihapus atau direvisi. Karena tetap merujuk pada KUHP, maka pasal ini tidak perlu ada karena sudah diatur dalam KUHP. Jikalau pun mempertimbangkan asas *lex specialis* dimana aturan hukum yang khusus terkait informasi mengesampingkan aturan yang umum, maka tuntutan hukumnya maksimal harus sama dengan ancaman hukum di KUHP pasal 310 yaitu sembilan bulan atau satu tahun empat bulan jika dipertunjukkan ataupun ditempel di depan umum atau denda maksimal empat ribu lima ratus rupiah.

Kedua, pemerintah harus selalu menyosialisasikan UU ITE sekaligus memberikan pendidikan yang berkelanjutan kepada masyarakat tentang penggunaan sosial media agar masyarakat semakin cerdas dan tahu konsekuensi hukum dari pelanggaran hukum yang berkaitan informasi elektronik.

Ketiga, bagi masyarakat sendiri harus meningkatkan kesadaran dan bersikap cerdas dalam menggunakan media apapun termasuk sosial media maupun situs jejaring sosial lainnya sehingga penggunaan media tersebut bisa lebih bermanfaat.

Terlepas dari semua kontroversi dan perdebatan soal UU itu sendiri, sebuah kebijakan yang dibuat pada dasarnya untuk memberikan kepastian hukum soal materi yang ingin diaturnya. Dalam konteks kebijakan komunikasi maka tujuan utamanya adalah memperlancar sistem komunikasi. Kebijakan komunikasi juga harus bervisi ke depan sehingga ia bisa memprediksi dan mengantisipasi perubahan yang dinamis dari kondisi masyarakat maupun perkembangan teknologinya. Selain itu, usia dari sebuah kebijakan seharusnya tidak boleh terlalu lama karena perubahan pasti terjadi bahkan trennya saat ini berlangsung dengan sangat cepat. Perlu penyegaran agar kebijakan tersebut kontekstual dengan perubahan zaman. Ketika kebijakan komunikasi tidak bisa bervisi ke depan dan gagal mengantisipasi perubahan di masa depan maka kebijakan tersebut bisa saja tidak berfungsi untuk memperlancar sistem komunikasi melainkan menghambat jalannya sebuah sistem komunikasi. Dengan demikian artinya kebijakan tersebut gagal.

DAFTAR PUSTAKA

Abrar, Ana Nadya. 2008. Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat dan Praktek. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.

-----, 2008. Kebijakan Media Interaktif: Belum Melancarkan Sistem Komunikasi Indonesia. Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY. Vol 5. Nomor 1 juni 2008.

Boyd, D & Ellison, N. 2008. Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship. Journal Of Computer Mediated Communication.

Castells, Manuel. 2004. The Network Society: a cross cultural perspective. UK : Edward Elgar Publishing Limited.

Haryatmoko, 2007. Etika Komunikasi. Manipulasi media, kekerasan, dan pornografi. Penerbit Kanisius : Yogyakarta.

Ihde, Don. 2002. Bodies in Technology. Minneapolis : University of Minnesota Press,

Lim Francis. 2008. Filsafat Teknologi, Don Ihde tentang Manusia dan Alat. Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Mufid, Muhamad. 2009. Etika dan Filsafat Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media.

Nurudin.2004. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta : RajaGrafindo Persada

Ong, Walter J. 1982. Orality and Literacy : The Technologizing of the Word. London & New York : Methuen.

Van Dijk, Jan. The Network Society. 3rd edition. London : Sage Publications.

UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Eletronik.

Website :

Tribunnews.com.(2013, 5 september). Ini Kicauan Benhan terhadap Misbakhun yang membuatnya ditahan.diakses pada 30 oktober 2013 dari <http://www.tribunnews.com/nasional/2013/09/05/ini-kicauan-benhan-terhadap-misbakhun-yang-membuatnya-ditahan>.

Realitas Korupsi

Dalam Konstruksi Media Massa Lokal

Sebuah Studi *Critical Discourse Analysis* atas Editorial Surat Kabar *Flores Pos* dan *Pos Kupang* di Provinsi NTT

Jonas Klemens Gregorius Dori Gobang⁶

Abstract

The reality in NTT with poor people and corrupt government urged the researcher to analyze position of the media (local press). Using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis (CDA) model, the data collected were editorial text of newspapers, cognition data of editorial writer and social context data. Both newspapers, Flores Pos and Pos Kupang provided different pattern from the media ownership aspect. Flores Pos tended to be more independent in producing editorial text, while Pos Kupang tended to limit writer independence in producing editorial text. The note confirms that reality of today media can be coopted by capital owner, market or state interest.

Key Words: attitude of local media (local newspaper), corruption, editorial

Interact, Vol. 2, No. 2, Nov 2013,
Hal. 57-70, Prodi Komunikasi,
Unika Atma Jaya Jakarta.

⁶ Penulis adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Nipa Maumere, Flores, NTT. E-mail : eyv_1508@yahoo.co.uk

Pendahuluan

Korupsi menjadi salah satu isu penting di Indonesia. Sementara itu upaya pemberantasan korupsi di Indonesia belum menunjukkan hasil yang optimal dan oleh karena itu perlu ditingkatkan. Pemberantasan korupsi perlu melibatkan semua pihak. Salah satunya adalah peran media massa. Media massa di Indonesia berpotensi untuk menjadi agen perubahan dan motor penggerak gerakan anti-korupsi.

Forum Indonesia untuk Transparansi Anggaran (FITRA) mengungkap data tentang provinsi terkorup di Indonesia. Hasilnya tak berbeda dengan data yang dilansir oleh Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) yang antara lain menyatakan bahwa DKI Jakarta sebagai provinsi terkorup. Selain itu, FITRA juga mengungkap data berdasarkan publikasi Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) semester II tahun 2011 di mana Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) menempati urutan ke-19 berdasarkan besarnya uang negara yang dikorupsi dari 33 provinsi di Indonesia, dengan jumlah kerugian negara sebesar 44 miliar (Detik.com.nd. "Peringkat Provinsi Terkorup". Diakses Rabu, 08 Mei 2013. Pukul 16.00 WIB).

Sarah Lery Mboeik (2012) menyatakan bahwa praktik korupsi di NTT ditengarai sebagai praktik yang subur dan menjamur dari tingkat provinsi hingga ke pelosok desa. Media massa lokal setiap harinya selalu menyuguhkan kasus (dugaan) korupsi yang terjadi di hampir semua tingkat birokrasi pemerintahan, mulai dari tingkat provinsi hingga tingkat desa. Bahkan, korupsi sudah menggerogoti lembaga eksekutif, legislatif maupun yudikatif, sehingga muncul kesan, korupsi telah menjadi "gaya hidup" baru dikalangan pejabat atau birokrat. NTT seakan menjadi "surga"nya para koruptor.

Di NTT, tidak sedikit orang yang telah terindikasi korupsi dipercayakan untuk menduduki posisi penting dalam pemerintahan. Akibatnya, hak konstitusional warga NTT yang tertuang dalam UUD 1945 seperti hak atas pendidikan, hak atas kesehatan dan hak atas pelayanan dasar lainnya menjadi terabaikan akibat korupsi. Korupsi telah menjadi momok yang menambah penderitaan rakyat dan tantangan bagi pembangunan di NTT.

Hal tersebut di atas diperparah dengan kondisi masyarakat di Provinsi NTT yang semakin memprihatinkan tatkala datangnya musim kemarau panjang. Gagal panen, telah menyebabkan ratusan ribu keluarga petani sangat menderita, khususnya

anak-anak balita. Pemberitaan tentang kelaparan di wilayah Provinsi NTT, atau bertambahnya balita busung lapar bahkan sampai meninggal dunia bukan hanya kali ini saja terjadi. Bertahun-tahun, kejadian tersebut terus berulang. Seharusnya penanganan yang dilakukan tidak bisa parsial atau terpisah pisah. Kemiskinan, tingkat pendidikan rendah, pertumbuhan ekonomi rendah dan korupsi, saling berkaitan dan makin menyengsarakan masyarakat.

Pada tahun 2009, survey *Transparency International Indonesia* (TII) menyatakan Kota Kupang di Provinsi NTT sebagai kota terkorup di Indonesia. Hasil survei ini didukung oleh PIAR NTT yang menyebutkan korupsi di NTT ada di hampir semua sektor. Dari kasus yang ada, tak sedikit yang penanganannya macet di tangan aparat penegak hukum.

Berhadapan dengan kondisi NTT seperti tersebut di atas, media massa lokal NTT sebagai suatu entitas institusional dan bagian dari kehidupan masyarakat NTT dapat memberikan kontribusi melalui fungsinya.

Walter Lippmann (dalam Hamad, 2004: 25) dengan dalilnya yang terkenal, "*world outside and picture in our heads*", menyadari fungsi media sebagai pembentuk gambaran realitas yang sangat berpengaruh terhadap khalayak. Media berfungsi sebagai pembentuk makna (*the meaning construction of the press*). Apa yang diinterpretasi oleh media massa terhadap berbagai peristiwa secara radikal dapat mengubah interpretasi orang tentang suatu realitas.

Realitas itu selalu kompleks dan tidak beraturan. Apalagi realitas korupsi, ia telah menggurita, merambah hingga ke pelosok daerah dan sudah sangat mengkhawatirkan serta berdampak buruk pada hampir seluruh sendi kehidupan. Terhadap realitas korupsi yang telah merambah hingga ke daerah termasuk wilayah Provinsi NTT, media massa telah melakukan fungsinya, yaitu memberitakan para aktor politik lokal yang sedang terindikasi maupun yang sudah divonis menjadi koruptor. Media massa begitu bebas dan leluasa dalam melansir kasus-kasus korupsi yang telah, sedang dan sudah divonis oleh institusi penegak hukum. Kedahsyatan media massa dalam mengkonstruksi realitas korupsi di daerah menunjukkan korupsi kian merajalela (Haboddin dan Rahman, 2013: 134).

Hal yang sama pun terjadi pada media massa lokal di NTT. Hampir setiap hari, media massa lokal di NTT mengemas berita-berita korupsi dan mengangkat masalah korupsi di dalam rubrik

editorialnya. Media massa lokal melakukan konstruksi atas realitas korupsi yang terjadi di NTT. Bagaimana realitas korupsi mempengaruhi media lokal dalam editorialnya dan bagaimana sikap media massa lokal berhadapan dengan realitas korupsi di daerah NTT, menjadi perhatian dan telah menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Media massa lokal di NTT yang menjadi objek studi adalah surat kabar harian *Pos Kupang*, dan *Flores Pos*. Kedua surat kabar harian ini dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini karena keduanya merupakan surat kabar harian yang beredar luas di wilayah Provinsi NTT. Dari aspek kepemilikan media, dianggap oleh peneliti kedua surat kabar tersebut mewakili mayoritas kelompok masyarakat NTT dan ideologi serta politik media dari masing-masing surat kabar tersebut.

Pos Kupang adalah milik swasta/perorangan yang berafiliasi dengan Kelompok Kompas Gramedia. Sementara itu *Flores Pos* adalah milik swasta/komunitas gereja dalam hal ini Serikat Sabda Allah (SVD) yang mengemban misi kemanusiaan dengan basis ajaran gereja. Perbedaan di antara kedua surat kabar tersebut menjadi menarik minat peneliti ketika keduanya berhadapan dengan realitas yang sama yakni korupsi di wilayah NTT.

Media massa lokal di NTT menjadientitas yang penting dalam mendorong perubahan khususnya di wilayah kemiskinan dan korupsi masih merajalela. Hal ini pun dapat menjadi tantangan tersendiri bagi media lokal itu sendiri di satu pihak dan tantangan faktual bagi masyarakat NTT di pihak lain. Tantangan bagi masyarakat NTT adalah bagaimana cara dan kapan mereka mencapai pembebasan dari jaring-jaring pemerintahan yang korup dan dari jerat kemiskinan yang masih merajalela.

Sementara itu, menjadi tantangan bagi media massa lokal ketika media lokal tersebut dapat menjadi alat yang dipakai baik oleh pemilik media dan para pekerja media (jurnalis dan redaktur) maupun oleh para pemilik modal dan penguasa dalam hal ini pemerintah daerah untuk mendominasi, menguasai, mengarahkan pikiran publik, mengkonstruksi realitas, dan menanamkan ideologi.

Eduardus Dosi dalam bukunya *Media Massa dalam Jaring Kekuasaan*, menyebutkan bahwa media di Indonesia pernah menjadi alat di tangan pemerintah untuk mendominasi jagat wacana. Media menjadi alat untuk melegitimasi eksistensi dan struktur kekuasaan politik dan ekonomi. Tetapi dapat juga terjadi sebaliknya. Media bisa menjadi

alat untuk mendeligitimasi kekuasaan yang korup, membongkar kebobrokan yang terjadi dalam tubuh pemerintahan dan masyarakat serta dapat pula menjatuhkan kekuasaan yang otoriter (Dosi, 2012:17-18).

Media massa baik lokal maupun nasional di sisi lain nampak sebagai kekuatan tingkat keempat (*the fourth estate*) di samping kekuatan eksekutif, legislatif dan yudikatif yang bisa jadi telah terkontaminasi oleh praktek-praktek korupsi dan ketidakadilan.

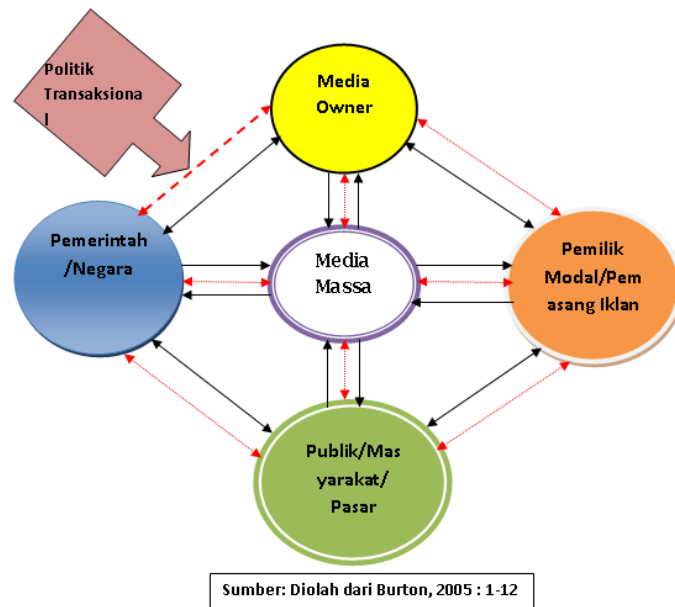
Studi tentang pemberitaan media massa lokal di NTT tentang korupsi di wilayah di mana sebagian besar masyarakatnya masih tergolong miskin menarik minat peneliti untuk mengkaji lebih dalam dengan menggunakan paradigma kritis. Karena itu penelitian ini bersifat kualitatif dan bertujuan untuk menemukan makna di balik konstruksi realitas korupsi dalam media massa lokal di NTT (*Pos Kupang* dan *Flores Pos*).

Landasan Teori

Teori kritis dari Karl Marx dan pandangan dari penganut *Frankfurt School* melandasi penelitian tentang realitas korupsi dalam konstruksi media massa. Kehadiran media massa yang inklusif di tengah sebuah realitas sosial menurut filsuf Jerman, Jürgen Habermas telah menciptakan ruang publik (*der Öffentlichkeit*) bagi warga.

Media massa menjadi sebuah instrumen sosial untuk bisa menciptakan situasi bicara ideal bagi seluruh komponen masyarakat dalam mengkomunikasikan kepentingannya. Media massa mencapai fungsinya sebagai sebuah seruan kenabian (*profetis*) yang menyampaikan “suaranya” untuk menjembatani pluralitas kepentingan dan juga upaya demi tercapai sebuah atmosfer bicara ideal dalam masyarakat.

Media massa menempatkan dirinya pada posisi sentral di tengah berbagai kekuatan sosial politik dan budaya yang berpengaruh dalam satu tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara (baca: Indonesia). Peran media massa di posisi sentral dapat dilihat dari perspektif pluralis-liberal. Media massa menyediakan informasi bagi publik. Media massa berperan secara independen untuk mengontrol pemerintah dan masyarakat. Media massa dapat menjadi “jembatan” untuk menghubungkan berbagai kalangan. Model yang dapat digambarkan untuk menunjukkan media massa di posisi sentral adalah sebagai berikut :



Penampang 1 : Model Media Massa sebagai Sentral Informasi

Keterangan :Media massa pada model tersebut di atas menempatkan diri pada posisi sentral di tengah semua kekuatan yang ada. Terdapat interaksi dari semua kekuatan dengan media massa. Interaksi juga terjadi di antara semua kekuatan yang ada. Politik transaksional dominan terjadi di antara para elit yaitu pemilik media dan para politisi, pemerintah/negara. Politik transaksional pun dapat terjadi pada semua kekuatan yang ada termasuk dengan media massa yang terdapat di posisi sentral. Garis panah berwarna **merah** menunjukkan adanya relasi politik transaksional. Sedangkan garis panah berwarna **hitam** adalah relasi fungsional yang timbal balik (resiprokal) sekaligus menghubungkan semua kekuatan yang ada di mana media massa berada di posisi sentral sebagai penyedia dan penyuplai informasi.

Model politik transaksional tersebut di atas dapat dijelaskan dengan gagasan tentang kekuasaan menurut pemikiran Michel Foucault. Foucault berpendapat bahwa kekuasaan adalah relasi sosial yang amat kompleks dan mengandung relasi yang senantiasa berubah-ubah. Dengan kata lain, kekuasaan itu dipraktikkan dalam suatu ruang lingkup tertentu dan dalam ruang lingkup itu terdapat banyak posisi yang ber-relasi satu sama lain dan senantiasa mengalami pergeseran atau tak menetap. Kuasa identik dengan relasi sosial yang terjadi di berbagai tempat dan waktu (Dosi, 2012: 26).

Pemikiran tersebut di atas dapat menjelaskan berbagai kasus politik transaksional yang terjadi akhir-akhir ini di Indonesia. Relasi

antara politisi dengan pemilik modal menciptakan berbagai kasus korupsi, seperti yang menimpa politisi Muhammad Nazarudin, Angelina Sondak, Andi Alfian Malarangeng dan Anas Urbaningrum dari Partai Demokrat atau kasus korupsi kuota daging sapi impor yang menimpa Presiden PKS Luthfi Hasan Ishaq. Para politisi yang tertimpa kasus korupsi tersebut memiliki relasi dengan para pengusaha/pemilik modal. Mereka memanfaatkan kekuasaan masing-masing untuk meraup keuntungan pribadi dengan mengambil uang rakyat.

Bagi Foucault kekuasaan itu menyebar di mana-mana (*power is omnipresent*), dan meresap dalam seluruh jalinan relasi-relasi sosial. Kekuasaan tidak berpusat pada individu-individu, melainkan bekerja, beroperasi dalam konstruksi pengetahuan,

dalam perkembangan ilmu dan pendirian-pendirian lembaga. Karena ia menyebar dan bekerja mengendalikan banyak orang, komunitas, kelompok, kepentingan, dan sebagainya, maka sifatnya menjadi produktif – bukan represif – dan memiliki kekuatan menormalkan hubungan-hubungan masyarakat (Dosi, 2012: 27).

Kondisi bangsa Indonesia akhir-akhir ini selalu didera dengan berbagai kasus korupsi. Posisi media massa yang menempatkan dirinya pada sentral dari semua kekuatan yang ada, dapat dengan mudah dimanfaatkan untuk tujuan politik transaksional tersebut. Media massa, jika tidak independen dan professional, maka cepat atau lambat ia pun dapat terseret pada arus kuat politik transaksional. Media massa dijadikan semacam alat yang dapat menimbulkan *effect* atau pengaruh bagi kalangan masyarakat untuk memberikan hak suara demi melegalkan kekuasaan yang diraih dengan menghalalkan segala cara.

Posisi media massa yang berada di sentral dari semua kekuatan yang ada seperti pada model tersebut di atas sangat berpotensi untuk dapat dikooptasi oleh kekuatan pemilik media, pemerintah/negara, pemilik modal/ pengiklan dan masyarakat/publik. Pada posisi seperti ini, media diharapkan independen dan professional dalam menjalankan tugas atau misinya untuk menyampaikan berbagai informasi. Dengan posisi media di sentral, sangat berpotensi juga terjadinya politik transaksional. Banyak media “terpaksa” melakukan hal tersebut agar ia tetap eksis. Media massa terpaksa melakukan apa yang disebut sebagai *jurnalisme kepiting*. Artinya setiap pemberitaan dan pernyataan sikap melalui editorial atau tajuk rencananya dikonstruksi melalui bahasa yang aman agar media massa tersebut tetap aman dalam menjalankan bisnis media.

Munculnya berbagai *platform* media baik dalam bentuk media cetak, elektronik dan bahkan media digital internet sangat dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini tentu saja telah memenuhi kerinduan dasariah manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain tanpa ada sekat dan batasan. Dunia kini memang telah menjadi hanya sebuah kampung global tanpa batas (*the borderless world*). Berbagai informasi disuguhkan kepada masyarakat mulai dari yang berbobot sampai dengan informasi sekedar sensasi yang sesungguhnya memberikan ruang kepadanya untuk memilah dan memilih mana yang penting dan berguna untuk hidupnya dan mana yang tidak.

Dari gambaran sebagaimana dikemukakan di atas nampaknya tidak sulit bagi kita untuk mengatakan bahwa media memberikan kontribusi bagi proses demokratisasi di suatu negara. Terutama di tengah sebuah rezim pemerintahan yang cenderung mereduksi peran warga, mengeleminasi kebebasan masyarakat sipil dan terjadi dominasi komunikasi oleh pemerintah kepada rakyatnya. Dalam bahasanya Karl Marx media massa sebagai kekuatan sosial tampil menyampaikan suara dan sikapnya mewakili kaum *proletar* yang mengalami ketertindasan struktur ekonomi dan politik (Berlin, 2007: 126-134).

Media massaberperan sebagai agen perubahan di tengah masyarakat dan konstelasi pemerintahan dituntut untuk menunjukkan independensi, kebebasan dan keberanian moral dalam melakukan kontrol demi terwujudnya transformasi dan reformasi pemerintahan dengan menyampaikan informasi yang benar dan obyektif kepada masyarakat. Media massa menjalankan fungsinya dengan melakukan kritik dan kontrol terhadap penyelenggaraan kekuasaan (*the working power*) agar bebas dari penyalahgunaan kuasa (*the abuse of power*).

Konflik kapitalisme pers dan ideologi media massa mengakibatkan buramnya nilai-nilai pragmatis dalam pers. Salah satu resikonya adalah pemberitaan pers yang cenderung tidak bertanggungjawab terhadap berbagai dampak pemberitaannya. Itu sebabnya tidak mengherankan bila tanggungjawab sosial pers lantas nyaris tidak dihiraukan oleh pekerja pers. Pada gilirannya, pertanggungjawaban pers berada di luar kerangka profesionalisme media massa dan tanggungjawab kemanusiaan.

Pendapat tersebut di atas mau mengafirmasi adanya manipulasi media demi kepentingan ekonomi politik media semata (*public can be manipulated by media*), karena media memiliki agendanya sendiri untuk memproduksi informasi bagi publik. Semua pesan yang disampaikan oleh media “dibangun” atau dikonstruksikan. Media massa memiliki agendanya sendiri yang disebut *agenda setting* media massa (Tamburaka, 2012: 75-84). Media massamemang memiliki pegangan etika selain undang-undang atau ketentuan aturan main lainnya, tetapi media massa baik cetak maupun elektronik tidak terlepas dari arus kuat pengaruh kepentingan-kepentingan penguasa (termasuk negara) atau pemilik modal, pemilik media (*media owner*).

Pemikiran tersebut di atas berpijak pada pendekatan Marxian yang menyatakan bahwa media adalah tempat di mana pertarungan ideologi terjadi. Sementara itu, Habermas menegaskan bahwa media merupakan sebuah realitas di mana ideologi dominan dalam hal ini kapitalisme disebarkan kepada khalayak dan membentuk apa yang disebutnya sebagai kesadaran palsu (*false consciousness*) (Maryani, 2011: 40).

Kajian ekonomi politik terhadap produk media menunjukkan adanya relasi yang terjadi antara penguasa (negara/pemerintah), pemilik media, pemilik modal dalam hal ini perusahaan-perusahaan yang menjadi sponsor dan pengiklan, editor, jurnalis dan sumber berita. Produksi media tidak terlepas dari upaya konglomerasi yang tentu saja membuat produk media terkomodifikasi. Para pemilik media memiliki *power* atau kekuasaan yang boleh jadi sewenang-wenang sehingga selalu memaksakan keinginannya untuk meraup keuntungan dalam jumlah yang banyak dan dalam tempo yang relatif cepat. Ekonomi politik juga mengamati bagaimana sistem pasar bekerja. Sistem

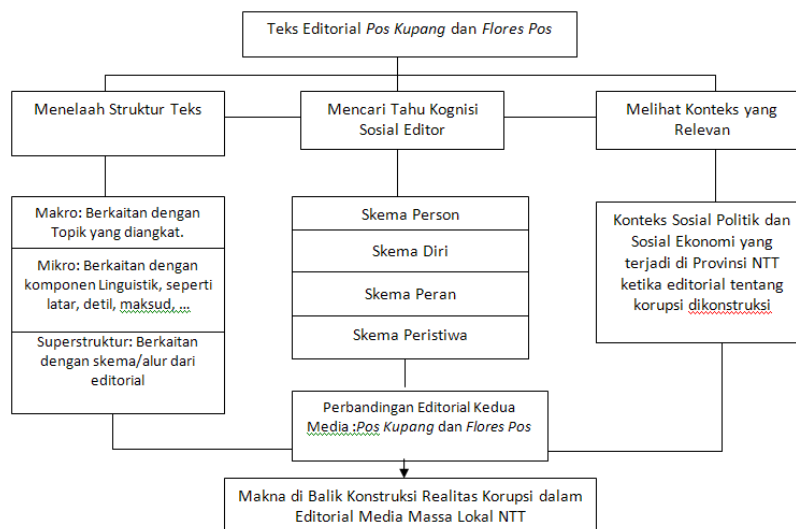
pasar tentu saja berkaitan dengan sistem ekonomi, politik dan komunikasi yang terjadi dalam struktur kapitalisme global.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan strategi risetnya adalah analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*) dari Teun A. van Dijk. Unit analisisnya adalah topik, skema, latar, detil, maksud, bentuk kalimat, koherensi, kata ganti, leksikon, grafis, metafora, kognisi sosial, dan konteks.

Analisis wacana kritis dari Teun A. van Dijk sering disebut sebagai “kognisi sosial”. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, tetapi juga pada kognisi sosial dan konteks di mana teks tersebut diproduksi (Eriyanto, 2012: 221).

Langkah-langkah yang ditempuh oleh peneliti mengacu kepada metode analisis wacana kritis dari Teun A. van Dijk (dalam Eriyanto, 2012: 229-275) dapat digambarkan sebagai berikut:



Penampang 2: Alur Penelitian Berdasarkan Metode Analisis Wacana Kritis van Dijk

Teknik analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menelaah struktur teks editorial dari *Pos Kupang* dan *Flores Pos*, mencari tahu kognisi sosial editor kedua media, dan mengaitkannya dengan konteks sosial politik dan sosial ekonomi yang terjadi ketika teks editorial tentang korupsi dikonstruksi. Teks editorial, kognisi sosial editor, dan konteks sosial merupakan satu kesatuan yang komprehensif di dalam metode analisis wacana kritis

dari Teun A. van Dijk. Ketiga komponen tersebut dipakai untuk menemukan makna yakni realitas di balik editorial kedua media massa lokal tersebut.

Teun A. van Dijk melalui artikelnya pada *Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (dalam Jensen, Klaus Bruhn dan Nicholas W. Jankowski, 1993: 118-119) menjelaskan bahwa baik struktur teks, kognisi sosial, maupun konteks sosial adalah bagian yang

integral, tidak terpisah satu dengan yang lainnya. Kalau suatu teks mempunyai ideologi tertentu atau kecenderungan pemberitaan tertentu maka itu menandakan dua hal. *Pertama*, teks tersebut merefleksikan struktur kognisi sosial wartawan atau editor ketika memandang suatu peristiwa atau persoalan. *Kedua*, teks tersebut merefleksikan pandangan sosial secara umum. Untuk itu dibutuhkan analisis yang luas, bukan hanya pada teks tetapi juga pada kognisi sosial dan konteks sosial yang mempengaruhi teks tersebut.

Penelitian ini menggunakan data teks editorial *Pos Kupang* dan *Flores Pos* tahun 2009 – 2010. Periodisasi (tahun 2009 – 2010) ini ditentukan oleh peneliti karena pada tahun-tahun tersebut tingkat korupsi di Provinsi Nusa Tenggara Timur dianggap cukup signifikan. Hal ini terbukti dengan beberapa hasil survei, seperti yang dilakukan oleh *Transparency International Indonesia* (TII) yang menyatakan bahwa pada tahun 2009 Kota Kupang di Provinsi NTT sebagai kota terkorup di Indonesia. Selain itu data yang dilansir oleh FITRA (Forum Indonesia untuk Transparansi Anggaran) juga mengungkap data berdasarkan publikasi Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) semester II tahun 2011 di mana Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) menempati urutan terkorup ke-19 dari 33 provinsi di Indonesia, dengan jumlah kerugian negara sebesar 44 miliar (Detik.com. “Peringkat Provinsi Terkorup”. Diakses Rabu, 08 Mei 2013. Pukul 16.00 WIB).

Tahun 2009 - 2010 ditentukan oleh peneliti juga karena pada tahun-tahun itulah awal kepemimpinan beberapa bupati di Provinsi NTT setelah memenangkan “pertarungan” dalam Pilkada, seperti Kabupaten Sikka, Kabupaten Ende, Kabupaten Ngada, Kabupaten Nagekeo, Kabupaten Manggarai, Kabupaten Manggarai Timur, Kabupaten Manggarai Barat, Kabupaten Flores Timur, Kabupaten Lembata, Kabupaten Kupang, Kabupaten Rote Ndao. Mengapa hal ini menjadi alasan bagi penentuan periodisasi dalam penelitian ini? Pertanyaan ini perlu dijawab untuk membuktikan adanya hipotesis yang sering menjadi latar belakang bahwa bupati dan/atau walikota melakukan korupsi karena mulai tahap pencalonan sampai terpilih, mereka telah mengeluarkan ongkos politik yang sangat besar sehingga mereka harus segera balik modal. Selain itu juga banyak bupati dan/atau walikota yang terjerat kasus korupsi karena terbukanya kesempatan untuk korupsi, seperti melalui peraturan daerah, peraturan bupati, dan peraturan walikota (Haboddin dan Rahman, 2013: 76-77).

Penelitian ini juga didasarkan pada kondisi masyarakat di Provinsi NTT yang masih tergolong miskin diperparah dengan realitas korupsi yang kian merajalela dari tingkat provinsi hingga ke desa-desa.

Berdasarkan data BPS 2007-2008, tingkat kemiskinan NTT 27,51%, lebih tinggi dari rata rata kemiskinan nasional yaitu 15,52%. Kantong-kantong kemiskinan banyak terkonsentrasi di wilayah pedesaan yang menunjukkan pemerataan pertumbuhan ekonomi belum berjalan sesuai harapan. Potret memprihatinkan juga terlihat dari rendahnya derajat pembangunan SDM. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) NTT, hanya 65,40 lebih rendah dari rata rata nasional 70,59. Hal ini juga bisa terlihat dari tingkat kelulusan Ujian Nasional (UN) tingkat SMA tahun 2010, terendah se-Indonesia. Siswa NTT yang tidak lulus jumlahnya lebih dari separuh, mencapai 52,08%. Pembangunan sektor kesehatan juga tergolong rendah. Potensi kematian bayi sebesar 31 orang/1000 kelahiran dan angka harapan hidup rata rata penduduk juga jauh lebih rendah dari rata rata nasional (dalam <http://antikorupsi.org>. "Selamatkan NTT dari Kelaparan dan Korupsi: Ironi Daerah Miskin Namun Tingkat Korupsinya Tinggi". Diakses Rabu, 8 Mei 2013. Pukul 18.30 WIB).

Periodisasi tahun 2009 – 2010 dan kondisi kemiskinan yang mendera masyarakat di Provinsi NTT menjadi konteks sosial politik dan sosial ekonomi dalam menganalisis data teks editorial *Pos Kupang* dan *Flores Pos* tentang realitas korupsi di Provinsi NTT. Peneliti membuat analisis berdasarkan tiga tahapan yang oleh van Dijk (dalam Eriyanto, 2012: 226) merupakan satu kesatuan yang koheren.

Pertama, analisis struktur wacana di mana teks editorial *Pos Kupang* dan *Flores Pos* dibedah secara makro, yakni mengkaji makna global dari topik/tema dalam teks editorial. Analisis secara mikro ditempuh dengan mengkaji makna lokal dari teks editorial yang dapat diamati melalui pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh editor dalam konstruksi teks editorial. Selain itu, analisis superstruktur yang berkaitan dengan kerangka teks editorial yaitu bagian pendahuluan, isi, dan kesimpulan/penutup.

Kedua, analisis kognisi sosial editor. Analisis ini meliputi kajian terhadap kesadaran mental dan pengetahuan dari penulis teks editorial *Pos Kupang* dan *Flores Pos*. Analisis ini penting karena setiap editor memiliki konsep dan pemahaman yang unik yang menjadi latarbelakang

dari konstruksi yang dibuatnya terhadap realitas korupsi dalam teks editorial.

Ketiga, analisis konteks sosial yaitu upaya untuk menganalisis bagaimana wacana korupsi

dikonstruksi oleh media massa yang berkaitan dengan kekuasaan politik dan pemerintahan daerah serta kondisi kemiskinan yang dialami oleh masyarakat di wilayah Provinsi NTT..

Tabel 1
Hasil Penelitian menurut Model Analisis Wacana Kritis van Dijk

Level Analisis	<i>Flores Pos</i>	<i>Pos Kupang</i>
Teks	Teks editorial <i>Flores Pos</i> , menunjukkan adanya perlawanan yang keras dan tegas terhadap korupsi. Secara makro, editorial <i>Flores Pos</i> menunjukkan tema yang dominan, yaitu: mendorong proses hukum atas semua kasus korupsi. Teks editorial <i>Flores Pos</i> umumnya langsung “menyerang” para koruptor.	Teks editorial <i>Pos Kupang</i> merupakan respon institusi terhadap fenomena yang terjadi. Secara makro, editorial <i>Pos Kupang</i> memiliki tema dominan, yaitu: menyoroti upaya mengatasi masalah korupsi. Editorial <i>Pos Kupang</i> tidak menyerang langsung para pelaku kejahatan korupsi.
Kognisi Sosial	Frans Anggal adalah penulis yang paling sering menggunakan skema peristiwa (<i>event schemas</i>). Ia juga memakai memori semantik (<i>semantic memory</i>) dalam menjelaskan realitas korupsi yang terjadi dalam teks editorialnya. Penulis editorial <i>Flores Pos</i> berani mengangkat kasus korupsi berdasarkan fakta. Bahasa yang digunakan cenderung “menyerang” para pelaku korupsi.	Penulis editorial, Tony Kleden selalu mengambil posisi sebagai “pembaca”. Penulisannya memakai skema peristiwa (<i>event schemas</i>). Kasus korupsi yang menjadi berita di <i>Pos Kupang</i> , ditulis kembali dengan model peristiwa yang memuat kritik media. Namun bahasa kritiknya santun atau cenderung memperhalus (ada gejala eufemisme).
Konteks Sosial	Baik <i>Flores Pos</i> maupun <i>Pos Kupang</i> , keduanya dilatari oleh konteks sosial yang sama yaitu kemiskinan dan korupsi di hampir semua daerah di NTT antara tahun 2009-2010 yang cukup memprihatinkan. Banyak kasus korupsi yang terjadi, sementara kasus korupsi dari tahun-tahun sebelumnya belum tuntas diselesaikan secara hukum oleh aparat penegak hukum. Sementara itu, rakyat NTT cenderung apatis terhadap jalannya pemerintahan di daerah. Kondisi ini dipicu oleh tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan (ekonomi) yang sangat rendah. Keseluruhan realitas di atas, sangat berbanding terbalik dengan kehidupan para pejabatnya yang tergolong “mewah”. Sehingga dapat dikatakan bahwa pembangunan di NTT masih dinikmati oleh segelintir orang saja.	

Hasil Penelitian

1. Korupsi dalam Kemasan Editorial: Sebuah Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Korupsi bagi masyarakat di Propinsi NTT telah menjadi seperti “gurita” yang melilit penderitaan masyarakat. Bahkan korupsi bukan

hanya sesuatu yang kronis, tetapi juga ironis karena terjadi di daerah yang tergolong miskin. Ibaratnya sudah jatuh ketimpa tangga, sudah miskin, korupsi pula (SinlaEloE, 2010).

Setelah melalui proses analisis terhadap teks editorial *Pos Kupang* dan *Flores Pos* dengan menggunakan strategi riset *critical discourse*

analysis dari Teun A. van Dijk maka terungkap realitas di balik teks editorial kedua media lokal NTT itu. Bahwa para pelaku tindak korupsi di NTT bervariasi. Umumnya para pelakunya adalah kalangan menengah ke atas, yaitu para pejabat pemerintahan daerah (gubernur, walikota/bupati, kepala dinas, camat, kepala desa dan staf pemerintahan daerah lainnya), anggota DPRD, polisi, jaksa, hakim, pengurus partai politik, para pengusaha, bahkan para kepala sekolah dan guru pun terlibat dalam masalah korupsi di NTT. Akibat dari tindak korupsi pun bervariasi di masyarakat kecil yang lebih merasakan efek buruk yang langsung bertalian dengan korupsi, seperti: kemiskinan, gizi buruk, angka putus sekolah yang tinggi, serta pengangguran yang kian marak

2. Editorial *Flores Pos*

Editorial *Flores Pos* dikenal dengan nama “Bentara”. Mengapa disebut “Bentara”, tentu ada alasannya. Alasan atau pun latar belakang nama “Bentara” untuk rubrik editorial *Flores Pos*, memiliki makna filosofisnya yaitu pembawa kabar (sabda). Makna ini tentu saja sejalan dengan semangat (spirit) yang ada dalam diri Serikat Sabda Allah (*Societas Verbi Divini/SVD*) Provinsi Ende selaku pemilik surat kabar harian *Flores Pos*, yakniewartakan kabar gembira kepada seluruh umat manusia.

Berdasarkan wawancara, Frans Anggal menyebutkan bahwa nama “Bentara” yang dipakai sebagai nama untuk editorial *Flores Pos* saat ini sesungguhnya memiliki makna filosofis dan keterkaitan historis sesuai dengan penjelasan tersebut di atas. “Bentara” *Flores Pos* merupakan sikap resmi *Flores Pos* terhadap sebuah isu atau pun kejadian atau fakta yang sedang “memanas” baik di tingkat daerah, nasional, maupun internasional. “Bentara” *Flores Pos* merupakan juga pedoman ke mana peliputan berita harus diarahkan.

Penulis rubrik “Bentara” pada *Flores Pos* adalah seorang wartawan senior sekaligus menjabat sebagai pemimpin redaksi pada surat kabar tersebut. Dia adalah Frans Anggal. Pendidikan terakhirnya adalah sarjana di bidang filsafat pada Sekolah Tinggi Ilmu Filsafat Katolik Ledalero, Maumere, Flores, NTT. Frans Anggal menulis “Bentara” seorang diri. Hanya dia sajalah yang dipercayakan untuk menulis rubrik “Bentara”. Kecuali jika ia berhalangan, maka pemimpin umum mengambil kebijakan dengan menentukan orang lain yang memiliki kapasitas dan kapabilitas. Kebijakan dalam menentukan satu orang

saja yang menjadi penulis editorial *Flores Pos* diambil dengan alasan agar sikap media sebagai sebuah institusi pers tidak membias dan berubah-ubah sesuai perspektif orang yang berbeda-beda.

Menurut Frans Anggal, masalah korupsi di wilayah NTT selalu diangkat dalam rubrik editorial *Flores Pos*. *Flores Pos* mau menunjukkan sikapnya yang jelas menolak praktek korupsi dengan segala bentuknya maupun siapa pun orangnya baik di tingkat daerah (kabupaten) maupun tingkat propinsi. Dengan ini *Flores Pos* berkomitmen menunjukkan sikap menolak praktek korupsi di NTT sekaligus bertujuan menyadarkan pembaca *Flores Pos* bahwa korupsi dalam bentuk apa pun harus ditolak di NTT.

Tujuan lain dengan diangkatnya masalah korupsi di NTT dalam editorial *Flores Pos* adalah mau mengubah pandangan masyarakat (*mindset*) untuk tidak menerima nasibnya sebagai orang miskin di daerah tertinggal, tetapi harus bangkit untuk mengubah nasibnya sendiri, di antaranya dengan melawan praktik korupsi.

Sikap *Flores Pos* sebagai institusi media (pers daerah) terhadap korupsi di NTT adalah menentang dengan tegas tindakan korupsi sebagai bentuk kejahatan terhadap rakyat yang menambah kemiskinan rakyat. *Flores Pos* juga dengan lugas dan tegas membela kepentingan rakyat dan mendorong proses penegakan hukum bagi para aktor korupsi (koruptor) yang adalah para pejabat di daerah baik eksekutif maupun legislatif.

3. Editorial *Pos Kupang*

“Salam” adalah nama yang diberikan untuk rubrik editorial pada surat kabar *Pos Kupang*. Seperti “Bentara” pada *Flores Pos* memiliki makna filosofis, nama “Salam” untuk rubrik editorial pada *Pos Kupang* pun memiliki makna filosofis. Berdasarkan wawancara dengan Tony Kledne, “Salam” untuk *Pos Kupang* berarti hendak menyapa para pembacanya.

Pos Kupang tentu punya caranya sendiri untuk menyapa para pembaca. Namun bukan hanya menyapa tetapi lebih dari itu, melalui rubrik “Salam”, *Pos Kupang* sebagai sebuah institusi pers daerah di Propinsi Nusa Tenggara Timur mengambil sikap kritis tetapi tetap dengan cara yang halus dan santun. Pesan yang disampaikan melalui “Salam” harus tetap kuat.

Pos Kupang dalam menjalankan fungsi kontrolnya terhadap pemerintah setempat berupaya menunjukkan warna khasnya melalui pilihan kata yang tidak menghakimi atau menuduh tetapi dengan

mengambil posisi “pembaca”, *Pos Kupang Kupang*) terhadap fakta atau fenomena sosial yang menyampaikan sikapnya dalam rubrik “Salam”. sedang terjadi.
 “Salam” adalah sikap terakhir dari media (*Pos*

Tabel 2
Editorial Flores Pos tentang Korupsi di NTT

THN	BULAN	HARI/TGL	JUDUL	PENULIS	KET
2009	Januari	-	-	-	Kosong
	Pebruari	-	-	-	Kosong
	Maret	Rabu, 4	“Quo Vadis” Polda NTT?	F. Anggal	
		Jumat, 13	Ketika Longginus Ditahan		
		Sabtu, 14	Kadis Juit Tidak Sendirian		
	April	-	-	-	Kosong
	Mei	Kamis, 14	Ongge 2 Tahun, Jawar 4 Tahun, Ada Apa?	F. Anggal	
		Sabtu, 16	Mabar, Proyek Siluman		
		Selasa, 26	Mengadili Padju Leok		
	Juni	-	-	-	Kosong
	Juli	-	-	-	Kosong
	Agustus	-	-	-	Kosong
	September	-	-	-	Kosong
Oktober	-	-	-	Kosong	
November	-	-	-	Kosong	
Desember	-	-	-	Kosong	
2010	Januari	-	-	-	Kosong
	Pebruari	-	-	-	Kosong
	Maret	Jumat, 5	Kajari Benar, Tapi...	F. Anggal	
		Rabu, 10	Matim dan Laskar Lapar		
		Jumat, 12	Beberkan Saja, Roby!		
	April	-	-	-	Kosong
	Mei	Sabtu, 15	Si Tuyul dari Nagekeo	F. Anggal	
		Kamis, 20	Rekomendasi Balas Dendam?		
		Selasa, 25	Rakyat Sekarat, DPRD Nikmat		
	Juni	Senin, 7	Korupsi, Negara Untung	F. Anggal	
	Juli	Kamis, 15	Dana Bagi Parpol Nagekeo	F. Anggal	
	Agustus	Rabu, 18	Ke-12an Manggarai Timur	F. Anggal	
	September	Senin, 6	Vonis Seakan Tip Korupsi	F. Anggal	
Oktober	-	-	-	Kosong	
November	-	-	-	Kosong	
Desember	-	-	-	Kosong	

“Salam” ditulis oleh para redaktur senior *Pos Kupang* secara bergilir. Namun yang paling sering mendapat tugas menulis editorial *Pos Kupang* adalah Tony Kleden. Tony Kleden bekerja di *Pos Kupang* sejak tahun 1996 sebagai seorang reporter. Ketika itu *Pos Kupang* masih berusia 4 tahun. Tidak lama bagi seorang Tony Kleden untuk mendapat kepercayaan sebagai salah seorang redaktur di *Pos Kupang*. Pada tahun 1997, ia dipercayakan sebagai

redaktur pendidikan dan kota. Tony Kleden yang berlatarbelakang pendidikan sarajana filsafat ternyata memiliki bakat di bidang tulis-menulis. Karena itu pula lah ia mendapat kepercayaan sebagai penulis kolom editorialnya *Pos Kupang*.

“Salam” memiliki ruang yang sempit. Terdiri atas 70 baris, sehingga membutuhkan keahlian dan kecerdasan dalam membuat pilihan kata yang tepat guna menunjukkan konteks tanpa

perlu mengulang-ulang berita yang sudah dilansir tetapi segera menunjukkan sikap yang jelas dari sebuah institusi pers daerah yang bernama *Pos Kupang* terhadap berbagai fakta dan fenomena sosial yang terjadi. Salah satunya adalah masalah korupsi di daerah miskin, NTT.

Sikap *Pos Kupang* sebagai salah satu institusi media (pers daerah) di NTT adalah menolak

praktik korupsi dalam bentuk apa pun yang menyebabkan kemiskinan bagi rakyat. *Pos Kupang* tetap menjalankan fungsi kontrolnya terhadap jalannya tata pemerintahan yang bersih dari praktik korupsi. Para pejabat daerah baik eksekutif maupun legislatif mendapat sorotan dari *Pos Kupang*, dalam rangka menjalankan fungsi kontrol pers.

Tabel 3
Editorial *Pos Kupang* tentang Korupsi di NTT

THN	BULAN	HARI/TGL	JUDUL	PENULIS	KET	
2009	Januari	Selasa, 6	Penanganan Korupsi di Lembata	T. Kleden		
	Pebruari	Jumat, 20	Mengungkap Modus Praktek Korupsi	T. Kleden		
	Maret	-	-	-	Kosong	
	April	-	-	-	Kosong	
	Mei	Senin, 11	Rabu, 27	Korupsi di Flores Timur, Sebatas Wacana (?)	T. Kleden	
				Tentang Persengkongkolan Tender Proyek		
	Juni	-	-	-	Kosong	
	Juli	-	-	-		
	Agustus	-	-	-	Kosong	
	September	-	-	-	Kosong	
	Oktober	-	-	-	Kosong	
	November	-	-	-	Kosong	
Desember	Kamis, 10		HAM, Korupsi dan Modus Vivendi	T. Kleden		
2010	Januari	-	-	-	Kosong	
	Pebruari	-	-	-	Kosong	
	Maret	Kamis, 4	Sabtu, 20	Ada Apa dengan Perusahaan Daerah Kita?	T. Kleden	
				Pemberantasan Korupsi Belum Dilakukan Sepenuh Hati		
	April	Selasa, 13		Tentang Kinerja Jaksa di Kejari Ende	T. Kleden	
		Senin, 19		Antara Jabatan dan Tanggung Jawab		
		Selasa, 27		Tindak Lanjuti Temuan Proyek Fiktif		
	Mei	Kamis, 6	Senin, 24	Tender Proyek dan "Hukum Atur-Mengatur"	T. Kleden	
				Perlahan-lahan Menghilang		
	Juni	Selasa, 15		Usut Dugaan Korupsi Pembangunan Rumah di Solor	T. Kleden	
	Juli	-	-	-	-	Kosong
	Agustus	Senin, 16		"Main Mata" Vonis Perkara	T. Kleden	
	September	-	-	-	-	Kosong
	Oktober	-	-	-	-	Kosong
November	-	-	-	-	Kosong	
Desember	-	-	-	-	Kosong	

Catatan : Dari **Tabel 2** dan **3** di atas, dapat dilihat bahwa tidak seluruh hari/bulan dalam tahun 2009 - 2010, *Flores Pos* dan *Pos Kupang* memuat editorial yang mengulas masalah korupsi. Bahkan beberapa bulan berturut-turut, editorial kedua media tersebut tidak membahas masalah korupsi (Ada topik lain yang diangkat oleh media lokal di NTT itu selama tahun 2009-2010). Data yang digunakan adalah data tahun 2009-2010. Data ini didapatkan peneliti melalui kliping koran *Flores Pos* dan *Pos Kupang* yang tersedia pada kantor redaksi kedua media massa lokal tersebut. Selain itu, data tahun 2009-2010 relevan karena pada tahun tersebut jumlah kasus korupsi di Provinsi NTT mulaimeningkat seiring dengan masa awal kepemimpinan para pejabat di daerah setelah menang dalam Pilkada. Ternyata kasus korupsi di NTT terus meningkat dari jumlah kerugian negara 44 milyar di tahun 2011 meningkat menjadi Rp 449.851.831.680,00 (*Empat ratus empat puluh Sembilan milyar delapan ratus lima puluh satu juta delapan ratus tiga puluh satu ribu enam ratus delapan puluh rupiah*) di tahun 2012 (Mboeik, 2012).

Kesimpulan

Flores Pos dan *Pos Kupang* adalah dua media massa lokal yang dikenal luas di wilayah Propinsi Nusa Tenggara Timur. Kedua surat kabar ini tentu saja memiliki idealisme dan juga landasan komersial yang khas menurut visi dan misi yang diemban oleh masing-masing surat kabar. Faktor lainnya yang turut menentukan langkah dan arah perjuangan sebuah surat kabar adalah kepemilikan media (*mediaownership*). Hal ini pun pada gilirannya menentukan pula sikap dari surat kabar tersebut berhadapan dengan fakta, isu dan fenomena sosial yang terjadi pada masyarakat. Di antaranya adalah masalah korupsi.

Studi wacana kritis terhadap teks editorial dari dua media lokal yang tersebar luas di wilayah Provinsi NTT tersebut menunjukkan bahwa aktor yang melakukan kejahatan korupsi di NTT umumnya adalah para pejabat daerah baik eksekutif maupun legislatif. Para pejabat birokrat ini biasanya melakukan kolusi dengan para pengusaha (kontraktor) selain melakukan tindakan yang sama (praktik KKN) dengan oknum penegak hukum.

Selain itu, teks editorial yang dikonstruksi oleh kedua media lokal NTT tersebut menunjukkan adanya instansi atau dinas pemerintahan dan perusahaan milik daerah yang disebut sebagai "tempat basah", yaitu tempat di mana terdapat banyak proyek. Uang untuk proyek-proyek inilah

yang menjadi objek atau sasaran untuk dikorupsi oleh para aktor korupsi (koruptor) yang memiliki kekuasaan dan akses yang besar.

Penelitian terhadap teks editorial media lokal NTT ini pun menemukan realitas di balik teks yang menunjukkan bahwa masyarakat di NTT umumnya tidak mempunyai kekuatan (*power*) yang cukup untuk turut serta mengontrol tata kelola pemerintahan daerah yang baik. Pada tataran ini posisi media lokal di NTT menjadi penting. Di sinilah letak pentingnya mengetahui sikap media, dalam hal ini *Flores Pos* dan *Pos Kupang* berhadapan dengan masalah korupsi di NTT.

Mengapa penting untuk mengetahui sikap media tersebut? Jawabannya adalah karena masyarakat di NTT membutuhkan media dalam melakukan kontrol yang melekat terhadap elit yang memiliki kekuasaan dan akses yang dominan. Kualitas produksi dari media lokal di Provinsi NTT menjadi taruhan bagi keberlangsungan hidup media tersebut. Hal ini dikarenakan oleh kemajuan pesat di bidang teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan orang beralih ke media lain yang cenderung lebih menghibur daripada mendidik atau mengontrol sehingga masyarakat menjadi apatis terhadap berbagai masalah di tingkat lokal yang terjadi, termasuk korupsi di Provinsi NTT yang kian merajalela.

Fungsi kontrol terhadap penyelenggaraan negara di daerah, tentu saja dapat dijalankan oleh kedua media massa lokal NTT, *Flores Pos* maupun *Pos Kupang*. Kedua media massa lokal tersebut memiliki sikap terhadap berbagai permasalahan lokal termasuk korupsi. Hal ini penting agar masyarakat NTT pun mampu turut serta berpartisipasi dalam upaya pemberantasan korupsi yang kian merajalela di hampir semua daerah (kabupaten/kota) di Provinsi NTT.

Peneliti juga berkesimpulan bahwa media massa lokal NTT belum berhasil secara signifikan memberikan kesadaran istimewa bagi penyelenggara pemerintahan daerah untuk mengutamakan tata kelola pemerintahan yang bersih dan bebas dari korupsi. Hal ini terbukti dengan terus meningkatnya jumlah kasus korupsi di Provinsi NTT dan semakin besarnya jumlah kerugian negara.

Sarah Lery Mboeik (2012) melaporkan bahwa potret korupsi di NTT menunjukkan bahwa Nusa Tetap Terkorup. Itulah julukan yang paling pantas diberikan untuk NTT, jika fenomena korupsi di Provinsi ini dicermati secara jujur. Hasil pemantauan PIAR-NTT (Perkumpulan Pengembangan Inisiatif dan Advokasi Rakyat Nusa

Tenggara Timur) menunjukkan bahwa pada tahun 2012, di NTT dari 135 (*Seratus Tiga Puluh Lima*) kasus korupsi yang dipantau oleh PIAR-NTT, terdapat indikasi kerugian negara sebesar Rp 49.851.831.680,00 (*Empat ratus empat puluh Sembilan milyar delapan ratus lima puluh satu juta delapan ratus tiga puluh satu ribu enam ratus delapan puluh rupiah*).

Keseluruhan kasus korupsi yang dipantau oleh PIAR-NTT ini, tersebar di 20 (Dua Puluh) Kabupaten/Kota dan 1 (satu) daerah dekonsentrasi yakni, Provinsi NTT. Peta penyebaran kasus per-wilayah cukup merata, yakni berkisar antara 1 – 20 kasus. Kasus terbanyak terjadi di Kab. Rote Ndao dengan 20 kasus dan disusul oleh jajaran pejabat pemerintahan di tingkat Provinsi NTT dengan 17 kasus, Kota Kupang 15 kasus, Kab. TTS 13 kasus, Kab. Sikka 13 kasus, Kab. Manggarai 9 kasus, Kab. Flores Timur 8 kasus, Kab. TTU 7 kasus, Kab. Ende 7 kasus, Kab. Kupang 5 Kasus, Kab. Belu 4 kasus, Kab. Alor 4 kasus, Kab. Sumba Barat Daya 2 kasus, Kab. Sumba Timur 2 kasus, Kab. Manggarai Barat 2 kasus, Kab. Lembata 2 kasus. Selanjutnya di Kab. Sumba Barat, Kab. Nagakeo, Kab. Manggara Timur dan Kab. Sabu Raijua masing-masing terdapat 1 kasus.

Peneliti berpendapat bahwa penelitian terhadap teks editorial media massa lokal di NTT dengan menggunakan metode analisis wacana kritis van Dijk (*Critical Discourse Analysis/CDA*) adalah sebuah terobosan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan tentang bagaimana sikap media lokal NTT terhadap realitas korupsi yang terjadi di Provinsi NTT. Metode analisis wacana kritis (AWK) model van Dijk ini tidak hanya digunakan untuk menganalisis teks berita semata, tetapi juga dapat dipakai untuk menganalisis teks editorial yang adalah juga produk media. Hal ini beralasan karena metode analisis wacana kritis (AWK) model van Dijk pada hakekatnya dipakai untuk membongkar kepentingan-kepentingan (realitas lain) yang bersifat laten di balik semua teks media. Inilah implikasi teoritis dari analisis wacana kritis (AWK) model van Dijk.

Penelitian seperti ini pun perlu dikembangkan terus pada setiap objek penelitian, baik penelitian tentang institusi media (*media institution*) maupun produk media (*media content*) atau tentang publik/khalayak (*media audience*) dan konteks sosial (*media context*). Hal ini penting guna melihat sejauh mana eksistensi media massa sebagai bagian dari sistem komunikasi massa yang bermanfaat bagi terwujudnya kemajuan di semua

bidang kehidupan dan terciptanya keadilan di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Berlin, Isaiah. 2007. *Karl Marx His Life and Enviroment*. (terj) Eri Setiyawati Alkhtab dan Silvester G. Sukur. Yogyakarta: Pustaka Promothea.
- Burton, Graeme. 2005. *Media and Society, Critical Perspectives*. UK: Bell & Bain Ltd. Glasgow.
- Dosi, Eduardus. 2012. *Media Masa Dalam Jaringan Kekuasaan (Sebuah Studi tentang Relasi Kekuasaan Di Balik Wacana)*. Maumere: Ledalero.
- Eriyanto. 2012. *Analisis Wacana: Pengantar Analisa Teks Media*. Cetakan X. Yogyakarta: LKiS.
- Haboddin, Muhtar dan Fathur Rahman. 2013. *Gurita Korupsi Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa. Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Jensen, Klaus Bruhn dan Nicholas W. Jankowski. Eds. 1993. *Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York: Routledge.
- Maryani, Eni. 2011. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sumber Makalah:

- SinlaEloE, Paul. 2010. *Korupsi dan Pemberantasannya di Propinsi Miskin*. Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Pemuda Antikorupsi dengan tema: Mengukuhkan Semangat Pemuda dalam Mewujudkan Pemerintahan yang Bersih. Diselenggarakan oleh Gerakan Rakyat Antikorupsi (GeRAK) Indonesia bekerja sama

dengan Kemenpora di Hotel Atlet Century Park, Jakarta.

Sumber Internet:

Detik.com.nd. “Peringkat Provinsi Terkorup”.Diakses Rabu, 8 Mei 2013.Pukul 16.00 WIB.

<http://antikorupsi.org>. nd. "Selamatkan NTT dari Kelaparan dan Korupsi: Ironi Daerah Miskin Namun Tingkat Korupsinya Tinggi". Diakses Rabu, 8 Mei 2013.Pukul 18.30 WIB.

Mboeik, Sarah Lery. 2012. “Sektor Pelayanan Publik Terkorup di Nusa Tenggara Timur”. <http://paulsinlaeloe.blogspot.com/2013/01/catatatan-korupsi-akhir-tahun2012piar.html>. Diakses Rabu, 8 Mei 2013 Pukul 18.30 WIB.

Wawancara:

Kleden, Tony, penulis editorial *Pos Kupang*. Tanggal 8 Maret 2011 di Kantor Redaksi *Pos Kupang*, Jl. Kenari No. 1 Naikoten, Kupang.

Anggal, Frans, penulis editorial *Flores Pos*. Tanggal 18 Maret 2011 di Kantor Redaksi *Flores Pos*, Jl. El Tari, 86318 Ende.

Teori Konvergensi Simbolis (*Symbolic Convergence Theory*) Dalam Kajian Pustaka

Oleh:
Dorien Kartikawangi⁷

Abstract

This literature study looks into details about the application of *Symbolic Convergence Theory* (SCT). The theory was introduced by Bormann within a constructivist paradigm which successfully went through debate and argumentation from diverse standpoints. This piece of theoretical analysis suggests that SCT may be applied as an analytical tool in the constantly changing environment driven by the globalization and the significant role of information communication technology today. The argument hereby are presented systematically from the heuristic value of SCT, history, anatomic element, uses in problem solving, explanation of SCT critics, and its role for the future research.

Key words: Communication, Constructivist paradigm, *Symbolic Convergence Theory*,

Interact, Vol. 2, No. 2, Nov 2013,
Hal. 71-81, Prodi Komunikasi,
Unika Atma Jaya Jakarta.

⁷ Dosen Prodi Komunikasi, Unika Atma Jaya, Jakarta, dorien.kartika@atmajaya.ac.id

A. Pengantar: Teori Konvergensi Simbolis (*Symbolic Convergence Theory*)

Dalam tradisi sosio-kultural terdapat teori konvergensi simbolis (*Symbolic Convergence Theory*, selanjutnya disingkat SCT) dari paradigma konstruktivis. SCT merupakan salah satu teori yang menyediakan penjelasan atas suatu fenomena komunikasi berdasarkan komunikasi (*communication-based*). Sebagaimana sebuah teori dibangun yang harus selalu berpijak pada asumsi ontologis berkaitan dengan sifat manusia, demikian pula halnya dengan SCT. SCT dibangun berdasarkan asumsi ontologis bahwa manusia secara alami adalah pendramatisasi (*dramatizers*) atau pencipta fantasi (*fantasizers*). Berdasarkan asumsi tersebut Bormann, Cragan, dan Shield (2001) membangun dan mengembangkan teori SCT melalui serangkaian riset, uji coba, verifikasi dan modifikasi dengan kajian observasi, eksperimen, dan *grounded*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa SCT merupakan hasil dari upaya besar sebuah kajian jangka panjang dan terprogram.

Sebagai teori yang dikaji dalam kajian pustaka SCT akan dibahas dan disajikan secara sistematis yang diawali dengan nilai heuristik SCT, sejarah perkembangan, elemen anatomi, penggunaannya dalam pemecahan masalah, penjelasan atas kritik terhadap SCT, serta penggunaannya dalam riset ke depan sebagai landasan

B. Nilai Heuristik SCT

SCT merupakan teori yang bersifat lintas waktu dan budaya. Menurut Bormann (1985a, hal. 243), SCT menunjukkan peninggalan yang sangat kaya tentang dramatisasi, proses komunikasi yang menciptakan dan mempertahankan kesadaran komunitas, kelompok, maupun organisasi. SCT menunjukkan penggunaan bahasa imajinatif disamping mengembangkan fantasi yang dipahami bersama dan menyatu kedalam visi retorik. Disamping itu SCT juga menjelaskan bagaimana kesadaran kelompok atau komunitas terbentuk, berkembang dan bertahan (Bormann, Cragan, Shield, 1994, hal. 53).

Karakteristik lain dari SCT adalah bahwa SCT menempatkan audiens ditengah paradigma komunikasinya. Meskipun SCT melihat bahwa tempat makna, emosi, nilai, dan motif suatu tindakan berada dalam pesan, SCT juga menunjukkan bahwa pesan merupakan hasil kreasi bersama dengan audiens. Penempatan audiens di tengah paradigma komunikasi ini menunjukkan perbedaan dengan

paradigma lain ketika itu, yaitu awal tahun 1970. Sebagai contoh, SCT berbeda dengan pandangan Aristoteles (1960, hal. 150) yang melihat bahwa makna terdapat pada pembicara yang memilih kata untuk menciptakan pesan. SCT juga berbeda dengan pandangan McLuhan (1964, hal. 234) yang melihat bahwa makna berada pada medium yang mengantarkan pesan. Demikian juga halnya dengan pandangan Watzlawick, Beavin, dan Jackson (1967, hal. 123), SCT berbeda mengingat bahwa mereka melihat makna berada pada diri penerima pesan. Seiring dengan perkembangan jaman terjadi pula pergeseran paradigma, namun demikian SCT tetap mampu menunjukkan kesatuan segenap elemen dalam situasi komunikasi termasuk pesan, dinamika persaingan pesan, komunikator, medium, dan komponen evaluatif (Bormann, Knutson, & Musolf, 1997, hal 143).

Bormann et al. (1994) mengindikasikan bahwa SCT merupakan teori komunikasi umum yang dapat digunakan untuk menganalisis cakupan kejadian yang luas. Hal tersebut menjelaskan penggunaan bahasa imajinatif, termasuk bentuk wacana, sebagaimana dikatakan dalam Borman et al. "*the force of fantasy accounts not only for the rational aspects of persuasion but... it creates the ground for the rational element as well*". Dengan demikian penjelasan ini menunjuk pada segenap konteks tradisi komunikasi, seperti interpersonal, kelompok, organisasi, publik, massa, dan komunikasi intercultural (Bormann et al., 1994; Cragan & Shield, 1995a, 1998). Secara lebih spesifik, SCT menjelaskan dampak upaya komunikasi tentang fantasi pada tindakan manusia (Bormann, 1985b, hal 142; Cragan & Shield, 1998, hal 243). Manusia berbagi fakta simbolis seperti fantasi, petunjuk (*cues*), dan tipe (*types*) yang kemudian menyatu dalam suatu susunan drama yang disebut sebagai visi retorik (*rhetorical vision*) yang merepresentasikan kesadaran segenap pihak yang terlibat tentang topik tertentu (Bormann, 1972). Prinsip utama teori ini adalah bahwa komunitas retorikal menciptakan suatu realitas simbolis yang dipahami dan menjadi kesadarannya (Bormann et al., 1994, hal. 221).

SCT dapat menjelaskan fenomena yang berbeda dengan prinsip yang sama. Di satu sisi, SCT menjelaskan kesadaran konstitutif dari kolektivitas. Di sisi lain, SCT menjelaskan fenomena sejarah yang menyediakan pengetahuan yang penting untuk dapat berpartisipasi di dalamnya dan kritik tentang episode maupun gaya komunikasi (Shield, 2000, hal 231).

C. Sejarah SCT

SCT merupakan teori yang dibangun dari kajian ilmiah baik retorika maupun sosial tentang komunikasi. Program penelitian formal di mulai pada tahun 1970 di *University of Minnesota*. Program ini dikerjakan berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bales dan beberapa rekannya serta mahasiswa Harvard dan Bormann dengan beberapa teman dan mahasiswa di Minnesota. Untuk mengkaji sifat distingtif SCT, mereka memulainya dengan metodologi *grounded* yang digunakan dalam penemuan dan pengembangan SCT. Kedua pengembang teori tersebut menggabungkan dua lini riset, yaitu riset yang dilakukan Bales bersama timnya dan riset yang dilakukan Bormann dan timnya. Bales di Harvard mengkaji dinamika kelompok dengan alat analisis isi komunikasi kelompok. Mereka mengembangkan sistem pengkodean yang disebut sebagai *interaction process analysis* (Bales, 1950, hal.152). Mereka menggunakan sistem tersebut untuk mengobservasi dan membuat kode komunikasi kelompok kerja (*task-group*). Sementara itu, Bormann mengkaji kelompok dengan beberapa teknik termasuk analisis isi, wawancara dan pencatatan, rekaman suara dan gambar. Dari penelitian ini Bormann dan timnya menemukan adanya proses umum bagi peran kelompok yang mendukung temuan sebelumnya oleh Geier (1963) tentang kepemimpinan.

Area lain yang diteliti sangat berbeda dengan yang digunakan dalam metode kajian sosial yang bersifat ilmiah, yaitu upaya penggunaan *rhetorical criticism methods* untuk menguji dinamika komunikasi pada kelompok kerja. Peneliti menguji sifat dan hasil penggunaan teknik persuasi, upaya pengembangan etos, argumentasi logis, dan lain sebagainya. Dalam tradisi *rhetorica critism* juga diupayakan adanya uji coba dengan membuat penilaian evaluatif tentang retorika dalam komunikasi kelompok.

Bales dan timnya mempublikasikan temuan tersebut melalui buku *Personality and Interpersonal Behavior* (Bales, 1970). Terdapat perubahan dalam skala analisis isi yang dilakukan Bales, sebelumnya disebut sebagai 'menunjukkan pelepasan ketegangan' (*shows tension release*) dan dideskripsikan dengan kata-kata tentang tertawa, tersenyum, dll. Kelompok Harvard ini sekarang menyebutnya sebagai dramatisasi (*dramatizing*) dan mendefinisikannya dengan membuat daftar seperti cerita, *jokes*, *narative*, dialog, analogi, metafora, dan lain sebagainya. Bales menyebutnya sebagai

dramatisasi tema fantasi (*dramatizing fantasy theme*). Mereka melihat bahwa tema fantasi (*fantasy theme*) membantu anggota kelompok menciptakan kesatuan kelompok (*group cohesiveness*).

Kelompok Minnesota melihat adanya penyatuan dua bentuk aliran, yaitu ilmu sosial dan kritik retorikal (*rhetorical criticism*). Ilmuwan komunikasi telah menggunakan keduanya tetapi jarang menyatukannya. Peneliti Minnesota melihat tema fantasi sebagai elemen kunci dalam integrasi ilmu sosial dan humaniora dan mulai menggunakan konsep tersebut dan mengkaji kritik retorikal. Mereka mulai melakukan kajian analisis tema fantasi dan mempublikasikannya. Metode ini memiliki signifikansi dalam beberapa hal. Pertama memberikan penekanan pada fungsi bahasa imajinatif dalam membangun kesadaran kolektif dan kebersamaan kelompok. Kedua, membawa audiens kembali pada paradigma sebelumnya bahwa terdapat pembicara, pesan, audiens dan peristiwa setelah beberapa waktu audiens secara esensial menghilang dan penekanan bergeser pada teks, maka dengan ini audiens kembali menjadi pusat kajian komunikasi. Ketiga, analisis tema fantasi merupakan pendekatan sosial dalam mengkaji komunikasi dalam konteks kolektivitas. Keempat, penekanan fantasi memungkinkan suatu analisis yang lebih kompleks atas bahasa imajinatif baik fiktisius dan nonfiktisius. Dalam perjalanannya, peneliti Minnesota mulai membentuk teori ilmiah yang dapat menjelaskan komunikasi, yang kemudian disebut sebagai teori konvergensi simbolis (*symbolic convergence theory*). Kata simbolis (*symbolic*) digunakan karena teori ini berurusan dengan bahasa, fantasi dan banyak simbol fakta (sebagai lawan dari material dan sosial). Kata konvergensi (*convergence*) digunakan karena dasar teorema dari teori ini menjelaskan proses dinamika komunikasi fantasi kelompok yang dibagikan untuk dipahami bersama sebagai sebab dari kesatuan dunia simbolis peserta komunikasi. Cragan dan Shield (1995a, 1998) mengindikasikan bahwa SCT mendefereiasikan fakta simbolis (*symbolic reality*) seperti ideografi, ideologi, orientasi, visi, dan cara pandang dari fakta sosial (*social reality*), seperti hirarki, posisi, dan peran, dan fakta material (*material reality*), seperti obyek dan benda. SCT kemudian digunakan di berbagai konteks tradisi komunikasi. Di setiap konteks SCT menyediakan penjelasan teoritis tentang efek berfantasi (*fantasizing*) pada proses komunikasi dalam penciptaan kesadaran (*consciousness-creating*), pengembangan kesadaran

(*consciousness-raising*), dan kesinambungan kesadaran (*consciousness sustaining*).

Penelitian lanjutan terus dilakukan dan dikembangkan. Hasilnya menunjukkan bahwa dalam proses konvergensi terdapat lebih dari satu konsep tema fantasi. Selanjutnya tim Minnesota menamainya sebagai visi retorikal (*rhetorical vision*). Nama retorikal (*rhetorical*) dipilih karena bahasa imajinatif retorik menjadi penyebab munculnya fantasi bersama yang memproduksi struktur simbolis yang lebih besar. Visi (*vision*) ditetapkan sebagai nama karena struktur retorika merupakan lingkup dari visi lain seperti sudut pandang dari suatu lanskap yang besar. Penelitian selanjutnya memerlukan metode yang unik untuk mengkaji proses berbagi fantasi (*fantasy-sharing*). Sampai saat ini kelompok Minnesota menemukan proses tersebut terdapat pada media, teks, dokumen sejarah, serta situasi audiens dan pembicara lainnya.

D. Anatomi SCT

Sebagaimana ditulis oleh Cragan dan Shield (1998), ilmu sosial dan disiplin komunikasi telah menerima penggunaan seperangkat konsep metateori seperti *power dan scope, heuristic dan isomorphic, elegance dan parsimony, validity dan utility* untuk mengevaluasi kualitas teori-teori. Namun demikian terdapat perbedaan pandangan tentang konsep metateori yang memungkinkan untuk membandingkan anatomi dari satu teori dengan anatomi teori lainnya. Cragan dan Shield (1995a, 1998, 1999), mengikuti D.C. Shield dan Preston (1985) menawarkan suatu metateori untuk melihat anatomi konsep teori-teori komunikasi. Metateori yang ditawarkan tersebut memungkinkan ilmuwan untuk memberi penekanan pada elemen-elemen anatomis yang meliputi dasar teori, pesan, dinamika, komunikator, medium dan elemen evaluatif (*basic, message, dynamic, communicator, medium, dan evaluative element*) yang dapat membantu memahami berbagai konsep SCT. Bormann, Cragan, dan Shield (2001) menggunakan metateori komunikasi ini sebagai cara mengorganisasikan penelitian yang memunculkan delapan belas konsep teknis SCT.

Konsep dasar (*Basic concept*). Cragan dan Shields (1998) mengindikasikan bahwa metateoritis konsep dasar menunjuk pada sesuatu yang memungkinkan untuk ditemukan dan diidentifikasi dengan menggunakan teori yang ditetapkan, biasanya disebut juga sebagai unit analisis. Sebagai contoh, teori sistem informasi (*information systems theory*) memiliki konsep dasar informasi, teori

pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) memiliki konsep dasar informasi sosial, teori argumentasi rasional (*rational argumentation theory*) konsep dasarnya argument, teori paradigma naratif (*narrative paradigm theory*) konsep dasarnya adalah narasi atau cerita. SCT memiliki konsep dasar tema fantasi (*fantasy theme*) dan asosiasinya termasuk penanda simbolis (*symbolic cue*), tipe fantasi (*fantasy type*), dan cerita sukses (*saga*). Bormann mengindikasikan bahwa pengembangan suatu kesadaran baru dipandu oleh prinsip kekuatan penjelasan (*explanatory power*). Lebih lanjut dikatakan bahwa:

"when events become confusing and disturbing, people are likely to share fantasies that provide them with a plausible and satisfying account that makes sense out of experiences (Bormann et. al, 1996). A fantasy then is not something imaginary, but rather it is a creative or imaginative interpretation of events which fulfills a psychological or rhetorical need" (Bormann, 1983a)

(Ketika suatu kejadian menjadi membingungkan dan mengganggu, orang cenderung berbagi fantasi yang memberikan kepuasan berkaitan dengan pengalaman-pengalaman tersebut (Bormann et. al., 1996). Suatu fantasi bukanlah sesuatu yang diangankan, melainkan suatu interpretasi kreatif atau imajinatif tentang suatu kejadian yang memenuhi kebutuhan psikologis atau retorik (Bormann, 1983a)

Sedangkan yang dimaksud dengan penanda simbolis (*symbolic cue*) adalah semacam kode yang mewakili tema fantasi seperti tanda, simbol atau humor dalam organisasi (*inside joke*). Tipe fantasi merupakan skenario yang digunakan untuk menjelaskan kejadian baru dalam bentuk dramatis yang diketahui banyak orang misalnya Watergate, Irangate, dan lain sebagainya. Disamping *symbolic cue* dan tipe fantasi, dalam konsep dasar (*basic concept*) SCT juga terdapat *saga*. *Saga* adalah cerita rinci suatu pencapaian dan kejadian dalam hidup seseorang, kelompok, atau komunitas. Konsep *saga* organisasional yang diberikan oleh Bormann adalah termasuk di dalamnya fantasi bersama, visi retorik, dan narasi tentang pencapaian, kejadian, goals dan pernyataan ideal dari keseluruhan organisasi.

Konsep susunan pesan (*Message structure concepts*). Pada tataran analisis metateori, konsep

susunan menunjuk pada bentuk komunikasi yang dipandang dari kaca mata teori tertentu (Cragan dan Shield, 1998). Sebagai contoh, teori sistem informasi memiliki konsep stuktur pesan utama yang disebut 'pesan' yang direpresentasikan oleh seperangkat kode (*code-set*), teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) memiliki konsep struktur pesan paket ingatan organisasi (*memory organization packet*), sedangkan teori argumentasi rasional (*rational argumentation theory*) memiliki konsep struktur pesan yang disebut sebagai kasus. Konsep struktur pesan SCT yang utama disebut sebagai visi retorikal (*rhetorical vision*), yaitu "a composite drama that catches up large groups of people in a symbolic reality" (Bormann, 1972). Lebih lanjut dikatakan bahwa *communicators weave fantasy themes into the sub structural elements of rhetorical vision as character, action, setting, and legitimizing themes* (Bormann, 1972; D.C. Shields, 1981a). Ketika kelompok berbagi beragam tema fantasi dan tipe fantasi, maka terbentuklah visi retorikal (*rhetorical vsision*). Jadi, visi retorikal adalah kumpulan berbagai fantasi yang dibagikan sehingga memberikan pandangan yang lebih luas pada anggota organisasi dan hubungannya dengan lingkungan eksternal dari berbagai subdivisi dan unit dalam organisasi, dan tempatnya dalam skema tentang suatu hal. Kelompok yang tergabung dan berpartisipasi dalam visi retorik ini disebut sebagai komunitas retorikal (*rhetorical community*). Mereka berbagi kesadaran bersama dan menghargai *inside-jokes*. Dengan demikian, substruktur visi retorikal termasuk di dalamnya *dramatis personae* atau karakter, *plot lines* atau tindakan, *elements of the scene* atau *setting*, dan *sanctioning agent* atau *legitimizer for rhetorical vision*.

Konsep struktur dinamis (*Dynamic structure concept*). Pada tataran analisis metateori, konsep struktur dinamis menunjuk pada tekanan struktur dalam yang melandasi bentuk pesan. (Cragan dan Shield, 1998). Sebagai contoh, dalam teori sistem informasi (*information systems theory*) perdebatan mencakup apakah dinamika sistemnya linear, interaksional, atau transaksional, dinamika teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) terletak pada pencarian atau pemberian informasi sosialnya. Dinamika SCT muncul antara tema fantasi, sosial, dan pragmatis serta persaingan visi retorikal (Cragan & Shield, 1981c, 1992b, 1995a)

Konsep struktur komunikator (*Communicator structure concept*). Pada tataran analisis metateori, konsep komunikator berfokus pada nama yang

diberikan pada komunikator dari kacamata teori tertentu. Metateori ini juga memungkinkan peneliti untuk menentukan pentingnya atribut komunikator (Cragan & Shield, 1998). Sebagai contoh, pada teori sistem informasi (*information systems theory*) komunikator disebut sebagai pengirim, penerima dan pengamat (*senders, receivers, and observers*). Pada teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) tergantung pada dinamikanya dan komunikator disebut sebagai ko-interaktan (*co-interactant*), atau komunikator strategik (*strategic communicators*) dan (*targets*). Sedangkan pada teori argumentasi rasional (*rational argumentation theory*) komunikator disebut sebagai pendebat, audiens, dan pengkritik (*arguers, audience, dan critics*). Pada SCT konsep komunikator adalah pencipta fantasi dan komunitas retorikal (*fantasizer and rhetorical community*) bersama atributnya seperti *prospensity to fantasize* dan *dramatistic communication style*.

Konsep struktur medium (*medium structure concept*), konsep metateori ini memungkinkan untuk melihat medium sebagai substansi yang mendukung. Sebagai contoh, teori sistem informasi (*information systems theory*) akan tepat digunakan dalam sistem komunikasi yang terbuka dan campuran dan tidak tepat pada sistem komunikasi yang tertutup. Teori argumentasi rasional (*Rational argumentation theory*) akan berkembang secara berbeda pada ranah media invarian dan ranah media bebas. Sedangkan teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) dioperasionalkan secara berbeda pada konteks tinggi, budaya kolektif (*high-context, collectivist culture*) dan pada konteks rendah dan budaya individualis (*low-context, individualist culture*). Fantasi dan dengan demikian SCT akan tepat pada medium yang memunculkan *group sharing* atau *public sharing* dan bukan pada personal fantasi. Sebagaimana dikatakan oleh Bormann (1972) bahwa fantasi yang berawal dari kelompok kecil seringkali menjadi pembicaraan public, diambil media dan disebarluaskan kepada publik yang lebih luas. (*fantasies that begin in small groups often are worked into public speeches, become picked up by the mass media, and "spread out across larger publics"*). Lebih lanjut, Bormann (2001) Menegaskan:

With both group and public sharing the tendency for fantasies to be embellished, reconfigured, reworked, and evolves increases. The result is that members of groups and public rhetorical-communities come to have a stake in the symbolic construction. The resultant symbolic

construction has then entered their consciousness through the causative entity of the communicative force of fantasy (fantasy-sharing and fantasy-chaining).

(Dengan berbagi dalam kelompok dan publik kecenderungan bagi fantasi-fantasi untuk dibubuhi, dibentuk ulang, diubah dan dikembangkan meningkat. Hasilnya adalah bahwa anggota kelompok-kelompok dan publik komunitas retorik memiliki konstruksi simbolis, hasil dari konstruksi simbolis kemudian memasuki kesadaran mereka melalui dorongan komunikatif tentang fantasi dari entitas kausatif (berbagi fantasi dan mengaitkan fantasi)

Konsep struktur evaluatif (*Evaluative structure concept*). Pada tataran analisis metateori, semua teori-teori komunikasi memiliki satu atau lebih konsep teknis yang memungkinkan dilakukannya evaluasi komunikasi yang terjadi pada teori tertentu. Teori system informasi (*information systems theory*) utamanya memiliki konsep evaluasi fidelitas, kapasitas dan pengurangan ketidakpastian (*fidelity, capacity, dan uncertainty reduction*). Teori argumentasi rasional (*Rational argumentation theory*) memiliki konsep evaluasi keyakinan (*prima facie/believability*), validitas (*validity*), dan etik (*ethical*). Sedangkan teori pengurangan

ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) memiliki konsep evaluasi pencapaian tujuan (*goal attainment*) dan pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction*). Sementara itu SCT memiliki tiga konsep utama evaluasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas dan efek berbagi fantasi (*fantasy-sharing*) diantara anggota kolektivitas retorikal (*rhetorical collectivities*), yaitu: artistri tema fantasi, kesadaran bersama kelompok, dan hubungan realitas visi retorikal (*fantasy theme artistry, shared group consciousness, dan rhetorical vision reality-links*).

Artistri tema fantasi (*Fantasy theme artistry*) merupakan konsep evaluatif yang memusatkan perhatian pada kreativitas retorik, kesederhanaan (*novelty*), dan keunggulan (*competitive advantage*) dari tema fantasi, penanda simbolis (*symbolic cues*), tipe fantasi, visi retorik dan saga. Berbagi kesadaran kelompok (*Shared group consciousness*) merupakan konsep evaluatif yang mengingatkan pengguna SCT untuk melihat kembali munculnya konvergensi simbolis. Sedangkan visi jalinan realitas retorikal (*rhetorical vision reality-links*) menghubungkan visi retorik dan fantasi pada realitas obyektif fakta material dan catatan publik.

Dari paparan di atas maka secara ringkas dapat disarikan bahwa terdapat delapan belas konsep anatomi SCT seperti pada Table 2.2. berikut ini:

Tabel 2.2. Anatomi SCT

No	Konsep	No	Konsep
	Konsep Dasar (Basic Concept):		Communicator Structur Concept
01	Tema Fantasi (<i>Fantasy themes</i>)	11	Komunitas retorik (<i>Rhetorical community/fantaziser</i>)
02	Tipe Fantasi (<i>Fantasy type</i>)	12	Kecenderungan berfantasi (<i>Propensity to fantasize</i>)
03	Saga (<i>Saga</i>)	13	Gaya komunikator (<i>Communicator style</i>)
04	Penanda simbolis (<i>Symbolic cue</i>)		Medium Structure Concept
	Konsep Struktur Pesan (Message Structure Concept)	14	Keterkaitan kelompok (<i>Group-chaining</i>)
05	Visi retorik (<i>Rhetorical vision</i>)	15	Keterkaitan publik (<i>Public- chaining</i>)
06	Persona dramatis (<i>Dramatis personae</i>)		Evaluative Structure Concept
07	Alur cerita (<i>Plot lines</i>)	16	Artistri (<i>Artistry</i>)
08	Adegan (<i>Scene</i>)	17	Kesadaran bersama (<i>Shared consciousness</i>)
09	Sanctioning agent	18	Jalinan realitas (<i>Reality-links</i>)
	Dynamic Structure Concept		
10	Righteous, social, pragmatic deep structure		

Sumber: Bormann, Cragan, Shield (2001)

E. Mengapa Teori Konvergensi Simbolis

Sebuah teori akan berkembang secara maksimal dan mendapatkan peneguhan diantaranya adalah melalui kritik-kritik yang membangun. Bormann, Cragan, dan Shield (2001) secara singkat namun tegas membahas kritik-kritik atas SCT dan

memberikan argumentasinya. Namun demikian sebenarnya Bormann et al. (1994) telah menanggapi kritikan secara rinci dan memberikan penjelasan preposisi teori SCT. Berikut ini adalah argumentasi atas kritik terhadap SCT:

Kritik pertama menyatakan bahwa SCT bukan teori umum (*Not a general theory*). Kritik dari Mohrmann (1982a, 1982b) menyatakan bahwa SCT bukan teori yang bersifat umum dengan argumentasi bahwa *fantasy-chaining* benar untuk kelompok kecil tapi tidak dapat digunakan untuk menganalisis kasus publik/massa. Sebagaimana telah ditunjukkan pada diskusi di awal tentang konsep struktur medium (*medium structure concept*) dari SCT, penelitian selama 25 tahun secara empiris memberikan landasan dan meneguhkan adanya fantasi kelompok yang dipahami bersama oleh publik luas. Diskusi sebelumnya mengindikasikan bahwa terdapat kemiripan antara proses *group-chaining* maupun *public-chaining* baik dalam konteks kelompok maupun massa. Demikian juga halnya dengan berbagai aplikasi dan penelitian lintas konteks merefleksikan bahwa lingkup kegunaan SCT adalah umum.

"In other words, studies reflected in the vitality of SCT's use to explain the communicative force of fantasy in the interpersonal, small group, organizational, public, mass, and intercultural communication contexts. Again, it is SCT's ability to explain both group- and public-chaining by way of the same communicative force – the force of fantasy – that lies at the heart of SCT's development as a significant, discipline-indigenous, general communication theory." (Bormann, Cragan, Shield, 2001) (Dengan kata lain, kajian-kajian yang direfleksikan dalam vitalitas penggunaan SCT untuk menjelaskan dorongan komunikatif dari fantasi dalam konteks komunikasi interpersonal, kelompok kecil, organisasional, publik, massa, dan lintas budaya. Sekali lagi, adalah kemampuan SCT untuk menjelaskan baik jalinan kelompok maupun publik melalui dorongan komunikatif yang sama – dorongan fantasi – yang menjadi inti dari pengembangan SCT sebagai teori yang signifikan, disiplin-asli, dan teori komunikasi umum (Bormann, Cragan, Shield, 2001)

Kritik kedua menyatakan bahwa SCT berbasis Freudian (*Freudian-Based*). Mohrmann (1982a, 1982b) menunjuk pada penelitian Robert Bales, psikolog dari Harvard yang menggunakan definisi fantasi Freudian dalam kajiannya tentang *fantasy-chaining* dalam kelompok kecil (Bales,

1970). Mohrmann menyimpulkan bahwa SCT pasti Freudian dan bukan teori komunikasi murni. Menurut Bormann, meskipun Bales mengikuti Freud, tidak demikian halnya dengan SCT. Cara yang paling jernih untuk melihat konsep teoritis SCT bahwa *rhetorical fantasy* bukanlah Freudian adalah dengan menguji kajian SCT untuk melihat jika terdapat interpretasi Freudian pada penelitian-penelitian dasar. Hyde (1980) menunjukkan bahwa analisis Freudian harus berisi konsep psikoanalitik seperti *Oedipus complex*, *castration*, *phallus*, *primal regression*, dan *transference*. Mencermati definisi operasional konsep SCT dan penggunaannya pada penelitian dasar maupun terapan mengindikasikan bahwa tidak ada penggunaan konsep maupun interpretasi Freudian.

Kritik ketiga menyatakan bahwa SCT tergantung pada peneliti (*Researcher Dependent*). Mohrmann (1982a, 1982b) berargumentasi bahwa *insight* yang ditemukan dalam kajian SCT bukan berasal dari penggunaan teori melainkan berasal dari pemikiran orang pintar yang bekerja dengan baik. Menanggapi kritik tersebut Bormann menyatakan bahwa jika unit analisisnya bukan tema fantasi, maka tentunya tidak ada alasan untuk meneliti fantasi, sama halnya dengan tidak mengetahui cara untuk mengidentifikasinya. Dengan kata lain, semua penelitian sistematis membutuhkan konsep teoritis dengan definisi operasional. Peneliti SCT secara sistematis mengembangkan dan memberi landasan bagi teori eksplisit. Mereka telah menggunakannya untuk menangkap komunikasi dramatik dan mengkaji efeknya pada tindakan manusia.

Kritik keempat menyatakan bahwa SCT semata-mata hanyalah sistem mengkategorikan (*Mere category system*). Black (1980), Farrell (1982), dan Hart (1986) mengatakan bahwa SCT hanyalah taksonomi dengan mentalitas *cookie-cutter* yang memproduksi analisis yang dapat diprediksikan sama dari kajian satu dengan lainnya. Menanggapi kritik ini para peneliti SCT justru sangat menghargainya. Mereka secara tegas menyatakan bahwa dalam ilmu alam, ilmu sosial dan humaniora taksonomi yang akurat – tabel periodik elemen dalam kimia, klasifikasi struktur skalar organisasi, bagian dari ucapan dalam bahasa Inggris – adalah penting. Tujuan dari program riset SCT adalah untuk mengidentifikasi dan memberikan nama regularitas yang muncul dalam komunikasi yang diamati. Upaya terprogram tersebut saat ini memungkinkan peneliti melihat adanya pesan-pesan yang didramatisasi (*dramatizing messages*), tema fantasi

retoris (*rhetorical fantasy themes*), tipe fantasi (*fantasy types*), penanda simbolis (*symbolic cues*), visi retorikal (*rhetorical vision*), saga (*sagas*), yang baik (*the righteous*), sosial (*social*), struktur visi yang pragmatis (*pragmatic deep structures of visions*), pencipta fantasi (*fantasizers*), komunitas retoris (*rhetorical communities*), *the propensity to fantasize, group sharing, public sharing, shared group consciousness, rhetorical vision reality-links, and fantasy theme artistry*. Bormann dan tim menerima penjelasan analisis tema fantasi sebagai *cookie-cutter*. Bagi mereka, investigasi yang sistematis – kemampuan untuk mengeneralisasi lintas kasus dan replikasi temuan penelitian – membutuhkan *template* yang konsisten. Dengan aplikasi *template* yang konsisten teori dapat melandasi lintas konteks dan menjadi umum dalam hal lingkup.

Setelah tiga dekade SCT telah membuktikan sebagai teori yang sangat bermanfaat. Teori ini dipilih karena memungkinkan peneliti menjelaskan dampak dari upaya komunikasi fantasi dalam menciptakan kesadaran yang melibatkan makna, emosi, motif, dan nilai untuk bertindak bagi anggota dalam keterkaitan fantasi atau visi retoris. Pengembangan SCT adalah merupakan produk dari upaya riset sosial dan retorika ilmiah. Pentingnya SCT terletak pada pengetahuan yang menempatkan *fantasy-sharing* dan *fantasy-chaining* sebagai penyebab, yang ketika digabungkan dengan persyaratan ontologis pada fantasi, menyediakan kekuatan eksplanasi dan memperediksi kapasitas tindakan manusia.

SCT menjadi teori yang sangat dihargai dan secara intelektual berkembang. Hal tersebut disebabkan karena sepanjang konteks tradisi kajian komunikasi penggunaan SCT oleh peneliti telah mampu menghasilkan beberapa temuan yang berharga. Sebagai contoh, Bormann, Cragan, dan Shiled (2001) mencatat antara lain penelitian yang menghasilkan jawaban berdasarkan SCT bagi masalah periklanan dan pemasaran (Cragan & Shield, 1981a, 1992b, 1995a, 1995b). Juga digunakannya SCT untuk mengawal kampanye politik dan *public relations* (Cragan & Shield, 1978a, 1981d; Duffy, 1997; D.C. Shields, 1977, 1979; K.J. Shields & D.C. Shields, 1974; Vasquez, 1994). Lebih lanjut, SCT juga digunakan untuk menyediakan analisis budaya media massa (Bantz, 1975; Csapo-Sweet & Shields, 2000). SCT juga digunakan dalam mensintesis segmen yang begitu luas dari masyarakat Amerika (Bormann et al., 1996).

Disamping itu SCT juga digunakan dalam penelitian komunikasi interpersonal. Dalam konteks ini ilmuwan seperti Doyle (1985), Endress (1989, 1994), S.R. Glaser dan Frank (1982), Hubart (1985), dan Kidd (1975) menggunakan SCT untuk memperoleh *insight* dalam komunikasi problematik. Dari berbagai penelitian komunikasi interpersonal yang menggunakan SCT tersebut dapat disimpulkan bahwa visi yang dimiliki oleh masing-masing individu memberikan dampak pada bagaimana individu mendefinisikan hubungan yang ideal dan bagaimana individu bertindak dalam suatu hubungan (Cragan, Shield, 1999).

Dalam komunikasi kelompok SCT digunakan untuk mengkaji dampak pembentukan fantasi dalam pengembangan identitas dan budaya kelompok. Misalnya, Chesebro et al (1973) mengidentifikasi penggunaan tema fantasi dalam empat tahap *consciousness - raising (credentialing, polarization, new identity, and relating to other groups)*. Porter (1976) melakukan studi wacana atas transkrip dari White House tentang skandal Nixon dalam Watergate dan menggunakan SCT untuk mengidentifikasi hubungan, fantasi kelompok. Lebih lanjut Cragan (1996) menyajikan diskusi mendalam tentang kegunaan SCT dalam komunikasi kelompok dan mengindikasikan perannya dalam *consciousness-raising*, pembentukan budaya kelompok, dan motivasi kelompok.

Dalam konteks komunikasi organisasi, Bormann (1989), Callahan (1992), Cragan and Shield (1995b) dan lain sebagainya mengkaji visi, saga dan budaya organisasi. Sebagai contoh, Cragan dan Shield (1992b) menunjukkan hasil penelitian pada penciptaan ulang realitas simbolis korporasi bagi perusahaan nasional yang melakukan privatisasi. Dari hasil penelitian tersebut berhasil disusun pernyataan untuk reposisi bagi perusahaan, penentuan segmentasi dan pengembangan periklanan untuk media.

Disamping itu SCT juga digunakan dalam kajian komunikasi publik antara lain oleh Duffy (1997), Endres (1994); pada kajian komunikasi massa antara lain oleh K.A. Foss dan Littlejohn (1986), Graner et al. (1998); dan pada kajian komunikasi interkultural antara lain oleh Bormann dan Itaba (1992), Callahan 1992), dll.

Aplikasi SCT dalam konteks tradisi komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi, publik, massa, dan interkultural menunjukkan bukti bahwa SCT merupakan teori komunikasi umum. Hal mana juga menunjukkan kemampuannya untuk

memberikan solusi pada masalah-masalah riil bidang komunikasi.

F. Penutup: Pengembangan Kajian Konvergensi Simbolis

Bormann, Cragan, dan Shield (2001) menyatakan bahwa setelah tiga dekade SCT memunculkan pengetahuan tentang adanya perbedaan jenis *rhetorical fantasies*, *rhetorical visions*, *sagas*, dan *type fantasy*. Mereka menyarankan untuk penelitian berikutnya sudah

saatnya mengembangkan taksonomi SCT. Taksonomi akan membantu untuk merencanakan sejumlah artefak dalam pola urutan. Meskipun disiplin komunikasi belum menunjukkan adanya teori-teori umum yang mendasarkan pada taksonomi dalam kajian komunikasi, diyakini bahwa taksonomi dari anatomi SCT dapat membuktikan bermanfaat dalam menyediakan urutan dan simetri untuk memahami SCT. Sementara ini Bormann menyediakan taksonomi tentatif dari SCT seperti pada Tabel 2.3 berikut ini:

Tabel 2.3. Tentative Taxonomy of SCT

<p>Kelompok tema fantasi retorikal (<i>Classes of rhetorical fantasy themes</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tema fantasi (<i>Fantasy theme</i>) • Tipe fantasi (<i>Fantasy type</i>) • Saga (<i>Saga</i>) • Penanda simbolis (<i>Symbolic cue</i>) 	<p>Daur hidup visi retorikal (<i>Life-cycle of rhetorical visions</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penciptaan kesadaran (<i>Consciousness-creating</i>) • Pengembangan kesadaran (<i>Consciousness-raising</i>) • Pelanggengan kesadaran (<i>Consciousness-sustaining</i>) • Pengakhiran kesadaran (<i>Consciousness-terminus</i>)
<p>Elemen tema fantasi retorikal (<i>Elements of rhetorical fantasy themes</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas pembetulan (<i>Stylistic qualities</i>) • Kualitas substantif (<i>Substantive qualities</i>) • Kualitas struktural (<i>Structural qualities</i>) 	<p>Kualitas tema fantasi retorikal (<i>Qualities of rhetorical fantasy themes</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pragmatis (<i>Pragmatic</i>) • Semestinya (<i>Righteous</i>) • Sosial (<i>Social</i>)
<p>Bentuk tema fantasi (<i>Forms of rhetorical fantasy themes</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membangun (<i>Constructive</i>) • Merusak (<i>Destructive</i>) • Diskursif (<i>Discursive</i>) • Faktius (<i>Factious</i>) • Fantastik (<i>Fantastic</i>) • Nonfiksi (<i>Nonfiction</i>) 	<p>Kelanjutan visi retorik (<i>Rhetorical vision continua</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fleksibel ke tidak fleksibel (<i>Flexible to inflexible</i>) • Menggebu ke pasif (<i>Intense to passive</i>) • Ketakutan ke sehat (<i>Paranoid to health</i>) • Murni ke campuran (<i>Pure to mixed</i>) • Berhasia ke terbuka (<i>Secretive to proselytizing</i>)
<p>Jenis tema fantasi retorikal (<i>Kinds of rhetorical fantasy themes</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penciptaan kesadaran (<i>Consciousness-creating</i>) • Pengembangan kesadaran (<i>Consciousness-raising</i>) • Pelanggengan kesadaran (<i>Consciousness-sustaining</i>) 	<p>Strategi melanggengkan visi retorikal (<i>Strategies for sustaining rhetorical visions</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konservasi (<i>Conservation</i>) • Preservasi (<i>Preservation</i>) • Restorasi (<i>restoration</i>)
<p>Jenis saga (<i>Kinds of sagas</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penemu (<i>Founders</i>) • Asal (<i>Genesis</i>) • Laten (<i>Latent/inactive</i>) 	

Sumber: Bormann, Cragan, Shields (2001)

Disamping taksonomi, Bormann juga mendorong adanya penelitian dengan SCT yang mengkaji skala kecenderungan untuk berfantasi (*propensity to fantasize scale*). Dari berbagai penelitian dapat diketahui bahwa sebagian orang mampu dan ingin berkomunikasi, tapi sebaliknya

sebagian orang kurang mampu dan enggan berkomunikasi, dengan demikian akan muncul bahwa kemampuan dan afinitas (daya tarik) untuk menggunakan bahasa imajinatif akan beragam dari berbagai populasi dan bahkan dari berbagai setting. Diyakini bahwa keberagaman program penelitian

SCT dapat mengalir dari pengembangan cara mengukur kecenderungan berfantasi, salah satunya adalah skala yang akan menyediakan kemampuan untuk mengidentifikasi pencipta fantasi tinggi (*high fantasizer*) hingga pencipta fantasi rendah (*low fantasizer*). Pengembangan skala kecenderungan berfantasi akan memungkinkan peneliti mulai menguji dampak dari fantasi personal pada individu.

Cragan dan Shield (1998, 1999) mengidentifikasi teori umum komunikasi yang dapat menjelaskan dampak dari enam upaya komunikasi yang berbeda pada tindakan manusia. Upaya komunikasi tersebut adalah berbagi informasi (*information sharing*), berbagi informasi sosial (*social information sharing*), pembuatan argumentasi (*argument making*), narasi (*narration/storytelling*), berbagi fantasi *fantasy-sharing (-chaining)*, dan pembicaraan difusi inovasi (*diffusing innovation-talk*). Keenam upaya komunikasi tersebut berhubungan erat dengan empat sifat alam yaitu *strong nuclear, electromagnetic, weak nuclear, dan gravity*. Secara epistemologi dapat dimungkinkan kelompok upaya komunikasi dapat direduksi menjadi kurang dari enam kelompok. Untuk itu diperlukan suatu teori umum komunikasi yang mampu menjelaskan penyatuan upaya komunikasi tersebut. Belum adanya teori yang memiliki kemampuan semacam itu maka untuk dapat mencapai tujuan membedah upaya komunikasi dengan kesatuan penjelasan diperlukan rancangan penelitian yang lebih kompleks yang memungkinkan peneliti mengoperasionalkan material, sosial, dan fakta simbolis (Cragan & Shiled, 1995a).

Dari deskripsi di atas dapat disimpulkan bahwa riset dengan SCT ke depan dapat dirancang untuk memberikan signifikansi akademis dalam pengembangan teori berkaitan dengan taksonomi, pengukuran skala kecenderungan komunikasi dan penyatuan upaya komunikasi.

Catatan:

Tulisan ini merupakan bagian dari disertasi “Dinamika Komunikasi Eksternal Organisasi: Komunikasi Akomodasi dan Konvergensi Simbolis dalam Komunikasi Perusahaan Multinasional dengan Pemerintah dan Masyarakat di Indonesia” yang telah disederhanakan. Disertasi tersebut juga telah ditulis ulang ke dalam yang lebih populer dan diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama (2013) dengan judul “Tema Fantasi, Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan Multinasional”

DAFTAR PUSTAKA

Bormann, Ernest G, John F. Cragan, & Donald Shield (2001). Three Decades of developing, grounding, and using symbolic convergence theory. In W.B. Gudykunst (Ed), *Communication Yearbook 25* (pp.271 – 313). Mahwah, NJ: Erlbaum and the International Communication Association

Cox Jr, Taylor, (2001) *Creating the Multicultural Organization*, San Fransisco: John Wiley & Sons, Inc.

Conrad, C., Ryan, M. (1985). Power, Praxis, and Person in Social and Organizational Theory. Dalam P. Thomkins, R. McPhee (ed), *Organizational Communication Research and Theory*, Beverly Hills: Sage Publications

Cragan, John F and Donald Shield (1995), *Symbolic Theories in Applied Communication Research: Borman, Burke, and Fisher*, Cresskill, NJ: Hampton

Crotty, Michael (1998). *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in The research Process*, Sydney: Allen & Unwin

Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen A. (2005). *Theories of Human Communication* (8th ed). Belmont, CA: Wadsworth

May, Steve, & Dennis K. Mumby (Ed), (2005), *Engaging Organizational Communication Theory & Research, Multiple Perspectives*, California: Sage Publication, Inc.

Bormann, Ernest G. (1972). Fantasy and Rhetorical Vision: The Rhetorical Criticism of Social Reality, *Quarterly Journal of Speech*, vol 58, 396-407

Bormann, Ernest G. (1985). Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation. *Journal of Communication*, vol 35, 128-138

Bormann, Ernest G, John F. Cragan, & Donald Shield (1994). In Defense of Symbolic Convergence Theory: A Look at the Theory and its criticisms after two decades, *Communication Theory*, vol 4, 259-294

- Bormann, Ernest G, John F. Cragan, & Donald Shield (1996). An expansion of the rhetorical vision concept of symbolic convergence theory: the cold war paradigm case, *Communication Monographs*, vol 63, 1-28
- Bormann, Ernest G, John F. Cragan, & Donald Shield (2003). Defending symbolic convergence theory from an imaginary Gunn, *Quarterly Journal of Speech*, vol 89, 366 – 372
- Cupchink, Gerald (2001). “Constructivist Realism: An Ontology That Encompasses Positivist and Constructivist Approaches to the Social Sciences.” *Forum Qualitative Research*. Volume 2/1 February
- Perry, Stephen D, & Amanda L. Roesch (2004). He’s in a New Neighborhood Now: religious Fantasy Themes About Mister Rogers’ Neighborhood, *Journal of Media and Religion*, vol 3, 4, 199-218
- Ernest G. Bormann, *Ernest Bormann’s Oficial Home Page*, <http://www.vayne.com/bormann.us>, diakses 28 Juni 2008
- Barbaro, Geoff (2006). Defining Realities: Why Community Consultation Needs To Start With The Problem, Not The Solution, *Journal of Communication Management*, vol 10, 1, 44-56, <http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=52&sid=5&srchmode...> Diakses 20 Oktober 2008
- Bormann, Ernest G (1986). Homo Narrans Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation, *Journal of Communication*, vol 35, 4, 128-39. <http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=16&sid=8&srchmode...> Diakses 20 Oktober 2008
- Bormann, Ernest G., Roxann L. Knutson, Karen Musolf (1997). Why Do People Share Fantasies? An Empirical Investigation of a Basic Tenent of The Symbolic Convergence Communication Theory, *Communication Studies*, vol 48, 3, 254-277. <http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=10&sid=8&srchmode...> Diakses 20 Oktober 2008
- Cragan, John F. & Donald Shield (1992). The Use Of Symbolic Convergence Theory in Corporate Strategic Planning: A Case Study, *Journal of Applied Communication Research*, vol 20, 2, 199. <http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=14&sid=8&srchmode...> 20 Oktober 2008
- Cragan, John F. & Donald Shield (1999). Translating Scholarship Into Practice: Communication Studies Reflecting The Value of Theory-based Research To Everyday Life, *Journal of Applied Communication Research*, vol 27, 2, 92-107. http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=*&sid=8&srchmode , diakses 20 Oktober 2008
- Gunn, Joshua (2003). Refiguring Fantasy: Imagination and its Decline in U.S. Rhetorical Studies, *The Quarterly Journal of Speech*, vol 89, 1, 41-50. <http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=4&sid=8&srchmode=...> Diakses 20 Oktober 2008
- NN, Symbolic Convergence Theory, http://en.wikipedia.org/wiki/Symbolic_Convergence_Theory , diakses 30 Juni 2008
- Shield, Donald C. (2000) Symbolic Convergence and Special Communication Theories: Sensing and Examining dis/enchantment with the theoretical robustness of Critical Autoethnography, *Communication Monographs*, vol. 67, 4, 392-432. <http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=6&sid=8&sechmode=...> Diakses 20 Oktober 2008
- Smith, Alan (2003). Community Relations: How an Entire Industry Can Change Its Image Through Proactive Local Communications, *Journal of Communication Management*, vol 7, 3, 254-265, London. <http://proquest.umi.com/pqdwweb?index=1&sid=6&srchmode=...> Diakses 20 Oktober 2008
- Vasquez, Gabriel M. (1993). *A Homo Narrans Paradigm for Public Relations: Combining Bormann’s Symbolic Convergence Theory and Grunig’s Situational Theory of Publics*, <http://www.informaworld.com/smpp/content> , diakses 23 Juli 2008

