

ETIKA KOMUNIKASI APARATUR HUMAS DAN PROTOKOL

Indrawadi Tamin

Fikom Universitas INDONUSA Esa Unggul, Jakarta
Jln. Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
indrawadi.tamin@indonusa.ac.id

Abstrak

Kode Etika Kehumasan memang harus semakin dimasyarakatkan, paling tidak dikalangan para praktisi humas. Tidak jarang, citra negatif tentang humas disebabkan perilaku para praktisi humas itu sendiri. Untuk itu, salah satu cara meninggikan citra ini adalah lebih dihayatinya ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam Kode Etik Kehumasan. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa sebenarnya ada dua manfaat pokok kode etik ini. Yang pertama, untuk menghindari timbulnya *abuse of power* dari suatu profesi. Ambilah profesi kedokteran tadi. Kalau tidak ada kode etik kedokteran, maka masyarakat bisa menjadi korban kesewenangan dokter misalnya dalam soal tarif, pelayanan, dan kemungkinan perbuatan asusila. Penghayatan kode etik para dokterlah selama ini yang melindungi masyarakat. Adapun yang kedua adalah demi integritas, untuk melindungi/memajukan profesi itu sendiri. Bayangkanlah jika seorang dokter selalu dihantui kekhawatiran tuntutan karena malpraktek

Kata Kunci: Etika, Komunikasi, Aparatur

Pendahuluan

Kata etika sudah sangat dikenal dalam kehidupan sehari-hari. Namun tak jarang, begitu ditanya makna sebenarnya, tidak jarang jawaban yang keluar keragu-raguan. Susahnya menjelaskan etika itu seolah bagaikan susahnyanya orang bisu bermimpi. Ingin bercerita namun tak kuasa, terasakan ya, terkatakan tidak. Keraguan juga bisa timbul misalnya jika etika dihadapkan pada hukum positif yang berlaku karena bisa saja, sesuatu yang melanggar hukum otomatis juga “tidak etis,” atau sebaliknya.

Sebagai contoh bahwa bisa saja seseorang tidak melanggar hukum tapi dianggap melanggar etika adalah apa yang terjadi pada **James Wright**, *Speaker of the House* (Ketua DPR) Amerika. Ia akhirnya harus mundur dari jabatannya setelah diperiksa Komisi Etik Kongres. Kesalahannya? Menerima royalti dengan cara yang tidak patut untuk buku otobiografinya! James Wright menerbitkan sebuah buku yang menceritakan riwayat hidupnya sampai ia menjadi anggota US Representative (DPR Amerika). Buku itu kemudian dicetak dalam jumlah puluhan ribu yang kemudian hampir semuanya diborong sebuah perusahaan yang pernah “ditolongnya.” Ini adalah cara baru untuk menerima pemberian. Memang tidak dapat dibuktikan bahwa telah terjadi pelang-

garan hukum. Namun dari “kacamata” etika, James Wright telah melakukan suatu perbuatan tercela yang seharusnya tidak dilakukan seorang anggota DPR Amerika

Kasus Anthony M Franco adalah contoh lain. Di tahun 1986, ia mengundurkan diri sebagai presiden PRSA (Public Relations Society of America) karena *insider-trading violations*. Tidak ada hukum yang dilanggarnya, hanya rambu-rambu etikalah yang tidak diperhitungkannya. Seperti dikatakannya: “*I had legal advice but no outside public relations counsel, which I have should have gotten*” (Saya mendapat nasehat-nasehat dari sudut hukum, tetapi tidak pandangan *public relations* yang seharusnya saya terima).

Lalu apa sebenarnya etika itu? Raymond Baumhart, seorang pengusaha Amerika mencoba menjelaskannya sebagai berikut (Seitel, 1992):

- “Etika, sesuatu yang berhubungan dengan perasaan saya untuk menunjukkan pada saya mana yang salah dan mana yang benar (*Ethics has to do with my feelings tell me is right or wrong*).”
- “Etika, sesuatu yang berhubungan dengan keyakinan agama saya (*Ethics has to do with my religious beliefs*).”
- “Beretika berarti memenuhi ketentuan hukum (*Being ethical is doing what the law requires*).”

beban “*the public relations nightmare*” (hal. 499) yang sangat mempengaruhi citra mereka. Tuduhan berat dialamatkan pada Nestle. Berbagai kelompok gereja, serikat pekerja, organisasi kewanitaan, dan para aktivis lainnya menuduh Nestle’s telah membunuh para bayi.

▪ Kerahasiaan (*confidentiality*).

Isu kerahasiaan dapat menjadi isu yang pelik dalam praktek dan etika humas karena berbagai faktor. Pertama, faktor “godaan” atau keinginan “membanggakan” dan sekaligus keinginan memanfaatkan untuk promosi. Bila humas setuju menekan kontrak dengan seorang klien yang minta kontrak pekerjaan itu dirahasiakan, maka humas harus menjaga komitmen ini. Tentu tidak boleh dipublikasikan apalagi kalau digunakan untuk bahan promosi. Ini tidak mudah dalam prakteknya. Kedua, bisa saja klien tidak merahasiakan dirinya, tapi meminta segenap materi atau informasi yang dibahas bersifat *confidential*. Disini humas harus extra hati-hati jika materi yang dibahas tadi bertentangan dengan kepentingan umum. Disini humas harus berani bersikap bahwa “*public interest*” adalah tetap yang pertama.

Apapun juga kontrak yang disepakati, humas harus bisa menyakinkan klien bahwa semua informasi dianggap *confidential* dan tidak akan pernah disampaikan kepada pihak lain tanpa persetujuan klien. Ini salah satu isu dalam etika yang dapat meningkatkan integritas dan kredibilitas profesi humas.

▪ Kejujuran dan adil (*honesty & fairness*).

Sewaktu Irak menyerang Kuwait di tahun 1990, **Citizen for Free Kuwait** menyewa perusahaan *Public Relations* bernama Hill & Knowlton untuk kampanye menggagalkan penentangan invasi ini. Upaya Hill & Knowlton menuai kritik, dan perusahaan ini dituduh melakukan *questionable campaigns*. Yang tidak etis yang dilakukan Hill & Knowlton adalah ketika membawa seseorang yang mereka aku sebagai saksi netral untuk menyampaikan kesaksiannya di Kongres Amerika. Ternyata saksi ini adalah putri Duta Besar Kuwait di Amerika. Ia bercerita bahwa tentara Irak melakukan kekejaman dengan mengeluarkan bayi-bayi dari inkubator dan kemudian meninggalkan bayi tadi dalam keadaan meninggal.

▪ Tidak memanipulasi media.

Ini isu yang mudah dibicarakan namun membutuhkan kesadaran dan komitmen kuat praktisi

humas untuk memenuhinya. Terlebih pula, “upaya memanipulasi media” bisa ditafsirkan sangat luas. Misalnya berbohong pada wartawan, memberikan amplop, menutup-nutupi informasi bisa diartikan sebagai bentuk manipulasi media demi kepentingan sepihak humas.

Banyak yang menyambut pengunduran diri Arie Fleischer, Jurubicara George W. Bush, presiden Amerika karena kinerjanya yang dianggap “*surely contributed to the negative perception of Public Relations*” (Theaker, hal 69). Kesalahan Arie Fleischer? Antara lain, ia dianggap: *the most deceitful presidential press secretary...*”

▪ Tidak merendahkan rekan seprofesi.

Di Indonesia kasus menyagkut masalah ini belum pernah terdengar, yaitu rekan seprofesi kehumasan menjelekkan atau menyerang rekan lainnya. Ini mungkin karena perusahaan humas belum menjamur di Indonesia. Memang sebaiknya begitu adanya: saling respek menghargai antara sesama praktisi humas adalah basis hubungan antara mereka.

Kesimpulan

Sebagai sebuah profesi, selayaknya Humas mempunyai Kode Etik karena dengan adanya Kode Etik, masyarakat akan terlindungi dari kemungkinan penyalahgunaan *power* humas. Manfaat lain, kode etik dapat berkontribusi pada kemajuan profesi kehumasan itu sendiri. Walau berbagai organisasi kehumasan di Indonesia sudah memiliki Kode Etik, pelaksanaan dalam arti pencatatan kasus-kasus yang timbul serta pengawasannya belum terlaksana.

Mungkin dinamika dan romantika praktek kehumasan kita belum *complicated* seperti praktek di negara-negara maju. Di negara mau, seperti diceritakan Lovell (hal 381), sering dalam melakukan tugasnya, praktisi PR bertemu dengan dilemma etika. Bagaimana misalnya kalau ia diminta berbohong, menulis press release yang *misleading*, berbohong pada reporter, dan menutup-nutupi hal-hal yang tidak mungkin dicapai? Kalau berani menolak, mungkin ada risiko dipecat. Kalau mereka turuti, dan apalagi kalau berkali-kali, mungkin mereka akan tersiksa terus karena telah bertindak yang tidak sesuai dengan hati nurani dan etika. Ini bisa menimbulkan *stress*. Sehingga menurut sebuah laporan **Federal Health Occupational Report**,

Associations), organisasi kehumasan Indonesia juga mempunyai kode etik masing-masing.

Kategori Isi Kode Etik

Kalau dipelajari berbagai kode etik organisasi kehumasan di atas, dan juga telahaan para ahli (Bowman & Ellis, hal 24-28; Theaker, hal 24) maka area yang diatur etika humas dapat dikelompokkan dalam empat kategori. Keempat kategori ini adalah

- Pertanggungjawaban sosial pada masyarakat (*Social responsibility (to the public)*). Setiap praktisi humas harus menghayati sepenuh hati bahwa siapapun klien atau atasannya, pertimbangan utamanya adalah kepentingan umum. Janganlah sampai masyarakat menjadi korban karena *power* yang dimilikinya. Kepentingan publik adalah segala-galanya.
- Hubungan dengan klien dan atasan (*Relationship with the client and employer*). Hubungan ini harus berdasar pada kepercayaan, keterbukaan, dan kejujuran. Seorang PR professional akan menjamin *confidentiality* (kerahasiaan) sebaik dan seaman-amannya. Kalau klien menghendaki bahwa kontrak tidak boleh diketahui siapapun misalnya, maka humas menjaga betul bahwa nama klien tidak akan pernah dibuka apalagi dipakai sebagai bahan promosi. Demikian juga halnya dengan *confidentiality* atasan. Sangat tidak profesional kalau sampai terjadi justru humas yang menjadi sumber *gossip* dan *leaking*.
- Hubungan dengan media komunikasi (*Relationship with the media of communication*). Hubungan dengan media adalah hubungan yang dibangun di atas fondasi profesionalisme. Integritas PR akan sangat dihargai para praktisi media kalau humas tidak berbohong dan tidak berusaha memanipulasi media.
- Hubungan dengan sesama rekan seprofesi humas (*Relationship with fellow PR people*). Dengan sesama rekan profesi, humas harus saling memelihara dan menunjukkan sikap respek. Tidaklah etis misalnya karena demi mengharapkan dapat order, sebuah perusahaan humas menjelek-jelekan perusahaan humas lainnya. Menggerogoti reputasi rekan se profesi dengan mengklaim bahwa pelayanan yang ditawarkan rekan tadi lebih mahal dan lebih jelek termasuk dalam perilaku yang tidak etis.

Adapun Joseph Awad (hal 50), menambah empat kategori di atas dengan kategori yang kelima: “*to the government*.” Profesi kehumasan juga harus juga memiliki standar perilaku dalam berhubungan dengan pemerintah.

Isu dalam Kode Etik

Adapun beberapa masalah atau isu yang menonjol dalam praktek kehumasan adalah:

- Menyesatkan & salah (*misleading & fault*). Sebagai contoh, bisa dikemukakan disini kasus yang terjadi tahunan yang lalu ketika Nestle’ suatu perusahaan yang bergerak di bidang makanan di Switzerland memproduksi *powdered infant formula* (suatu makanan bubuk buat bayi) yang dijual di negara-negara berkembang (Center & Jackson, hal 494-504). Penelitian WHO menyimpulkan bahwa makanan ini menjadi faktor timbulnya masalah gizi (*malnutrition*) dan juga penyebab timbulnya diare serta meningkatnya angka kematian bayi di beberapa negara berkembang. Dan yang memperburuk keadaan adalah terjadinya perubahan pola menyusukan bayi. Nestle’ dituduh telah mendorong para ibu di negara berkembang untuk tidak memberi ASI lagi bagi para bayi mereka. Berbagai kritik timbul, dan juga tuntutan agar Nestle’ menarik produk ini. Di Amerika lalu timbul kampanye beberapa organisasi yang menyerukan pemboikotan produk Nestle’. Dari sudut etika humas, kasus ini terletak pada cara Nestle’ “menjajakan” produknya itu. Nestle’ bertumpu pada apa yang dinamakan “*milk nurses*” atau “*mother craft workers*” yang mendatangi berbagai rumah sakit, klinik, rumah penduduk untuk menjelaskan pada para ibu manfaat memakai formula Nestle’ tadi. Para “*nurses*” ini memakai pakaian perawat/suster, dan penampilan ini sudah tentu bisa menimbulkan kesan bahwa formula Nestle’ tadi didukung oleh dunia kesehatan. Ini *misleading* atau menyesatkan, apalagi sudah ada penelitian yang melaporkan berbagai efek pemakain formula tadi. Nestle’ mencoba bereaksi dengan antara lain mengedarkan 19 ringkasan dukungan dari berbagai negara berkembang. Sayangnya, upaya ini tidak berhasil menghentikan boikot atas produk mereka. Boikot ini telah menimbulkan kerugian jutaan dollar terhadap Nestle’. Yang diinginkan Nestle’ sebenarnya ingin lepas dari

ditaati, dapat meninggikan integritas suatu profesi di mata masyarakat. Lihatlah misalnya profesi dokter. Pada umumnya, kesan masyarakat terhadap profesi dokter adalah luhur, terhormat, dan dapat dipercaya. Seorang pasien wanita dengan tidak ragu-ragu akan berani membuka pakaianya di ruang praktek seorang dokter. Demikian juga halnya dengan profesi lain, misalnya profesi pengacara. Seorang pelaku kejahatan akan berani bercerita apa adanya pada seorang pengacara. Keberanian wanita dan pelaku kejahatan tadi karena kepercayaan mereka pada integritas profesi kedokteran dan pengacara.

Kenapa kode etik diperlukan dalam kehumasan? Ini tidak lain karena sifat kerja humas (*the nature of their work*) yang : "*capable of influencing others*" (Bowman & Ellis, hal 24). Dengan kemampuan komunikasinya ini untuk mempengaruhi, humas dapat saja tergelincir pada tindakan yang tidak terpuji. Karenanya humas harus mempunyai komitmen teguh terhadap dirinya sendiri bahwa ia akan "*maintain descent standar.*" Bukan tidak mungkin, misalnya, suatu saat kelak ada yang mengontrak sebuah perusahaan humas untuk mengkampanyekan aborsi menjadi legal di Indonesia (yang sampai saat ini baik dari kaca mata hukum positif kita dan moral masyarakat, aborsi masih merupakan hal yang tabu).

Awad (hal 49) memberi label lain akan *power* humas ini, yaitu *create favorable image* atau kemampuan humas menciptakan *image* yang menguntungkan. Dengan kemampuan komunikasinya, humas dapat membangun citra suatu organisasi atau seorang figur. Dalam hal ini, humas seharusnya tidak terseret arus, yang umpamanya demi menciptakan citra seorang "bapak" adalah tokoh yang bijaksana dan dermawan, humas lalu memalsukan riwayat hidup sang bapak. Disamping label *create favorable image humas*, Awad juga punya alasan lain, yaitu humas punya "*power to manipulate.*" Jika tidak punya rem berbentuk etika, maka bisa saja humas terlibat dalam upaya manipulasi persepsi masyarakat terhadap suatu isu.

Power humas ini (*create favorable image, influencing others*, atau *manipulate*) kalau tidak dikendalikan sendiri oleh para praktisi humas profesional, tentulah pada akhirnya masyarakat juga yang menjadi korban, yang pada gilirannya akhirnya akan meniadakan kepercayaan masyarakat pada profesi humas.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa sebenarnya ada dua manfaat pokok kode etik ini. Yang pertama, untuk menghindari timbulnya *abuse of power* dari suatu profesi. Ambillah profesi kedokteran tadi. Kalau tidak ada kode etik kedokteran, maka masyarakat bisa menjadi korban kesewenangan dokter misalnya dalam soal tarif, pelayanan, dan kemungkinan perbuatan asusila. Penghayatan kode etik para dokterlah selama ini yang melindungi masyarakat. Adapun yang kedua adalah demi integritas, untuk melindungi/memajukan profesi itu sendiri. Bayangkanlah jika seorang dokter selalu dihantui kekhawatiran tuntutan karena malpraktek. Ia mungkin agak ragu-ragu untuk melakukan suatu operasi walau pasien tadi sangat memerlukan pertolongan medis. Padahal disamping fungsi pelayanannya, menolong dan merawat pasien ini sekaligus juga memiliki fungsi "pelatihan" dalam menerapkan ilmu kedokteran.

Kode Etik Humas

Tidak mudah mengembangkan dan bahkan meng-enforce Kode Etik Humas yang ada. Ini disebabkan perkembangan profesi kehumasan ini sendiri yang masih belum begitu marak di Indonesia, dan juga karena masih belum *well documented*-nya kita mencatat kasus-kasus yang timbul dalam praktek kehumasan di Indonesia. Belum ada organisasi profesi kehumasan yang secara khusus mencatat berbagai kasus, padahal pencatatan ini diperlukan dalam pelaksanaan kode etik.

Mengambil contoh di Amerika, suatu penelitian di tahun 1987 melaporkan adanya 168 *complaints* menyangkut praktek kehumasan (Seitel, hal 124). Untuk menilai berbagai keluhan tadi tentu diperlukan "alat ukur." Dan dalam hal ini, alat ukur tadi adalah kode etik yang dimiliki oleh PRSA (*Public Relations Society of America*).

Di Indonesia ada berbagai organisasi "profesi" kehumasan. Diantaranya, **Perhumas** (Perhimpunan Humas Indonesia); **Bakohumas** (Badan Kordinasi Kehumasan Pemerintah), **APPRI** (Asosiasi Perusahaan Public Relations Indonesia). Sebagaimana halnya dengan berbagai organisasi kehumasan di berbagai negara (misalnya: **IPPPRA**—*International Public Relations Association*; Amerika: **PRSA**—*Public Relations Society of America*; dan Inggris: **IPR**—*Institute of Public Relations*, dan **PRCA**—*Public Relations Consultant*

- “Etika terdiri dari berbagai standar perilaku yang diterima dapat masyarakat kita (*Ethics consists of the standards of behavior our society accepts*).”
- “Saya tidak tahu artinya (*I don't know what the words means*).”

Penyampaian Raymond Baumhart di atas menggambarkan beragam pemahaman tentang etika, yaitu, etika menyangkut hati nurani dalam menentukan salah benar; etika berkaitan dengan agama; ber-etika berarti sudah ikut mematuhi hukum yang berlaku, etika merupakan standar perilaku yang diterima masyarakat; dan ada yang tidak tahu apa arti etika. Kelima unsur ini (nurani, agama, hukum, standar perilaku, dan ketidaktahuan) merepresentasikan tidak mudahnya menggaris bawahi makna etika. Namun kita tentu tidak bisa terpaut disini. Hidup dan kehidupan berjalan terus, dan hubungan-hubungan antara elemen masyarakat memerlukan *guidance* yang disepakati supaya eksistensi masyarakat berjalan dengan sebaik mungkin.

Guidance hubungan-hubungan ini pada intinya kalau kita bawa ke kehidupan berorganisasi adalah standard perilaku yang populer dikenal sebagai Kode Etik. Inilah yang akan kita bahas, dalam hal ini kode etik kehumasan.

Pembahasan Komunikasi Humas

Pada dasarnya seorang praktisi humas adalah seorang *professional communicator* (Seitel, hal 167) karena tugasnya yang harus mengkomunikasikan institusinya dengan publik. Berkomunikasi adalah “*a process of exchanging information, bertukar informasi*.” Dan seperti dikatakan Bowman & Ellis (hal 28), ini mudah karena “*everyone does all the time* (semua orang melakukannya setiap waktu).” Walau begitu justru banyak problem yang terjadi karena komunikasi yang tidak lancar. Teknologi komunikasi begitu maju dewasa ini, sehingga memungkinkan orang berkomunikasi dengan seseorang di angkasa luar, atau antara dua orang di negara yang berbeda. Namun sering kita dengar bahwa banyak perkawinan putus ditengah jalan karena kurang serasinya komunikasi antara suami isteri, padahal mereka tidur di satu tempat yang sama. Dalam kehidupan bernegara, sering kita mendengar keluhan rakyat atas kebijakan pemerintah yang tidak

mereka pahami, dan citra pemerintah yang negatif dimata mereka. Sebaliknya pemerintah juga mengeluh atas kurangnya pengertian dan *support* masyarakat terhadap berbagai kebijakannya.

Dalam kaitan ini, lanjut Bowman & Ellis “*Effective Communication*”-lah yang kita bicarakan, dan ini tidak mudah karena komunikasi efektif menyangkut berbagai aspek. Aspek-aspek ini antara lain (hal 28-29):

- *Atensi* (komunikasi harus mampu menimbulkan atensi sasaran),
- *Interest* (harus mampu merangsang minat dan menimbulkan rasa penting untuk mendengar/melihat *message* yang disampaikan).
- *Conveying information with: impact, accuracy, lack of ambiguity* (menyampaikan informasi yang menghasilkan dampak yang diharapkan, diusahakan seakurat mungkin, dan menghindari ketidakjelasan).
- *Audience* (sasaran) harus jelas,
- *Means of reaching audience* (media dan teknik yang digunakan dalam komunikasi hendaknya disesuaikan dengan kondisi sasaran/*audience* yang hendak dicapai)

Menurut Paul Seiter (hal 167), “komunikasi adalah *backbone*-nya Humas.” Sebagai seorang *professional communicator, PR practitioner* harus lebih menguasai komunikasi dibandingkan orang lain dalam organisasinya. Pengetahuannya tentang komunikasi seyogyanya membedakannya dengan anggota organisasi lainnya. Pada intinya keberhasilan PR tergantung pada kinerjanya berkomunikasi.

Kenapa Perlu Kode Etik Kehumasan

Kode Etika Kehumasan memang harus semakin dimasyarakatkan, paling tidak dikalangan para praktisi humas. Tidak jarang, citra negatif tentang humas disebabkan perilaku para praktisi humas itu sendiri. Untuk itu, salah satu cara meninggikan citra ini adalah lebih dihayatinya ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam Kode Etik Kehumasan.

Secara umum, kode etik adalah panduan bagi sebuah profesi, yang dibuat berdasarkan kaidah moral. Dengan demikian kode etik sebenarnya adalah sesuatu yang luhur karena ia merupakan panduan moral bagi penggelut suatu profesi. Memiliki kode etik yang operasional dan

tahun 1987, *Public Relations* berada pada peringkat keenam sebagai suatu profesi yang banyak dirawat di *mental health institution*.

Daftar Pustaka

Awad, Joseph F, "*The Power of Public Relations*", Preager, New York, 1985.

Bowman, Pat and Ellis Nigel, "*Manual Of Public Relations.*", Milliam Heinemann Ltd, London, 1982.

Canfield, Bertrand R, "*Public Relations Principle: Cases and Problems, Homewood*", Richard D Irwin, Inc, Illinois, 1968.

Lovell, Ronald P, "*Inside Public Relations*", Allyn and Bacon, Boston, 1982.

Seitel, Fraser P, "*The Practice of Public Relations*", Macmillan Publishing Co, New York, 1992.

Theaker, Alison, "*The Public Relations Handbook*", Routledge, London, 2008.