

ORIENTASI TEORI KEHUMASAN DAN PROTOKOL

Kemala Motik Gafur

Dosen Universitas INDONUSA Esa Unggul, Jakarta
kemala.motik@yahoo.com

ABSTRAK

Tulisan ini coba melihat bagaimana orientasi teori kehumasan dan protokol yang dimulai dengan mengkaji latar belakang teori-teori kehumasan. Dilanjutkan dengan pertumbuhan awal teori dasar kehumasan dan perkembangannya. Kemudian dilihat juga bagaimana teori Humas Internal yang berorientasi organisasi dan pendekatannya selain juga mengupas teori kehumasan eksternal yang berorientasi publik.

Kata Kunci: Humas, Protokol, Internal & Eksternal Humas, Teori, Komunikasi

Pendahuluan

Secara teoretis aktivitas kehumasan, utamanya terkait dengan komunikasi kelompok, pasti melibatkan masalah protokol. Karenanya kesatuan istilah “Humas dan Protokol” hanya dikenal di Indonesia. Mengacu kepada aturan pemerintah yang ada, misalnya Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta No. 62 tentang Organisasi, menyatakan bahwa “Biro Hubungan Masyarakat dan Protokol” bertugas merumuskan kebijakan dan melaksanakan pengumpulan dan pengolahan data informasi, publikasi, pelayanan informasi, serta pelayanan keprotokolan.

Untuk menjalankan tugas tersebut, menurut ketentuan ini, fungsi Humas dan Protokol adalah (<http://www.jakarta.go.id/pemerintahan/>):

- Perumusan kebijakan di bidang hubungan masyarakat dan keprotokolan.
- Pengumpulan data dan informasi

mengenai pendapat, sikap, dan kegiatan masyarakat terhadap pelaksanaan kebijakan pemerintah

- Publikasi dan dokumentasi kebijakan pemerintah
- Pelayanan informasi kebijakan dan kegiatan pemerintah
- Penyelenggaraan kegiatan upacara, resepsi dan pelayanan tamu
- Penyiapan kelengkapan dokumen perjalanan dinas pimpinan dan pejabat pemerintah

Demikianlah contoh ketentuan yang ada. Namun, dalam kesempatan ini, perkenalkan penulis untuk mengkaji orientasi teoretis masalah kehumasan dan protokol. Namun, dalam pembahasan ini, penulis hanya akan menyebut Humas saja. Artinya, pada saat penulis menyebutkan Humas, unsur protokol diasumsikan sudah termaktub di dalamnya.

Sesuai apa yang diminta, penulis akan melihat orientasi teori kehumasan. Untuk itu, penulis akan

melakukan kategorisasi guna mengkajinya. Dalam melakukan kategorisasi, kita bisa menempuh berbagai cara. Misal, dalam mengkategorisasikan peserta pelatihan ini, berdasarkan jenis kelamin, penulis bisa membedakannya atas pria dan wanita. Berdasarkan tempat tinggal, penulis bisa bagi atas mereka yang tinggal di Jakarta dan luar Jakarta. Artinya, apa pun cara kategorisasi yang dilakukan, selama jelas kriteria pembeda, maka penggolongan dapat dilakukan.

Dalam upaya mengkaji orientasi kehumasan, penulis akan mulai dengan sedikit memberi latar teori kehumasan, yakni ilmu komunikasi, karena darinyalah Humas membangun teori-teorinya. Selain itu, sebagai suatu disiplin ilmu, Humas bersifat multidisiplin, artinya juga akan melibatkan disiplin-disiplin ilmu lain. Untuk itu, mari kita mulai melihat latar belakang teori kehumasan ini.

1. Latar Belakang Teori Kehumasan: Ilmu Komunikasi

Banyak ahli mempersoalkan dan mempertentangkan istilah Humas/hubungan masyarakat dan PR/*public relations* (Effendy, 1984; Abdurachman, 1995). Dalam kesempatan ini penulis tidak akan mempermasalahkannya itu, karena yang penting adalah esensi. Manakala kita merujuk teori dan ilmu kehumasan, tidak bisa disangkal bahwa teori itu – suka atau tidak suka – memang berawal dari Barat. Maka bagi penulis, Humas adalah pengindonesiaan dari kata asing: *public relations*. Dan, karenanya, teori-teori menyangkut *public relations* inilah yang akan penulis kaji orientasinya.

Sebagai ilmu, Humas masih relatif baru bagi masyarakat bangsa kita.

Humas merupakan gabungan dari berbagai ilmu dan masuk dalam jajaran ilmu-ilmu sosial, seperti sosiologi, psikologi, ekonomi, politik, dll. Dalam rumpun ilmunya, Humas merupakan salah satu ilmu praktika dari induknya: ilmu komunikasi. Karena itu, mengkaji latar teori kehumasan tentu tidak lepas dari ilmu komunikasi yang menjadi induknya itu. Selain Humas, ilmu komunikasi praktika lainnya adalah Periklanan dan Jurnalistik.

Humas sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan, organisasi, atau institusi. Humas berfungsi menumbuhkan relasi baik antar berbagai masyarakat/publik yang terkait dengannya: menumbuhkan motivasi, menggiatkan partisipasi, menjadikannya proaktif terlibat langsung dalam pertumbuhan dan perkembangan organisasi. Karenanya publik/masyarakat dari istilah Humas dapat dibedakan atas internal publik dan eksternal publik.

Komunikasi merupakan landasan utama dalam hubungan. Lihatlah: kita harus berhubungan dengan orang lain dan menampilkan identitas diri pribadi kita, mendengarkan untuk mempelajari, memecahkan masalah, mengingat masa lalu, dan merencanakan masa depan. Para konselor institusi pernikahan, misalnya, telah lama menekankan pentingnya komunikasi untuk kesehatan dan kelanggengan hubungan. Mereka menunjukkan bahwa perbedaan utama hubungan yang langgeng dan gagal dalam institusi pernikahan adalah pada komunikasi yang efektif. Suami-isteri yang belajar bagaimana meng-

ungkapkan cinta dan mengelola konflik hubungan secara konstruktif cenderung menjalani hidup dengan harmonis. Kesimpulannya, komunikasi adalah penting dalam berhubungan, baik untuk kehidupan personal, profesi, dan budaya karena komunikasi merupakan dasar kehidupan manusia. Pilihan kita untuk mempelajarinya akan memberi sesuatu yang bermanfaat baik dalam tataran komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, maupun komunikasi massa.

2. Pertumbuhan Awal Teori Dasar Kehumasan dan Perkembangannya

Kembali ke tataran organisasi, dalam kurun lebih dari 100 tahun terakhir ini Humas mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan Humas di setiap Negara ternyata tidak sama, baik dalam bentuk maupun kualitasnya. Dalam sejarahnya, Humas dilahirkan oleh perintis sekaligus pelopor yang kemudian diangkat sebagai *the Father of Public Relations* yaitu Ivy Ledbetter Lee yang pada 1906 berhasil menanggulangi kelumpuhan industri batu bara di Amerika. Marilah kita pahami bagaimana Ivy Lee untuk pertama kalinya mengangkat Humas sebagai suatu konsep dan kemudian profesi. Sebagaimana diutarakan, kegiatan Lee di bidang Humas dimulai tahun 1906 ketika industri batubara di Amerika mengalami pemogokan. Ketika itu Lee adalah wartawan. Dengan pemogokan itu, timbul gagasan dalam diri Lee yang bisa menguntungkan kedua belah pihak, yaitu industriawan dan para pekerja. Proposal Lee

ditawarkan dengan dua syarat sebagai berikut (Cutlip & Centre, 2000; Center & Jackson, 1995; Hendricx, 2001, Wilcox & Cameron, 1994):

- Lee diperkenankan duduk dalam manajemen puncak sehingga ia dapat sedekat mungkin dengan sumber informasi utama dan pengambilan keputusan;
- Lee diberi wewenang penuh untuk memberi informasi kepada pers tentang semua fakta sehingga pers dapat menyampaikan informasi sebagaimana adanya kepada publik.

Usulan ini diajukan karena berdasarkan identifikasi masalah yang Lee lakukan, ia melihat adanya kesenjangan informasi yang berdampak pada “ketidaksaling pengertian” antar publik yang terkait dengan organisasi/institusi. Syarat pertama yang diajukan Lee ketika itu dianggap revolusioner. Karena, saat itu, orang-orang yang menyelenggarakan publikasi diumumkan dari pucuk pimpinan organisasi/institusi. Syarat kedua, yakni membuka semua kegiatan dan kejadian dalam organisasi kepada publik juga merupakan hal unik pada masanya. Namun demikian, tawaran Lee diterima.

Pemikiran Lee kemudian dinamai *Declaration of Principle* yang mengandung azas bahwa publik tidak bisa diabaikan oleh manajemen organisasi. Lee menegaskan bahwa di kantornya tidak ada hal-hal yang bersifat rahasia, semuanya terbuka. Karena keterbukaan merupakan inti komunikasi. Keterbukaan dapat menimbulkan kepercayaan. Keterbukaan juga mendatangkan

saling pengertian. Dengan adanya kepercayaan dan saling pengertian, pada gilirannya akan mendatangkan dukungan penuh dari seluruh publik – internal maupun eksternal – dan dengan demikian kinerja organisasi menjadi maksimal.

Dengan filosofi dasar inilah Lee bekerja dan ia berhasil menanggulangi pemogokan di pabrik-pabrik. Ia juga membina hubungan positif dengan pers, sehingga pers tidak lagi semata menulis sisi negatif organisasi, tapi juga sisi positifnya.

Tahun 1914, Lee diangkat menjadi penasihat John D. Rockefeller, Jr. Kemudian Lee memberi nasihat yang sangat bernilai bagi kemajuan dan perkembangan perusahaan multi jutawan ini. Berkat keberhasilannya itulah Lee diakui sebagai pemrakarsa, perintis, pembina, dan pemraktik konsep Humas. Selain itu, ia juga dikenal sebagai orang pertama yang secara khusus menggunakan *publicity* dan *advertising* sebagai penunjang kegiatan Humas.

Dari Ivy Lee ini berkembang teori dasar yang sangat penting diperhatikan dan diterapkan dalam kegiatan Humas. Teori itu menyatakan, terdapat dua aspek dasar atau hakiki yang mutlak ada dalam aktivitas kehumasan (Cutlip & Centre, 2000; Center & Jackson, 1995; Hendricx, 2001, Wilcox & Cameron, 1994):

- Sasaran Humas adalah publik internal dan eksternal. *Publik internal* adalah seluruh orang yang berada dalam lingkup dalam organisasi seperti karyawan, keluarga karyawan, ter-

masuk manajemen puncak. *Publik eksternal* adalah orang-orang yang berada di luar organisasi yang terkait dengan aktivitas organisasi seperti pers, masyarakat sekitar, dan sejenisnya.

- Kegiatan humas merupakan komunikasi dua arah. Berarti bahwa dalam penyampaian informasi baik kepada publik internal maupun eksternal harus terbuka atas umpanbalik. Dengan demikian, setiap melakukan kegiatannya, Humas harus mampu menciptakan opini publik yang positif.

Agar dapat menjalankan fungsi kehumasan dengan baik, maka dua syarat yang diyakini harus terpenuhi adalah (Cutlip & Centre, 2000; Center & Jackson, 1995; Hendricx, 2001, Wilcox & Cameron, 1994):

- Mempunyai posisi yang dekat dengan pimpinan puncak organisasi sebagai sumber utama informasi dan pengambil keputusan tertinggi.
- Diberi kebebasan untuk berprakarsa penuh dalam memberikan informasi secara bebas dan terbuka.

Demikian antara lain teori dasar kehumasan yang awalnya dicantumkan oleh Lee. Selain Ivy Lee masih terdapat beberapa tokoh lain yang menjadi pelopor Humas seperti Paul Garret, Erick Johnsin, Arthur W. page, Carl Byois, Verne Bernett, dan lain-lain. Sebagai suatu cabang ilmu dan profesi yang relatif baru, Humas di Amerika

tumbuh berangsur-angsur, demikian pula di Eropa. Memasuki abad ke-20, Humas di Amerika dan Eropa mulai menjadi program studi yang mandiri didasarkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Tahun 1925 misalnya, di New York, Humas menjadi pendidikan tinggi resmi dan di Belanda pada 1928 memasuki perguruan tinggi dan minimal di fakultas sebagai matakuliah wajib. Di samping itu, banyak kursus-kursus bermutu yang ditawarkan. Pada 1968, Humas di Belanda mengalami perkembangan pesat, lebih kearah ilmiah, karena penelitian yang rutin dan kontinu; sementara di Amerika lebih ke arah bisnis. Dari sinilah kemudian teori-teori kehumasan tumbuh dan berkembang.

Berdasarkan latar belakang pemahaman atas pertumbuhan dan perkembangan Humas, serta seiring pertumbuhan dan perkembangan ilmu induknya, yaitu komunikasi, teori-teori kehumasan dewasa ini bisa kita kategorikan dengan beberapa cara, tergantung kriteria yang kita gunakan. Berdasarkan target publiknya, kita bisa membedakan Humas Internal dan Eksternal. Dalam mengupas Humas Internal, penulis akan banyak menggunakan teori-teori komunikasi organisasi, sementara Humas Eksternal akan lebih menggunakan teori-teori komunikasi massa. Dalam mengupas Humas Internal, kriteria penulis gunakan adalah orientasi pada organisasi dan pendekatannya; sementara dalam mengupas

Humas Eksternal adalah orientasi pada publiknya: pasif vs aktif. Berikut terlebih dahulu adalah Humas Internal.

3. Teori Kehumasan Internal yang Berorientasi Organisasi dan Pendekatannya

Sosiolog Amitai Etzioni menyatakan bahwa masyarakat kita adalah masyarakat organisasi (Sendjaja, 2002). Kita dilahirkan dalam organisasi dan dididik dalam organisasi serta menghabiskan sebagian waktu dengan bekerja untuk organisasi. Karena Humas sangat terkait dengan organisasi, maka dalam pendekatannya pada organisasi kita mengenal sejumlah teori. Yang pertama, untuk memudahkannya, lazim disebut sebagai teori-teori klasik. Misalnya, **teori birokrasi** yang diajukan Max Webber. Teori ini mendefinisikan organisasi sebagai sistem dari aktivitas tertentu yang bertujuan dan bersinambungan. Selain itu, juga dikenal **teori system** yang dikemukakan Chester Barnard. Menurut teori ini, organisasi hanya dapat berlangsung melalui kerjasama antarmanusia, dan kerjasama merupakan sarana dimana kemampuan individu harus dipadukan guna mencapai tujuan bersama. Dengan kata lain, sistem memiliki tujuan-tujuan bersama yang menomorduakan kebutuhan-kebutuhan individu (lihat Goldhaber, 1990; Hatch, 1997; Jones, 2001).

Namun dalam banyak hal, teori-teori ini hanya menekankan pada produktivitas dan penyelesaian tugas, sementara faktor manusia hanya merupakan salah satu komponen saja. Menurut Chris Agyris,

praktik organisasi yang demikian adalah tidak manusiawi karena mengabaikan faktor individu manusia. Karena itu, muncullah **teori human relations**, yang kemudian disempurnakan lagi oleh Rensis Likert, yang lebih menempatkan unsur manusia sebagai proses sentral pencapaian organisasi.

Salah satu gagasan paling penting dalam memandang organisasi adalah pendekatan yang menyatakan bahwa komunikasi bukan semata-mata sesuatu yang dilakukan oleh para anggota organisasi, bukan pula alat untuk menyelesaikan persoalan, namun lebih dipandang sebagai suatu proses pengorganisasian. Menurut teori ini, esensi setiap organisasi adalah perilaku individu karena mereka saling terkait dan, dalam hal ini, komunikasi memainkan peranan penting.

Kemudian berkembang pendekatan berikutnya yang menganggap organisasi sebagai suatu kultur, dalam arti merupakan pandangan hidup (*way of life*) bagi para anggotanya, sehingga disebut **teori kultur/budaya organisasi**.

Dari teori-teori inilah kemudian Humas membangun teorinya sendiri (Cutlip & Centre, 2000; Center & Jackson, 1995; Hendricx, 2001, Wilcox & Cameron, 1994).

Demikian sekedar gambaran arah orientasi teori-teori kehumasan internal. Dan, berikut ini, penulis akan coba melihat teori-teori yang terkait kehumasan eksternal dengan kriteria orientasi pada publiknya.

4. Teori Kehumasan Eksternal yang Berorientasi Publik: Pasif vs Aktif

Walau komunikasi dua arah merupakan landasan kerja Humas, namun dalam pelaksanaannya banyak teoretisi dan praktisi Humas menganggap publik relatif pasif dalam arti akan menerima apa pun informasi yang disampaikan selama ada keterbukaan. Dari anggapan ini kemudian lahir **teori stimulus respons** (Littlejohn, 2002; Griffin, 2003; DeFleur, 2002; McQuail, 2003). Menurut teori ini, efek yang muncul pada publik merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Karenanya reaksi publik bisa direncanakan, diarahkan, dan diperkirakan. Elemen utama teori ini adalah Stimulus (yaitu pesan atau informasi), O (yaitu organisme penerima informasi), dan R (yaitu respons berupa pengaruh yang ditimbulkan oleh informasi).

Dari teori stimulus respons, muncul beberapa turunannya, misalnya **teori jarum hipodermik** (Littlejohn, 2002; Griffin, 2003; DeFleur, 2002. McQuail, 2003). Menurut teori ini, informasi yang dikandung media ibarat “serum” yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah publik audiens. Publik akan bereaksi persis sesuai kandungan “serum” yang disuntikkan padanya. Karena itu, menurut teori jarum hipodermik, informasi harus dipersiapkan dan didistribusikan secara sistematis dalam skala luas. Informasi itu secara serempak harus tersedia bagi sejumlah besar individu, bukan pada orang perorang. Karena itu, penggunaan teknologi

dan saluran distribusi informasi yang handal dapat meningkatkan jumlah penerimaan dan respons dari publik. Menurut teori ini, seluruh individu yang menerima pesan dianggap punya karakteristik yang sama dan seimbang. Dengan kata lain, teori ini menyatakan bahwa informasi dari media pasti menimbulkan efek dan individu yang tidak terjangkau media tidak akan terpengaruh.

Namun ketika Lazarsfeld, Berelson & Gaudet meneliti kampanye pemilihan presiden Amerika, 1940, ia menurunkan hipotesis penelitian yang awalnya menyatakan bahwa proses stimulus-respons bekerja dalam menghasilkan efek media massa. Tapi kenyataan menunjukkan hasil sebaliknya: bahwa efek media massa relatif rendah. Ia menyimpulkan, asumsi stimulus-respons tidak cukup menggambarkan realitas publik dalam penyebaran informasi dan pembentukan pendapat umum. Karena itu, Lazarsfeld dkk mengajukan **teori komunikasi dua tahap** (Littlejohn, 2002; Griffin, 2003; DeFleur, 2002. McQuail, 2003) dan memperkenalkan istilah *opinion leader* atau pemuka pendapat, yakni orang yang disegani oleh kelompok publik tertentu. Menurut pandangan ini, informasi mengalir dari media massa tidak langsung ke publik melainkan disaring oleh para pemuka pendapat. Kemudian para pemuka pendapat inilah yang secara efektif mempengaruhi kelompok publiknya. Contoh dalam penyebarluasan informasi Rancangan Undang-Undang Anti Pornografi dan Pornoaksi, perlu diperhatikan peran para pemuka

agama, misalnya para ulama, dalam menerima atau menolak rancangan undang-undang tersebut.

Masuk kedalam tataran komunikasi kelompok, kita mengenal **teori Aristoteles**. Teori ini menurunkan tiga unsur utama, yaitu: pembicara, pesan, dan publik. Pembicara, menurut Aristoteles, harus memiliki ethos, yaitu kredibilitas dan kompetensi tinggi di mata publik pendengarnya. Pesan harus memperhatikan logos (logika, argumentasi pesan) dan patos (estetika, atau keindahan berkata-kata). Sedangkan pada publik harus diperhatikan *setting*. Aplikasinya dalam protokoler membuat tatatempat dan tatacara kegiatan mutlak diperhatikan.

Dalam perkembangannya, teori-teori yang menganggap publik pasif (menerima apa saja informasi yang disampaikan serta menganggap mereka memiliki karakteristik yang sama) dinilai tidak menggambarkan realitas yang sebenarnya. Dari sini kemudian berkembang teori-teori yang memandang publik sebagai pelaku yang relatif lebih aktif dalam menerima dan menyeleksi informasi. Salah satu teori yang coba memahami publik dan menganggapnya memiliki karakteristik berbeda misalnya **teori difusi inovasi** (Littlejohn, 2002; Griffin, 2003; DeFleur, 2002. McQuail, 2003) yang dikemukakan Rogers (1983). Inovasi yang dimaksud dapat bermacam-macam bentuknya: bisa barang baru, jasa baru, gagasan baru, peraturan baru (seperti Perda Larangan Merokok), dll. Adopsi mengacu pada reaksi positif publik terhadap inovasi dan pemanfaatannya. Menurut

teori ini, publik tidak memilih atau menolak inovasi pada waktu bersamaan. Publik dipandang memiliki karakteristik peran yang berbeda, sebagai berikut:

- a. Inovator: mereka-mereka yang pertama-tama mengadopsi inovasi, belum tentu pencetus inovasi itu sendiri, tapi mereka adalah yang paling pertama menerimanya dan kemudian menyebarkan nya.
- b. Adopter Awal: disebut juga Pembawa Pengaruh, yaitu mereka yang melegitimasi inovasi dari Inovator dan membuatnya diterima oleh publik pada umumnya.
- c. Mayoritas Awal: mereka yang mengikuti Pembawa Pengaruh dan melegitimasi lebih jauh inovasi itu.
- d. Mayoritas Akhir: yang mengadopsi inovasi agak belakangan.
- e. Kelompok yang Tertinggal (*laggards*): kelompok paling akhir dalam mengadopsi inovasi.

Kelompok tersebut hampir mencakup 100% populasi. Bagian sisanya adalah kelompok Kepala Batu (*diehards*), yaitu mereka yang tidak pernah mengadopsi inovasi. Inilah ibu rumah tangga yang tidak mau menggunakan mesin cuci, karyawan yang tidak mau menggunakan komputer, dan seterusnya. Pada umumnya Adopter Awal dan Inovator – jika dibanding dengan Kelompok Tertinggal – memiliki karakteristik usia yang lebih muda, berstatus sosial ekonomi lebih tinggi, lebih empatik, kurang dogmatik. Mereka lebih terbuka terhadap perubahan

dan lebih banyak memanfaatkan informasi yang ada.

Teori lain yang semakin mempercayai “kekuatan” publik dan menganggapnya sangat aktif dalam memilih dan menyeleksi pesan adalah **teori pemanfaatan dan gratifikasi** (Littlejohn, 2002; Griffin, 2003; DeFleur, 2002. McQuail, 2003). Menurut teori ini, publik secara aktif akan memilih media dan menyeleksi pesan yang sesuai dengan kebutuhan dasar individunya. Jadi, publik tidak dianggap memiliki karakteristik sama dan mau begitu saja menerima pesan yang disampaikan sebagaimana teori jarum hipodermik misalnya.

Demikian contoh beberapa orientasi teori-teori komunikasi kehumasan yang berorientasi pada publik. Berikut ini, mari kita lihat sejenak bagaimanakah teori kehumasan yang berkembang di pemerintahan.

Kesimpulan dan Rekomendasi: Orientasi Teori Kehumasan Pemerintah

Dari uraian di atas terlihat bahwa teori kehumasan sebagai ilmu yang multidisipliner terkait dengan teori-teori komunikasi dan organisasi. Dalam melakukan orientasi teoretis, maka kategorisasi dalam melakukan pemilahan dan penggolongan menjadi alat bantu. Dalam kesempatan ini, penulis mencoba melihatnya berdasarkan Humas Internal yang dilihat berdasarkan orientasinya atas Organisasi dan Pendekatannya; serta Humas Eksternal atas orientasinya pada Publik Aktiv vs Pasif.

Pada dasarnya teori-teori yang melakukan pendekatan birokratis atas sistem dianggap sebagai pendekatan

klasik sementara yang lebih melihat pada komunikasi dan kultur dianggap lebih modern. Demikian juga halnya dengan teori yang berorientasi pada publik-pasif dianggap klasik sementara teori yang berorientasi pada publik-aktif dianggap lebih modern.

Sebagaimana pula diutarakan di bagian awal, perkembangan Humas di setiap Negara ternyata tidak sama, baik dalam bentuk maupun kualitasnya. Di Indonesia, Bakohumas merupakan Badan yang dibentuk Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Sofyan A. Djalil sesuai amanat Nomor : 100/KEP/M. KOMINFO/11/2005. Dengan ditetapkan keputusan ini, maka Keputusan Menteri Negara Komunikasi dan Informasi Nomor: 03A/SK/MENEG/I/2002 Tentang Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah, dinyatakan tidak berlaku lagi.

Bakohumas sebagai institusi non formal di lingkungan pemerintah pusat antara lain bertugas membantu pemerintah dalam melancarkan arus informasi antar lembaga pemerintah dan antar pemerintah dengan masyarakat, mengadakan koordinasi dan kerjasama antar humas departemen, lembaga pemerintah non departemen, lembaga negara serta BUMN dan merencanakan kegiatan kehumasan.

Baru-baru ini telah diadakan pertemuan tahunan Bakohumas dengan tema "Paradigma Humas dalam Menyikapi Era Keterbukaan". Keberadaan Bakohumas sebagai wadah keterpaduan dari Kehumasan pemerintah dengan pola penyampaian informasi yang terkoordinasi, integrasi, dan sinkronisasi (KIS) diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih dalam mendukung kebijakan-kebijakan pemerintah. Sejalan dengan

pelaksanaan otonomi daerah, aktivitas kehumasan yang dilakukan perlu dikembangkan dengan melibatkan unsur-unsur kehumasan di daerah. Untuk itulah, pertemuan tahunan Bakohumas ini dianggap sebagai momentum yang tepat bagi terealisasi tujuan dimaksud.

Dalam pertemuan Bakohumas kali ini diperoleh berbagai masukan baik dari pembicara maupun peserta. Hasilnya dirumuskan sebagai rekomendasi ke instansi yang terkait. Rekomendasi tersebut antara lain (<http://majalah.depkumham.go.id/article.php/>):

- Peserta menilai masih terdapat perbedaan struktur organisasi humas di departemen, BUMN, lembaga pemerintah non departemen, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota. Oleh karena itu, diusulkan agar struktur humas di semua lembaga tersebut diseragamkan minimal pada level biro atau setara eselon II.
- Perlu dilakukan penyamaan persepsi di antara anggota Bakohumas dalam melaksanakan fungsi dan tugasnya dan untuk mensinergikan anggota Bakohumas dalam bekerja dan meningkatkan fungsinya diperlukan pembentukan jaringan informasi dari pusat hingga daerah.
- Perlu ada standar dalam melaksanakan fungsi dan tugas pokok kehumasan. Oleh karena itu, Bakohumas diusulkan agar membuat buku panduan kehumasan.

Dari sini terlihat masih adanya masalah dalam Humas pemerintah yang ternyata fungsinya lebih sebagai alat birokrasi dan corong pemerintah? Mungkin karena itulah sebagian ahli menganggap bahwa Humas berbeda

dengan *public relations*? Memang perlu penelitian untuk menguji pernyataan ini. Namun, jika hipotesis ini benar, maka dapat diturunkan premis bahwa *orientasi teori kehumasan (pemerintah) saat ini masih melakukan pendekatan klasik*, yaitu bahwa teori birokrasi Webber atau teori Jarum Hipodermik masih memegang peranan. Benarkah begitu? Sekali lagi, perlu penelitian untuk mengujinya.

Daftar Pustaka

- Abdurachman, Oemi, "Dasar-dasar *Public Relations*", Citra Aditya Bakti: Bandung, 1995.
- Center Allen H. & Patrick Jackson, "*Public Relations Practices: Managerial Case Studies & Problems*", Prentice Hall, New Jersey, 1995.
- Berney, Edward L, "*Public Relations*", University of Oklahoma, Oklahoma, 1995.
- De Fleur, Melvin L. & Sandra J. Ball-Rockeach, "*Theoris of Mass Communication*", Longma: New York.
- Dozier, David M., William P. Ehling, Larissa A. Grunig, Fred C. Repper & Jon White, "*Excellence in Public Relations & Communication Management*", LE Associates, Broadway, 1992.
- Effendi, Onong U, "*Human Relations & Public Relations*", Mandamaju, Bandung, 1984.
- Goldhaber, Gerald M, "*Organizational Communication*", W.C. Brown Publishers, 1990.
- Hatch, Mary Jo, "*Organization Theory: Modern, Symbolic, and Post Modern Perspectives*", Oxford University Pers, New York, 1997.
- Hendricx, Jerry A, "*Public Relations Cases*", Thomson Learning, Belmont, 2001.
- Jones, Gareth R, "*Organizational Theory*", Prentice Hall, New Jersey, 2001.
- Macnamara, Jim R, "*Public Relations Handbook*", Promac Publication, Australia, 1992.
- Pace, R. Wayne & Don F. Faules, "*Organizational Communication*", Prentice Hall, New Jersey, 1994.
- Wilcox, Dennis L., Glent T. Cameron, Philip H. Ault & Warren K. Agee, "*Public Relations: Strategis & Tactics*", Pearson Education, Boston, 2003.