



Kajian Singkat terhadap Isu Aktual dan Strategis

STRATEGI KOMUNIKASI REFORMASI DPR

Handrini Ardiyanti*)

Abstrak

Reformasi DPR membutuhkan keberadaan dukungan strategi komunikasi yang mencakup strategi komunikasi publik dan strategi komunikasi internal DPR. Strategi komunikasi tersebut meliputi empat fase yaitu: fase formative research, strategy, tactics dan evaluative research. Keempat fase tersebut dilakukan secara cepat dan terus menerus sehingga diharapkan dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Pengantar

Tujuh proyek DPR menjadi isu hangat pemberitaan media dan *trending topic* media sosial. Padahal dalam *draft* dokumen Kerangka Kerja Tim Implementasi Reformasi DPR 2014-2018, apa yang disebut media sebagai “7 proyek DPR” itu adalah jabaran dari agenda reformasi DPR. Tujuh hal yang menjadi sorotan media adalah: alun-alun demokrasi, perpustakaan DPR, museum DPR, *visitor center*, Badan Keahlian DPR, ruang anggota dan tim pendukung serta integrasi kawasan.

Padahal isu yang lebih mendasar sebenarnya, tiga agenda reformasi DPR itu. Tiga agenda reformasi DPR meliputi: *pertama*, penguatan sistem kedewanan yang ditujukan untuk menguatkan fungsi representasi DPR RI. *Kedua*, penguatan sistem pendukung, yaitu perbaikan dan penerapan tata kelola (*good governance*) sistem pendukung. *Ketiga*, kemandirian legislatif termasuk didalamnya yuridiksi kawasan.

Upaya mewujudkan keberadaan alun-alun demokrasi sesungguhnya merupakan upaya DPR untuk penguatan sistem kedewanan yang ditujukan untuk menguatkan fungsi representasi DPR. Sementara itu perpustakaan, museum DPR, *visitor center* dan Badan Keahlian DPR merupakan salah satu bentuk upaya penguatan sistem pendukung. Sedangkan keberadaan ruang anggota dan tim pendukung yang lebih memadai serta integrasi kawasan merupakan salah satu bagian dari upaya mewujudkan kemandirian legislatif. Integrasi kawasan yang dimaksud adalah pengintegrasian kantor DPR, MPR dan DPR yang diharapkan menjadi ikon baru di ibukota negara.

Namun demikian, sejauh ini lemahnya strategi komunikasi telah menyebabkan kurang diterimanya gagasan reformasi DPR secara utuh. Pusat Studi Hukum dan Kebijakan (PSHK) Indonesia misalnya menulis dalam *blog*-nya bahwa “dari laporan

*) Peneliti Muda Komunikasi, pada Bidang Politik Dalam Negeri, Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI), Sekretariat Jenderal DPR RI. Email:handrini.ardiyanti@dpr.go.id.

Info Singkat

© 2009, Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI)
Sekretariat Jenderal DPR RI
www.dpr.go.id
ISSN 2088-2351



9 772088 235001

tim bisa diketahui bahwa program reformasi DPR menitikberatkan pada pembangunan fisik”. Dari berbagai media juga dapat diketahui bahwa gagasan reformasi DPR tidak dipahami secara utuh sehingga menimbulkan kesan bahwa reformasi DPR hanya berkutat pada 7 agenda proyek fisik. Pertanyaannya berikutnya adalah bagaimana strategi komunikasi yang seharusnya dilakukan?

Strategi Komunikasi Reformasi DPR

Setidak-tidaknya ada dua prasyarat utama yang harus dipenuhi dalam strategi komunikasi DPR yaitu *pertama*, kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk mengetahui pendapat publik serta untuk memelihara reputasi DPR sehingga dapat tercipta pemahaman, dukungan publik seperti yang diharapkan oleh DPR. *Kedua*, strategi komunikasi yang diterapkan bercirikan aktivitas kehumasan yang terorganisir dan diharapkan mampu mempengaruhi pendapat publik kearah yang lebih positif bagi setiap organisasi. (Joseph Straubar dan Robert Larose, 2002 : 351)

Ronald D. Smith dalam *Strategic Planning for Public Relations* memformulasikan setidaknya ada empat fase yang harus dilakukan yaitu: fase *formative research*, *strategy*, *tactics* dan *evaluative research*.

Fase pertama adalah fase *formative research*, mensyaratkan ada tiga langkah yang harus dilakukan yaitu menganalisa situasi, menganalisa organisasi dan menganalisa publik.

Langkah pertama pada fase *formative research* ini adalah analisa situasi. Caranya? DPR harus mengidentifikasi secara teliti dan tepat situasi yang dihadapi oleh DPR. Dua hal utama yang diidentifikasi adalah peluang (*opportunity*) dan hambatan (*obstacle*). Dengan identifikasi yang teliti maka dapat ditentukan manajemen isu yang tepat. Manajemen isu yang tepat dapat membantu DPR untuk mengantisipasi dengan cepat berbagai isu yang muncul sebelum isu itu berkembang diluar kendali. Pada tahap analisa situasi ini DPR dapat mengukur pilihan-pilihan yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah dengan menggunakan pendekatan *benchmarking*. *Benchmarking* adalah upaya meneliti bagaimana cara organisasi lain mengatasi

situasi persoalan yang mirip. Hal lain yang dilakukan pada tahap analisa situasi adalah *risk management* yaitu mengidentifikasi, mengendalikan dampak dari kejadian yang tidak terduga. Selain manajemen isu dan *risk management* hal penting lainnya yang perlu dilakukan adalah *crisis management*. Dengan adanya perencanaan *crisis management*, DPR dapat langsung mengetahui proses yang harus dilakukan ketika menghadapi isu-isu yang lepas kendali.

Langkah kedua adalah menganalisa organisasi. Analisa organisasi memfokuskan diri pada tiga aspek yaitu: aspek lingkungan internal, persepsi publik dan lingkungan eksternal.

Langkah ketiga dalam *formative research* adalah analisa publik. Analisa publik tidak hanya menganalisa bagaimana pendapat publik, melainkan menganalisa siapa saja yang dapat dijadikan publik kunci, publik perantara dan pemimpin opini. Publik kunci adalah orang-orang yang ingin kita libatkan dalam komunikasi. Publik perantara adalah perantara atau orang yang dapat menjembatani dan yang berpengaruh. Sementara pemimpin opini adalah seorang *role model* yang berpengaruh, dihormati dan dipercaya oleh publik.

Fase kedua adalah menetapkan *strategy*. Strategi komunikasi yang digunakan meliputi menetapkan tujuan objektif, menetapkan isu, menetapkan rencana kerja yang meliputi program komunikasi yang diimplementasikan hingga anggaran yang dibutuhkan.

Fase ketiga adalah *tactics* komunikasi. Dalam komunikasi kita mengenal ada tiga model yaitu model informasi, model persuasi dan model dialog. Taktik komunikasi yang dapat digunakan DPR adalah model dialog. Model dialog cocok digunakan untuk DPR karena diharapkan dapat menghasilkan dua praktek manajemen sekaligus yaitu membangun kesepakatan dan menyelesaikan konflik.

Fase keempat dalam strategi komunikasi adalah *evaluative research*. Evaluasi terhadap strategi komunikasi DPR tidak mutlak berupa evaluasi yang detail melainkan evaluasi yang cepat dan ringkas sehingga dapat diketahui pengembangan strategi dan taktik berikutnya yang dapat dilakukan.

Analisis Situasi dan Taktik

Dua tantangan komunikasi yang harus dihadapi dan dikelola DPR yaitu tantangan komunikasi publik dan tantangan komunikasi internal DPR.

Tantangan komunikasi publik dipengaruhi oleh media massa sebagai “jembatan” antara DPR dengan publik. Media yang tidak lagi bebas nilai dan sarat dengan kepentingan politik dari pemiliknya menghadirkan persoalan tersendiri. Selain itu media kerap mencampuradukkan atau menggeneralisasi citra pribadi dengan citra kelembagaan DPR. Pemberitaan tentang DPR cenderung negatif mengikuti sebuah adagium bahwa *bad news is a good news* dan persepsi negatif media massa dan masyarakat yang terlanjur melekat pada DPR masih menjadi kendala utama dari tantangan komunikasi publik yang harus dihadapi DPR.

Adagium *bad news is a good news* menghadirkan tantangan terbesar bagi peran penentu strategi kehumasan DPR yang harus mampu dengan cepat dan cermat mengetahui isu lain yang dapat dijadikan lawan yang sepadan. *Bad news* harus dilawan dengan *bad news*. Pergumulan berita yang terjadi saat ini diakui atau tidak, seolah-olah kerap membuat pemerintah dan DPR menjadi saling berhadapan. Isu kondisi perekonomian Indonesia yang mengarah kepada situasi krisis misalnya dapat dikatakan “tertolong” oleh *bad news* baru isu tujuh proyek DPR.

Karena itu, pekerjaan rumah terbesar bagi Tim Implementasi Reformasi DPR yang berperan sebagai “*public relations*” bagi kegiatan reformasi DPR adalah dengan mengelola manajemen isu strategis, setelah sebelumnya melakukan analisis situasi.

Tantangan komunikasi publik kedua yang dihadapi DPR adalah berkaitan dengan publik itu sendiri. Reformasi 1998 menyebabkan meningkatnya harapan dan tuntutan publik kepada DPR. Publik juga semakin kritis terhadap DPR. Berbagai kritik rakyat itu dengan bebas dimunculkan ke permukaan baik melalui media massa *mainstream* maupun beragam media sosial yang ada. Selain itu tuntutan untuk berdialog dan transparansi terhadap DPR juga semakin tinggi.

Tingginya ekspektasi publik ini harus segera direspons dengan cepat oleh DPR. Respons terbaik adalah memaksimalkan pelayanan publik. Pengembangan museum

dan perpustakaan DPR misalnya harus benar-benar dilihat dari kacamata publik. Sebelum mengajukan anggaran untuk pengembangannya misalnya, publik harus terlebih dahulu merasakan kemanfaatan dari kedua fasilitas tersebut. Sebagai contoh, secara prinsip museum dan perpustakaan DPR dapat dikunjungi oleh publik. Namun demikian, masih banyak yang belum mengetahui bahwa mereka dapat mengunjungi dan memafaatkannya. Karena itu, sosialisasi tentang manfaat publik atas berbagai fasilitas publik yang berada di DPR dapat dilakukan dengan membuat *feature* tentang pemanfaatan tersebut, yang dimuat di berbagai media baik melalui *blocking* media maupun memanfaatkan berbagai saluran media sosial yang dimiliki DPR. Dengan merasakan kemanfaatannya sikap publik yang pada awalnya menolak dapat ditingkatkan menjadi memahami akan arti penting pengembangan museum dan perpustakaan DPR.

Tantangan komunikasi kedua yang dihadapi DPR adalah tantangan komunikasi internal. Ada dua bidang komunikasi internal DPR yaitu yang berkaitan dengan komunikasi internal DPR yaitu keanggotaan dan jajaran sistem pendukung DPR mencakup kelembagaan kesetjenan, staf ahli dan unsur pendukung lainnya.

Tantangan komunikasi internal DPR dalam ruang lingkup keanggotaan meliputi berbagai hal yaitu sebagai berikut: *pertama*, DPR sebagai lembaga politik memiliki karakteristik yang berbeda dengan lembaga negara lainnya. *Kedua*, setiap anggota DPR RI berhak mengeluarkan pendapat, sehingga menyebabkan sumber informasi yang beragam. *Ketiga*, diakui atau tidak, kendali kekuasaan parlemen tidak sepenuhnya berada di senayan, melainkan juga ada pada pimpinan parpol.

Karena itu PR terbesar Tim Implementasi Reformasi DPR adalah melakukan konsolidasi secara menyeluruh, baik dengan pimpinan parpol dan Alat Kelengkapan Dewan (AKD) serta seluruh anggota DPR.

Bentuk pertemuan yang sifatnya cair, terbuka dalam suasana dialogis seperti *coffee morning* misalnya antar- pimpinan DPR dengan pimpinan fraksi, pimpinan AKD, pimpinan parpol sangat diperlukan demi mewujudkan kesepahaman bersama. Dalam

hal ini setiap anggota Tim Implementasi Reformasi DPR dapat bertugas sebagai instrumen *public relations* atau penghubung dari Tim dengan pimpinan parpol.

Dalam upaya melakukan konsolidasi kepada seluruh anggota DPR, maka dapat digunakan teknologi informasi komunikasi (TIK) yang mampu menjangkau seluruh anggota DPR dalam menyosialisasikan rencana dan aksi reformasi DPR berikut tahapan perkembangan terbarunya. Berbagai bentuk TIK yang dapat dimanfaatkan misalnya untuk mengunggah dokumen dan informasi yang detail dapat digunakan portal khusus untuk reformasi DPR. Pemberitahuan tentang telah diunggahnya dokumen tersebut berikutnya dapat menggunakan fasilitas SMS gateway. Dengan bauran penggunaan dua metode ini, setidaknya-tidaknya setiap anggota DPR memiliki informasi yang cukup dan sama tentang reformasi DPR sehingga dapat menjadi publik perantara bagi DPR untuk menyampaikan informasi kepada konstituennya maupun kepada media. Selain itu dengan menggunakan portal dapat menciptakan peluang komunikasi dua arah berupa dialog tentang reformasi DPR.

Sementara itu, tantangan komunikasi internal DPR dalam ruang lingkup sistem pendukung DPR berkaitan dengan budaya organisasi dan etos kerja serta belum terbangunnya arus informasi internal yang secara sistematis. Tiga tantangan komunikasi internal terkait dengan jajaran kesetjanaan tersebut membutuhkan komunikasi perubahan dan inovasi yang diharapkan dapat mendorong upaya pembaharuan. Upaya pembaruan tersebut misalnya mencakup iklim budaya organisasi, penerapan teknologi informasi sebagai medium baru dan perencanaan komunikasi organisasi yang bertugas melakukan diagnosa berbagai permasalahan dalam organisasi dan melakukan manajemen perubahan organisasi. Namun demikian, bahasan tentang bagaimana strategi manajemen perubahan organisasi dalam kesetjanaan DPR bagaimana pun harus diformulasikan secara detail dan disepakati bersama.

Penutup

Dalam tataran komunikasi, berbagai situasi yang terjadi terkait dengan lembaga DPR telah mencapai tahap krisis. Situasi yang sama secara khusus terjadi dalam

agenda reformasi DPR. Kondisi tersebut sesungguhnya membutuhkan komunikasi yang proaktif dan cepat serta memenuhi setidaknya-tidaknya enam prinsip dasar strategi yang wajib diterapkan dalam manajemen krisis yaitu: *principle of existing relations* (memaksimalkan pengelolaan hubungan baik yang sudah ada), *principle of media-as-ally* (menempatkan media sebagai sekutu), *principle of reputational priorities* (memprioritaskan reputasi), *principle of quick response* (respons yang cepat), *principle of full disclosure* (mengungkapkan secara utuh), *principle of one voice* (satu suara). Prinsip satu suara tentunya membutuhkan kepemimpinan yang kuat sebagai esensi utama dari strategi komunikasi.

Terkait dengan upaya mewujudkan tiga agenda reformasi DPR, hal yang terpenting untuk terus dilakukan adalah digunakannya strategi komunikasi yang lebih aktif dalam pelaksanaannya dan pelayanan terhadap publik, sehingga DPR akan memiliki kredibilitas yang dipercaya oleh masyarakat.

Catatan penting lainnya adalah keempat fase dalam strategi komunikasi DPR harus dilakukan secara cepat dan terus menerus mengingat perkembangan isu terkait DPR terjadi begitu cepat. Untuk itu diperlukan terobosan yang mencakup akses terbuka seluruh informasi bagi tim yang khusus merumuskan manajemen isu bagi DPR serta koordinasi langsung yang menganut prinsip-prinsip komunikasi yaitu kesetaraan dan kepastian.

Referensi

- Dokumen Tim Implementasi Reformasi DPR.
Ronald D. Smith, *Strategic Planning for Public Relation*, Laurence Erlbraum, New Jersey, 2004.
Joseph Straubar dan Robert Larose, *Media Now: Communications Media in the Information Society (Third Edition)*. Belmont, CA: Wadsworth, 2002.
"Catatan Kritis terhadap Laporan Tim Implementasi Reformasi DPR", <http://pshk.or.id/site/?q=id/content/catatan-kritis-terhadap-laporan-tim-implementasi-reformasi-dpr>, diakses tanggal 21 September 2015.