

[Transkrip Pak Suharjo (ketua APPRI)]

-Selamat pagi perkenalkan saya citra dari UII Jogja, disini saya mau mewawancarai bapak terkait dengan judul skripsi saya “Sejarah Humas Indonesia, Analisis Historis periode orde baru-reformasi”

+oke baik, jadi pertanyaannya apa?

-Jadi disini saya mau menanyakan kapan humas itu mulai masuk ke Indonesia, apa yang melatarbelakangi, dan juga apa perbedaan yang signifikan dari humas di orde baru dan reformasi?

➤ **LATAR BELAKANG**

-oke baik, jadi yang saya tau adalah pada masa itu sebenarnya karena perusahaan asing sudah banyak masuk ke Indonesia dan mereka juga ada kebutuhan untuk PR. Dan di kita dulu itu belum ada jurusan komunikasi ya, setau saya publicity ada tetapi komunikasi itu tidak ada, komunikasi itu masih ada dibawahnya fakultas ilmu sosial politik. Jadi masih belum detail, masih belum turun gitu. Jadi waktu itu secara akademis juga belum paham, terus kemudian teman-teman praktisi itu sebenarnya belajar dari klien jadi learning by doing nanti Tanya bu maria karna beliau juga native gitu ya karna dulu besarnya di Kanada ketika handle klien gitu ya belajar sama bule perusahaan asing gitu ya. Tetapi beberapa praktisi yang lain juga sekolah, khusus sekolah komunikasi. jadi tahun 84 itu APPRI berdiri, kenapa APPRI berdiri? Karena kemudian ingin memproteksi agency konsultan lokal supaya bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri, Karena pada saat itu asing masuk, kemudian mereka juga dibawah mereka. Kemudian temen-temen ini, temen-temen pengurus konsultan PR lokal pada saat itu salah satunya bu Maria, bu miranti abidin, dan ibu ida sudoyo dan ada beberapa juga yang kemudian mendirikan APPRI ini tahun 84. Nah sayangnya kemudian tidak begitu aktif gitu dan kemudian Aksi ini tidak bisa diproteksi. Kenapa tidak bisa diproteksi? Karena nggak ada payung hukum yang membentengi juga, gak ada institusi yang menaungi. Kalau dulu kan kementerian penerangan, semua kementerian penerangan karna satu arah kan jadi bukan komunikasi juga, lebih ke komunikasi pembangunan karena 1 arah kan lebih ke pemerintah ke masyarakat. Nah kemudian ada gap antara apa yang dimiliki oleh temen-temen agensi lokal dan agensi asing, karena bagaimanapun yak arena ketika mereka datang kesini mereka sudah memiliki cases study yang cukup besar dan banyak dan punya expert-expertnya jadi pada saat itu agensi-agensi PR asing itu tetep bertahan sekarang di suatu sisi APPRI juga kegiatannya fakum 90 an fakum gak ada kegiatan, pengurusnya gak aktif, sampai pada akhirnya kita lahir pada tahun 2015. Pada saat itu orang sudah gak kenal APPRI jadi udah lupa APPRI ini apa. Ketika itu juga temen-temen konsultan gak ada naungan asosiasi. Nah ketika lahir kembali itu ketua nya bu Tipuk ketika tahun 2015. Nah saya waktu itu di kepengurusan bu tipuk dapet jadi Head PR nya. Pada saat itu objektif

pendirian itu adalah mendirikan bendera APPRI gitu, supaya orang bisa aware sama organisasi ini gitu, jadi belum memiliki kegiatan yang memiliki banyak benefit untuk anggota gitu belum tapi mendirikan benderanya dulu jadi beberapa orang itu balik dulu. 2 tahun berjalan temen-temen APPRI ini pada saat itu kebetulan hampir berbarengan dengan PR Indonesia berdiri tahun 2015 kurang lebih ya, akhirnya kami gandengan, nah beberapa kegiatan-kegiatan di PR Indonesia seperti seminar gitu mereka menghadirkan orang APPRI gitu. Jadi kami dikenal banyak orang, kemudian audience senang karena apa karena ketika ketika temen-temen praktisi ini muncul dengan banyak cases study gitu beda dengan praktisi akademis yang teori-teori. Kalau para praktisi malah tidak update dengan teori-teori. Itu membuat mereka interest dan kemudian jadi semakin banyaklah kita tampil dengan membawa bendera APPRI. Sehingga banyak yang sudah mengenal APPRI. Ukurannya adalah kami sering dipanggil ke kampus-kampus untuk beberapa seminar. Kemudian kepengurusan berganti saya diminta temen-temen untuk menggantikan bu tipuk. Objektifnya berubah awareness nya udah dapet sehingga sekarang bagaimana APPRI bisa memberikan manfaat untuk anggotanya gitu. Kedua adala bagaimana APPRI bisa memberikan manfaat untuk industry, memperkuat industry ini. Kedalam dan keluar gitu. Internal dan eksternal. Nah ini yang sedang mau kami kerjakan. Kenapa kemudian kita berniat untuk memberikan kontribusi untuk industri, ya karna satu-satunya organisasi yang hidupnya di Industri ini atau bergantung kepada industry ini sebenarnya adalah temen-temen konsultan. Kenapa karna kami memang organisasi PR, yang kami jual adalah jasa konsultasi PR, beda sama temen-temen praktisi PR yang ada di Perusahaan, kor bisnisnya bukan PR, kor bisnisnya adalah Telkom, kor bisnisnya hanya e-commerce, pajak dll. Nah hanya dia disitu yang berperan sebagai PR. Nah jadi temen-temen ini sebagai manajer PR, sebagai sekertaris, tapi peran saja. Tapi dari segi bisnis bukan itu. Jadi kalau ada apa-apa dengan Industri PR nya, kalau profesi PR itu hilang misalnya. Mereka tidak akan banyak terpengaruh, karena ya bagian mereka di perusahaan. sementara posisi kita sekarang itu sedang melemah, kalok pers situ punya dewan pers yang kemudian mewadahi, membuat kode etik, ada menjadi jembatan komunikasi dengan global, atau berkomunikasi dengan luar. Itu lembaga pemerintah, lembaga Negara. Terus industry kreatif sekarang yang lagi rame, industry kreatif itu atasnya siapa? Bekraf itu dari pemerintah, yang membawahi UKM, E-commerce. Badan ekonomi kreatif. Jadi ada lembaga negaranya. PR kan gak ada yang manaungi, gak ada dewan kehumasan itu gak adakan, sekarang saya Tanya sama kamu kode etik Humas ada gak?

-gak ada deh kayaknya pak.

➤ **PENERAPAN KODE ETIK**

+kode etik humas itu gak ada, kode etik humas nasional itu gak ada. Bisa di konfirmasi. Yang ada adalah kode etik PERHUMAS, kode etik APPRI, kode etik IPRA. Jadi kode etik organisasi, jadi organisasi tersebut punya kode etik masing-masing. Tapi kode etik humas

Indonesia gak ada, lagian siapa yang mau buat orang dewannya yang membuat aja gak ada gitu. Kode etik pers kan dibuat sama dewan pers gitu. Jadi posisi industri ini sangat lemah karena Negara tidak aware sama ini.

-padahal hampir di semua sektor ada PR ya pak, seharusnya bisa lebih dianggap gitu.

+ iya, harusnya kan ada diatur ya. KOMINFO itu lebih fokus ke informasi teknologi gitu. Sekarang lagi rame itu Bekraf, KOMINFO membawahi dewan pers juga tapi PR gak ada. Karena itu kemudian semua stake holders di PR itu harus punya 1 concern yang sama harus saling kolaborasi dan mensupport. Kemudian membawa ini ke pemerintah gitu. Nah tapi yang paling punya kepentingan adalah APPRI. Kenapa? Karna kan kami hidup di Industri ini, kami kan konsultan. Jadi kor bisnis nya ya PR, yang kami jual jasa konsultan PR. Kenapa kemudian kami concern terhadap ini? Karena melihat dari industry lain yaitu industry yang sebentar lagi hancur, yaitu industry periklanan.

➤ KAITAN DENGAN PEMASARAN

Periklanan hancur, dia tahun 80-90 berjaya kemudian sekarang selesai. Dia dimakan oleh agensi-agensi lokal itu habis, kalok nggak habis ya sekarat, kalau nggak di take over sama agensi asing. Sekarang yang menguasai periklanan di Indonesia adalah agensi asing. Nah kami tidak mau industry PR juga dikuasai asing, makanya harus ada kolaborasi dengan yang lain. Kemudian kalau ngomongin sejarah nanti juga bisa kamu cari organisasi PR Indonesia itu banyak sekali, yang membawahi konsultan ada APPRI. Bu magda punya PR Society, ada lagi bu ega itu punya IPRA, itu International. Ada juga Humas rumah sakit, trus ada PERHUMAS, trus ada FHBUMN, ada BAKOHUMAS, ada APRS, IPRAHUMAS untuk pranata. Nah selama ini kita jalan sendiri-sendiri, kalau di organisasi-organisasi pasti ada payung besarnya, nah payung besarnya ini belum ada. Kalau soal tahun persisnya praktek humas ada di Indonesia bisa ditanyakan ke bu maria karena saya tidak tahu persis. Cuman yang saya tahu sedikit ialah ketika tahun 60 an itu sudah mulai ada tapi terminologinya PR atau Humas itu kapan, rasanya sih sekitar tahun 80 an. Nama APPRI kan sudah ada kata Public relation nya.

-kalau perkembangan Humas di orde baru dengan sekarang apa pak?

+kalau orde baru saya di Jurnalistik, jadi wartawan. Saya masuk industry ini tahun 2002.

-ketika waktu itu bapak jadi wartawan melihat PR datang bagaimana tanggapan bapak, karena salah satu sumber informasi jurnalis adalah dari PR.

➤ PENDIDIKAN

+saya kuliah dulu di UI saya ambil komunikasi, tahun 94 dulu sudah ada jurusan PR tapi peminatnya sangat sedikit, saya ambil mass communication itu terdiri dari publicity dan jurnalistik, ada PR tapi nggak keren kayak sekarang. Dulu nggak, PR tu kayak ilmu apa sih

itu. Jadi malah yang nggak paling bergengsi. Jadi peminatnya itu sangat sedikit, yang paling banyak adalah komunikasi massa dan periklanan, karena kan pada masa itu periklanan ya. Karena kreatif. Komunikasi massa itu paling pinter karena berhubungan dengan teori dan penelitian. Sisanya tu baru PR. Merasa dirinya gak kreatif dan tidak mau teoritis. Dan kelihatan orang-orang yang masuk ke PR itu cenderung orang-orang yang pendiam, tersisih lah gitu. Kalok anak-anak komunikasi massa dan advertising itu yang paling rame deh, bikin film dsb. Itu tahun 94. Saya tidak tahu pasti tapi rasanya ketika saya masuk ke dunia PR tahun 2002, setelah reformasi itu baru mulai membaik ya, setelah reformasi. Ini mungkin ada hubungannya dengan keterbukaan informasi tadi, karena kan dulu 1 arah ya, dan sekarang pemerintah mulai terbuka, ya PR jadi mendapatkan tempat, pada saat saya masuk ke PR tahun 2002 ya orang itu sudah mulai aware sama profesi ini walaupun masih nyampur sama marcom, belum banyak yang terpisah, jadi biasanya kalok punya PR sendiri itu pasti perusahaan asing, tapi kalok yang lainnya pasti masuk kedalam marcom, kalok gak marcom ya marketing PR ya. Saya juga terjun waktu itu marcom, kemudian 5 tahun setelah itu, itu udah mulai rame ya, nah beberapa perusahaan itu mulai pecah PR nya dipecahin gitu entah dia sebagai corporate communication atau marketing PR, jadi udah spesifik gitu. Nah mulai rame sebenarnya ya saya kira itu mulai 2010, PR nya. Terus ketika majalah PR Indonesia itu berdiri sekitar 3 tahun lalu itu lebih rame lagi, karena kemudian banyak kegiatan seminar yang dibikin, jadi industry nya udah mulai rame.

-kemudian yang melatarbelakangi humas ada di Indonesia itu apa pak?

➤ SISTEM KOMUNIKASI

+saya kira ya waktu reformasi itu, semua sudah mulai 2 arah, dan keterbukaannya mulai ada. Kalau prakteknya sebenarnya udah lama. Prakteknya sudah ada lama dari jaman sebelum kemerdekaan sebenarnya sudah ada. Sebelum kemerdekaan saya nggak paham. Tetapi setelah kemerdekaan saya kira prakteknya sudah ada, cuman terminologinya yang belum dimunculkan.

-kalau dari konteks sosial, politik, ekonomi yang mempengaruhi berdirinya humas itu apa pak contohnya?

+kalau politik ya itu 1 kalau ngomongin soal politik, di reformasi itu membuat semua orang itu menjadi berani ngomong gitu ya, karena mempunyai kemerdekaan untuk bicara, nah itu yang membuat perannya PR juga dibutuhkan. Kalau secara ekonomi juga pasti berpengaruh karena apa, PR itu kan berbicara tentang kredibilitas, jadi kalok sebuah perusahaan itu atau sebuah organisasi dia gak punya reputasi orang gak beli produknya dia, jadi terkait erat sama hal itu. Dari sisi sosial itu juga berpengaruh karena kemudian social behavior orang berubah karena internet masuk. Oh sorry selain reformasi yang mendukung PR berkembang pesat juga karena era millenials, era

masuknya internet di Indonesia. Masuknya internet di Indonesia kalau saya gak salah itu tahun 97 nah tapi sangat sedikit. Tahun 2000 dot com sudah mulai rame, 2002 dot com jatuh kan, perusahaannya jatuh. Jadi ketika dot com jatuh kemudian internet membooming nah itu juga salah satu faktor sosialnya ya. di politik dan ekonomi juga, jadi internet masuk merubah semua cara kita bertransaksi, merubah cara kita mencari Informasi gitu dan semakin kesini semakin merubah behavior orang, dan itu berpengaruh sama PR juga.

-sekarang sudah zaman digital, menurut bapak kerja humas menjadi berubah tidak?

➤ **PRAKTIK**

+berubah, kan behaviournya berubah, cara kerjanya berubah karena sekarang orang udah gak baca Koran, dulu informasi itu disebarakan melalui media cetak, atau kalau pun ada media online okelah, tapi presentase media cetak dan media online masih besar media cetak. Sekarang kesini sini bukan hanya media cetak dan media online bahkan tapi media sosial. Jadi berubahnya sangat cepet karena perkembangan tehnologi informasi juga sangat cepat.

-kalau cara penyelesaian masalah dengan klien dan masalah lainnya juga berubah pak?

+tools-tools nya mungkin ada beberapa yang masih bisa dipakek ya contohnya seperti press rilis itu masih bisa dipakek tapi berubah. Artinya gak cukup press rilis aja, tapi musti bikin konten yang juga bisa di post di media sosial. Medium komunikasi sekarang bukan hanya media tetapi juga blogger. Kan bagaimana kita mengundang media dan mengundang blogger kan beda. Terus kemudian bagaimana juga pesannya disampaikan oleh media dan juga blogger itu kan beda kayak misalnya press rilis, mungkin masih works untuk media, tapi gak bisa buat blogger dikasih press rilis. Blogger harus dikasih experience gitu, mereka gak butuh press rilis.

-mungkin ini masih ada kaitanya dengan pertanyaan sebelumnya, mengapa kerja PR terkadang diremehkan di beberapa sektor?

+sebenarnya gak di semua perusahaan ya, kalau kamu kerja di agency mungkin akan lebih banyak gitu. Karena agency kerjanya lebih banyak gitu. Mungkin ada hal-hal yang dianggap remeh dikerjakan, tetapi porsinya juga menjadi lebih banyak dilibatkan di kegiatan intinya. Jadi karena masih ada gap antara apa yang temen-temen mahasiswa pelajari dengan apa yang dibutuhkan di industry sehingga kemudian ketika temen-temen magang atau kerja dianggap gak akan bisa megang kerjaan inti gitu. Karena dianggap memang belum sampek dan khawatirnya malah akan bikin kacau, sehingga dari hasil itu makanya diberi pekerjaan-pekerjaan yang dibilang dianggap remeh tadi. Tapi sebenarnya gak ada pekerjaan yang remeh kayak misalnya ketika acara press conference misalnya temen-temen dikasih kerjaan untuk nelfon wartawan, kerjaannya dilihat sepele cuman

menelfon, tapi kalau nelfonnya salah, cara menelfonnya salah, mengundangnya salah. Pertama medianya akan marah, kedua medianya gak mau datang. Jadi sebenarnya itu tidak bisa dianggap remeh, butuh skill khusus untuk bisa merayu mereka untuk bisa datang ke acara kita, gak hanya sekedar mengundang, tapi bagaimana kita menjualnya, bahwa acara ini menarik dan pantas untuk diliput sama media, karena menarik itu harus disampaikan. Karena dalam satu hari mereka dapat undangan penuh gitu, kenapa mereka harus datang ke acara kita. Kalau kita sekedar menelfon gak akan datang dia. Itu terlihatnya remeh tapi tidak. Kalau disuruh foto misalnya itu juga bukan remeh, karena membuat foto dengan angle yang bagus itu juga akan dipakek untuk report, untuk rilis, jadi itu akan disebar ke media, kalau hasil foto gak bagus, kan gak bisa dipakai juga. Kalau di pemerintahan itu jadi PR, orang humas disana misalnya suruh bukain pintu, tukang bawain tas, tukang jadi MC gitu ya. tapi kalau di perusahaan swasta humas sudah sangat berperan untuk membangun reputasi. Pemerintahan juga tidak sepenuhnya begitu ada kementerian yang sangat bagus, kementerian keuangan itu sangat bagus, tetapi juga ada beberapa yang masih jadul gitu ya. sekarang semua yang ada dibawah kementerian keuangan itu bagus. Yang jelas swasta lebih advance lah karena kan perusahaan swasta banyak yang perusahaan asing, terutama yang multinasional ya. tapi kalau yang lokal mungkin masih agak ketinggalan.

-yang ikut mengembangkan Praktek PR itu siapa saja pak?

➤ PERKEMBANGAN

+semuanya dong, praktisi juga, akademisi juga, usersnya perusahaan, ya semuanya saling mendukung. Pemerintah juga ya tapi so far meskipun belum turut ikut fokus tapi ya bisalah. Tapi bahwa presiden bilang misalnya bahwa ketika beliau diangkat kan dia minta 100 pranata humas tuh. Nah artinya Presiden concern lah dengan PR gitu.

-menurut bapak bagaimana respon dari segi masyarakat Indonesia sendiri dengan hadirnya PR?

➤ RESPON

+ kalau itu sih mungkin ngomongnya ke era disrupsi ya, era internet, era media sosial. Dimana di era ini berita-berita itu tidak tersaring dan kemudian itu bisa merugikan Negara, bisa merugikan perusahaan, karena kemudian gak ada control terhadap informasi itu, reformasinya udah kebablasan, orang-orang bebas berbicara bebas berpendapat tetapi kemudian juga salurnya makin banyak, salurnya susah di control. Nah peran Negara sebenarnya sangat penting dalam hal ini untuk mengontrol itu kayak kemaren kana da tumblr di tutup gitu. Cuma memang gak sekeras Negara lain kayak china gitu, google dilarang masuk. Kalau kita kan enggak, kita masih memperbolehkan itu, nah Karena kontrolnya terlalu loos kemudian ya kita jadi susah sendiri, dan jadi makanan empuk buat tukang hoax, sehingga informasi hoax itu beredar sangat cepat dan tidk terkontrol, nah peran PR sebenarnya adalah untuk mengedukasi kepada masyarakat bahwa mereka harus

mencari informasi itu sendiri karena kontrolnya adalah kontrol diri sendiri, karena pemerintah susah mengontrol itu kalok diblokir sama sekali pasti semua protes, tapi kalau enggak ya kayak tadi merugikan banyak orang juga, pemerintah, Negara, perusahaan. Itu perannya PR di era disrupsi.

-kalau yang bapak lihat untuk Negara atau benua yang menjadi kiblat humas di Indonesia itu dimana?

➤ **KIBLAT HUMAS**

+Indonesia ini kayak America sebenarnya jadi bebas, informasi kita diatur saa media sosial, gak ada privasi, kebocoran data sangat dimungkinkan disini. Jadi kita kayak America sebenarnya. Kenapa gak kayak eropa? Karena di eropa ada hak orang untuk privasi, jadi ada undang-undang, kita bisa meminta informasi kita di media online, atau informasi yang tidak benar di media online itu dihapus tentang diri kita. Jadi warga Negara itu punya hak untuk privasi jadi ada undang-undangnya gitu di eropa. Sehingga kamu misalnya dijelek-jelekin sama orang, atau misalnya ada informasi di online yang tidak benar terhadap saya, kemudian kamu ke pengadilan, dan pengadilan memutuskan informasi tentang kamu tadi di hapus.

-kalau di Indonesia pencemaran nama baik kan juga bisa dilaporkan pak?

+dihukum orangnya aja. Kalau informasinya gak hilang, jejaknya gak hilang karena secara hukum belum ada, undang-undang ITE itu hanya menghukum orangnya. Tetapi informasinya gak hilang . tidak ada hak dari pribadi untuk meminta google atau facebook untuk menghapus itu, karena kalau mereka bilang gak bisa, ya gak bisa soalnya gak ada hukum yang mengatur itu. Nah kalau di eropa ada hukumnya. Trus kemudian Negara-negara lain filipin misalnya, itu keras. Orang-orang yang bikin hoax itu bisa ilang, ntah di penjara, ntah di tembak. Negaranya kan otoriter, presidennya itu keras. Nah china lebih keras lagi komunis, orang bikin salah tembak. Di beberapa Negara model-modelnya masih otoriter, itu masih bisa dilakukan. Karena kontrolnya kontrol Negara. Kalau kita kan atas nama reformasi semuanya jadi bebas. Kalau diliat ya kayak America. America trump bisa menang ya karna tadi, issue setting, karena media sosial juga. Sama kayak disini. Makanya yang terjadi di Indonesia sekarang adalah perang informs di Media sosial. Gak ada kontrol. Kalau ngomongin soal kiblat sebenarnya gak ada yang gimana-gimana, tapi kalok soal situasi kemerdekaan ya seperti America. Kalok dimana kita berkiblat sebenarnya gak ada kiblatnya karena kita sudah jadi bagian community global, jadi semua pengaruh, semua informasi masuk ke kita gitu.

-kalau dibandingkan dengan Negara lain bagaimana praktek humas kita?

➤ **PERBANDINGAN DENGAN NEGARA LAIN**

+kalau dibanding asia pasifik kita masih jauh, karena ada jepang, ada Australia. Kalau di asia tenggara kita masih kalah di bandingkan Singapore. Tapi kalau di compare sama Negara-negara asia tenggara yang lain kita bisa dibilang lebih baguslah. Compare sama Malaysia, Vietnam, Thailand. Di dunia profesi PR di Indonesia itu lebih baguslah, lebih dikenal orang. Tapi masih dibawah Singapore kalau di Asia tenggara.

-kalau untuk pendidikan humas di Indonesia bagaimana pak?

➤ **PENDIDIKAN**

Kalau pendidikannya juga cukup variatif ya, artinya ada beberapa kampus yang sudah mengisi hubungan antara industry dengan akademisi, tapi ada juga beberapa yang ketinggalan terutama temen-temen yang negri, dan yang semakin jauh dari ibu kota jurangnya juga semakin tinggi. Jadi gap nya, kesenjangan antara apa yang diajarkan di kampus, dengan apa yang diajarkan di Industri itu jauh sekali, karena di industry ini sudah berkembang dengan adanya era digital, larinya jauh lebih cepat. Dan yang diajarkan di kampus itu-itu aja. Dan yang semakin jauh dari Jakarta juga ketinggalan gitu. Tapi ada beberapa kampus juga yang kemudian yang mendekati itu dengan cara menghadirkan praktisi, itu membantu sebenarnya, sehingga banyak cases studies yang di share. Kalau untuk profesi humas belum bagus, Karena kurikulumnya masih jauh yang diharapkan.

-kalau dari sudut pandang bapak ketika menjadi jurnalis dulu, bagaimana tanggapan bapak dengan hadirnya humas?

+lebih mudah karena ada jembatan, PR itu jadi jembatan informasi. Kalau dia dapat kutipan dari narasumber gitu si PR ini yang membantu nyariin data, nyari data kurang, membantu menghadirkan narasumber yang benar gitu. Jadi jauh lebih terbantu lah dengan adanya PR.

-kalau hubungan jurnalis dan humas pada saat itu bagaimana pak?

➤ **JURNALIS**

Ya missed komunikasi aja paling yang sering terjadi karena kemudian temen-temen PR ini gak ngerti cara kerja wartawan, bahwa kita ini punya deadline yang sangat ketat, sementara kita minta data, datanya lama gitu dikasihnya, terus kemudian kita minta foto, foto yang dikasih jelek gak layak tayang, kita nulis dan data nya salah, kemudian mereka minta revisi, padahal mereka yang ngasih datanya. Al-hal gitu lah, lebih karena mereka gak ngerti cara kerja wartawan. tapi setelah saya jadi PR juga jadi tau kenapa mereka kemudian mereka susah memberikan data yang cepat, karena ada birokrasi, kehati-hatian

untuk tidak memberikan data yang salah gitu. Kalau hubungannya lebih spesifik, itukan hubungan interpersonal kita ya antara kita sama orang lain jadi bagaimana kita bisa menjaga hubungan itu aja, pengaruhnya sama sekarang, ya sekarang era digital sebenarnya jauh lebih enak karena kita bisa engage sama mereka tanpa harus bertatap muka, kalau dulu kan ya mesti ngopi dulu, mesti ngobrol. Karena kan gak ada internet, gak ada media sosial. Untuk bisa dekat dengan media itu harus nongkrong, kalau sekarang kan enggak, dengan adanya media sosial kita bisa merasa lebih dekat tanpa harus bertemu muka gitu. Kalau soal hubungan tergantung orangnya. Kalau dari kacamata jurnalis dengan datangnya humas dari sisi mendapatkan informasi menjadi lebih mudah sumbernya banyak, tetapi mendapatkan informasi yang valid itu jauh lebih susah, bahkan informasi yang valid itu kalah dengan informasi yang gak valid karena orang lebih percaya dengan informasi yang mengarah ke emosi padahal secara fakta itu tidak benar, itu hoax. Tetapi berita hoax bisa lebih dipercaya dari berita yang fakta. Nah itu cara jurnalis sekarang. Meskipun dia mendapatkan berita fakta itu benar, tetapi kalau itu tidak disampaikan dengan baik, sehingga orang bosan dan tidak mau baca. Itu tantangan jurnalis jaman sekarang. Kalau dari sisi PR ya tadi karena informasi nya juga sangat banyak agak sulit untuk bisa mengarahkan pesan. Karena itu wartawan ini bisa mendapatkan narasumber dari mana aja. Sebenarnya balik lagi ke hubungan wartawan dengan PR nya karena kalau tidak ada hubungan itu wartawan tidak bisa mengkonfirmasi berita yang ia dapatkan kepada PR terus kemudian PR nya juga kesulitan untuk menginformasikan informasi yang benar gitu karena kemudian jurnalis jadi gak percaya. Karena informasi yang jurnalis dapatkan dengan yang didapatkan PR itu berbeda misalnya. Kalau ada hubungan yang baik pasti ini bisa diatasi. Jadi balik lagi bagaimana kita bisa menjalin hubungan yang baik dengan media. Karena informasi itu sekarang udah ada dimana-mana gitu, buat mereka selama itu menarik untuk pembacanya maka akan di publish walaupun itu belum tentu benar, yang penting di publish dulu. Tapi kalau mereka punya hubungan baik dengan kita kan dikonfirmasi dulu. Tapi kalau gak punya hubungan baik langsung aja ditayangin ke media, orang udah keburu kemakan informasi yang tidak benar, walaupun sehabis itu akan dikoreksi, cuman informasi awal itu informasi yang akan dipercaya oleh masyarakat.

Transkrip pak Asmono Wikan (Founder majalah PR Indonesia)

-Selamat siang pak asmono perkenalkan saya citra dari prodi ilmu komunikasi UII

+ ohh iya, gimana apa yang mau dibahas?

-jadi saya mahasiswi akhir yang lagi ngerjain skripsi pak, skripsi saya berjudul “sejarah humas indonesia periode orde baru-reformasi”

-oke okee, tapi saya bukan pelaku pr jaman itu lho, saya hanya tau saat-saat ini saja

+iya pak, yang akan saya tanyakan ke bapak mengenai bagaimana perkembangan humas saat ini dan secara singkat perbedaannya dengan dahulu.

-ohhh kalau itu saya bisa bicara banyak. Kalok aku bisa jawab ya aku jawab ya, kalau tidak nanti saya beri kamu akses ke orang-orang yang sekiranya lebih paham mengenai ini, karna inikan sejarah ya. Oke jadi apa pertanyaannya?

+hehe okedeh pak. Jadi saya mau tanya awal praktek humas mulai ada di Indonesia itu kapan ya pak?

➤ AWAL MULA

-humas dalam arti profesi ya, saya gak bisa jawab langsung ya, karna kalok bicara soal asosiasi misalnya perhumas, perhumas tu lahirnya tahun 1972. Tapi kalok dalam konteks humas ada di Indonesia dalam konteks formal aku gak tau pasti, karna begini misalnya kita merujuk kepada lahirnya kementerian-kementerian penerangan di masa orde baru misalnya. Ehmmm mereka punya humas pastinya, walaupun tujuannya pasti untuk propaganda ya, pada masa itu kan propaganda sangat terkenal, mungkin pr mungkin bisa di tracking kesana. Tapi kalok lahirnya public relation saya gak bisa jawab pasti. Ehmm namun faktanya di masa orde baru komunikasi kan bersifat satu arah (linier) padahal kalau kita lihat konteks humas hubungan masyarakat itu kan mustinya ada feedbacknya gitu dari stakeholders yang diajak berkomunikasi. Nah mungkin apa ehmm di orde baru praktek humas belum begitu muncul ya dalam arti keseluruhannya, kinerja humas. Tetapi ketika tahun 80 mungkin ya seiring dengan munculnya agensi-agensi tentang pr. Nah disitu mungkin humas mulai terasa kehadirannya di indonesia, tahun 70 an juga perhumas sudah ada. Kemudian badan koordinasi kehumasan pemerintah kalau ini agak baru ya tahun 80an 90an, yang mengkoordinasi peran dan fungsi pemerintah pada saat itu. Jadi spesifik tahunnya saya gak tau. Tapi rasanya menurutku ehmmm sejak munculnya agensi pr 80 an akhir 90 an awal. Karna kalok menurut beberapa buku ya the rest of pr, itu kan lahirnya pr belakangan setelah lahirnya advertising terlebih dahulu bahkan ketika advertising masa-masa sunset, maka humas baru masa masa rising yakan, yaa mungkin tu 70 an 80 an akhir tu mulai terasa lahirnya humas. Ehmmm ketika tahun 80an aku masuk komunikasi di undip tu aku tidak membayangkan humas aku mikirnya ya komunikasi itu

menarik ya hanya ngomong, aku tidak membayangkan ada pr ada advertising begitu masuk oh ternyata begini nah jadi ada hubungan masyarakat, itu awal tahun 90 an sudah banyak kampus kampus tahun 70an 80an kampus itu baru ada jurusan publicity nah mungkin dari situ bisa dilihat kapan lahirnya humas dulu jurusan komunikasi masa membuka konsentrasi public relation nah disitu bisa kamu tracking juga, nah tahun 70 atau 80 itu dibuka jurusan humas yaa paling eee tahun 62, 66 praktik humas sudah mulai ada. Kalau perhumas itu berdiri tahun 72 yaa paling sebelum itu sudah mulai ada praktik praktik humas tapi untuk secara validasi kamu harus Tanya Tanya ke tokoh tokoh senior ya. Nanti 1/2 kalo butuh kontaknya saya kasih.

kalo praktek humas dan jurnalis an, lebih dahulu jurnalis ya pak, untuk kerjanya atau prakteknya.

+kalo dikenal mungkin iya. Konsep jurnalistik kan terasa lebih tua dari konsep pr ya. Ehhm kan publicity itu kan ilmu yang ada di humas dan jurnalistik. Tapi memang menurutku jurnalistik yang ada lebih awal. Kenapa ya karna memang humas itu lebih kompleks menurutku. Jdi kalo jurnalis kan dia relasinya hanya satu artinya hanya dengan narasumber., sementara humas itu stake holdernya kan banyak. kalo jurnalis hanya narasumber, dan juga fact sheet. Kebenarannya apa kemudian ditanyakan ke nara sumber. Semisal ini saham kok turun terus, rupiah kok turun terus kenapa sih? Itu fakta yang kamu lihat. Dan saya sebagai narasumber menjawab ohh karna faktor ketidakpercayaan hutang dari Negara lain terhadap Indonesia. Tapi kalo humas kompleks, contohnya kebocoran minyak di Balikpapan tempo hari, rame itu di tv, itu kan stakeholder nya tidak hanya kepada masyarakat sekitar situ yang ada disekitar sumber air misalnya. Tetapi juga kepada penduduk lokal, dan juga kepada perusahaan pemilik kapal yang menabrakkan jangkarnya ke pipa minyak, kalo kamu sebagai humas pertamina kamu tidak hanya berbicara dengan media, kamu juga harus berbicara dengan stake holders yang kena dampak, government sebagai pengatur regulasi dan kapal yang menabrak pipa itu banyak. jurnalis bukan berarti lebih mudah tetapi proses yang didepan mata dia itu adalah narasumber dan fakta. Dia berbicara dengan narasumber mengenai fakta, ohh faktanya merah kata narasumber kemudian dia melihat langsung, oh ternyata memang benar merah. Bagaimana dia mendeskripsikan situasi itu, itulah journalism. Nah aku bukan ahli sejarah ya yang tau tanggal persisnya , tetapi aku melihat dengan akal sehat bahwa mungkin jurnalisisme lebih lahir dahulu secara factual. Sebagai praktik di Indonesia ya jurnalis lebih dulu dibanding humas.

- nah kalo yang saya tahu pak, humas kan tugasnya mengiklankan sebagai bahan promosi. Apa ada hubungannya dengan proklamasi Indonesia pak? Kan disitu pemerintahan juga berbicara kepada pemerintah Negara lain bahwa Indonesia akan merdeka kalo diliat ada praktik praktik humas didalamnya.

➤ LATAR BELAKANG

+yaa itu tadi itu propaganda nah kemudian di syiarkan di komunikasikan kepada rakyatnya sehingga timbul rasa bahwa bangsa ini termasuk bangsa yang akan merdeka. Kalau proklamasi yaa itu masuknya ke publicity atau penerangan. Menerangkan bahwa kita sudah merdeka, warga bangsa dunia diharapkan untuk tau bahwa bangsa ini akan merdeka dan Indonesia sudah membebaskan diri itu kan tapi kamu tidak dapat memastikan bahwa pada zaman itu terdapat praktik praktik humas yang dimaksud seperti sekarang. Kalau tidak mau kesana berarti kita harus mearik definisi sesungguhnya dari apa fungsi humas itu secara tulisan ya humas itu kan hubungan masyarakat adalah sebuah kinerja komunikasi dengan masyarakat yang berharap mendapatkan feedback supaya komunikasi berikutnya dapat berjalan dengan baik. Public relation berarti memiliki literasi dengan masyarakat dalam konteks komunikasi. nah bagi saya dan bagi tokoh pr kerja humas itu sampai dia merubah sifat seseorang change behavior dengan masyarakat pesan yang kamu sampaikan dan kamu komunikasikan dengan masyarkat itu harus sampai itu harus sampai di level merubah prilaku masyarakat Untuk menuju sesuatu yang ingin kita capai. Seperti contohnya membuang sampah pr harus mengomunikasikan bagaimana cara membuang sampah yang baik dan sampai ditahap masyarakat stuju bahwa membuang sampah pada tempatnya itu memberikan efek yang baik. jadi tiga hal yaitu komunikasi edukasi dan timbul perubahan perilaku. Tugas humas itu penting kerana harus merubah prilaku nah ketika proklamasi pemerintah hanya menyiarkan bukan sampai ke tahap merubah prilaku yang penting hanya memberi tahu bahwa kita itu merdeka melalui media media seperti Koran televisi dan radio. Tvri belum ada ya waktu itu? Belum ada. Rri sudah ada sudah ada. Bebrapa praktik mungkin sudah terlaksanakan tetapi belum secara absolut. Nah belakangan ketika munculnya komunikasi dan menjalin hubungan dengan masyarakat itu adalah hal yang penting strategis dan tidak main main. Jadi tidak hanya menempelkan poster mengiklankan di media tetapi harus sampai mengomunikasikan mengedukasi memahaminya dengan baik dan sampai mengubah prilakunya. Kita yang mengadakan citra menjadi strategic, menjadi sangat penting. Ohh masyarakat tau target komunikasi. jadi kalau ditanya kapan ya saya rasa dekat-dekat masa proklamasi /kemerdekaan itu belom terasa. Mungin 60 an akhir sudah ada. Beberapa praktisi komunikasi mendeclair berdirinya Perhumas persatuan hubungan masyarakat yang sampek sekarangmasih eksis itu kira2 yang saya tau.

-Nah sebelum humas benar-benar masuk ke Indonesia di tahun 70 an itu otomatis ada faktor ekonomi, politik dan sosial yang mendorong praktek humas ada di perusahaan, pemerintahan. Nah itu praktek yang seperti apa yang akhirnya mendorong praktik humas itu benar ada.

➤ PERKEMBANGAN

+ karna menurut saya itu komunikasi tidak bisa one of one saja, tidak bisa hanya di dalam satu komunitas tapi juga harus keluar dengan stake holders, bahkan sampai ke hubungan

g to g, government to government, kemudian proses komunikasi yang menyampaikan keunggulan kompetitif masing-masing, proses komunikasi yang membutuhkan relasi kesepahaman. Dalam perusahaan b to b/ bussines to bussines atau bussines to konsumen. Konsuennya berkembang, tidak hanya 1 atau 2 kelompok bahkan ratusan atau ribuan konsumen. Nah ini membuat komunikasi tidak lagi bisa one on one tapi multi. Kalau bicara tentang komunikasi kumufase itu apa sih, kan berusaha menyampaikan pesan dari satu canel ke canel lain dan berusaha mendapatkan apa yang diinginkan. Kan tujuannya adalah untuk chage behavior, behavior yang seperti apa, ya yang better lah. Kebutuhan2 komunikasi yang lebih luas, lebih baik, lebih kompleks, itu yang menurutku melahirkan praktik-praktik kehumasan. Seperti tahun 50 an 60 an seperti di Indonesia ya di tahun itu kan masih masa orde lama yang banyak pemberontakan dan masih proses pemulihan. Dan ketika nasionalisasi pada tahun 50 an perusahaan2 belanda dan jepang masuk nah itu kan bisnis mulai berkembang,

ketika kita mulai stabil lah itu perusahaan mulai bergerak, eksplorasi perminyakan juga sudah mulai berkembang, perusahaan multinasional juga mulai banyak di Indonesia, unilever dan segala macam. Butuh orang2 yang sangat khusus mendalami ini, proses strategik komunikasi. nah disitulah menurutku kehadiran kerja2 humas ada. Pr menjadi dibutuhkan. Karna kalau melakukan pendekatan dengan teori humas atau pr kan ada public relation ada hubungan antara pr dan government, ada antara government dan NGO, ngo dengan government, ngo dengan perusahaan, jadi kompleks gitu, tidak bisa dilakukan oleh orang yang non komunikasi. makamungkin sudah ada bibit2 humas dari dulu kemudian berkembang dan berevolusi menjadi besar dan aktif, menjadi lebih manajerial, lebih strategis sampai hari ini. Kita melihat bahwa elemen pr terus tumbuh bagi pemerintahan maupun perusahaan. Nah jadilah kemudia, humas betul2 mendapatkan porsi yang sebenarnya. Nah dari komunikasi yang semakin dalam semakin indepth yang tidak bisa dilakukan oleh orang-orang non komunikasi di bagian marketing perusahaan. Sampai tadi tokoh-tokoh yang mampu membuat praktek komunikasi yang suksse berkumpul tahun 72 itu melahirkan perhumas. Itu kalau ditelusur ya, tapi ya ini tetep butuh validasi, data ya , kamu bisa cek kesana sih. sebagai kmentar mungkin itu pertumbuhan elemen komunikasi.

-kerja humas dan jurnalis tadi kan berlawanan banget ni pak, jurnalis mencari berita se real mungkin, sedangkan humas bagaimanapun selalu mengangkat citra baik perusahaannya, contohnya seperti kasus minyak tadi. apakah ada gesekan antara jurnalis dan humas jika ada pemberitaan yang kurang baik datang, dan apa perbedaannya di orde baru dan reformasi?

➤ JURNALIS

+ehmmm aku kan pernah mengalami masa orde baru ya, ehmm kalok lihat jurnalis di masa orde baru kan susah sekali, mereka tidak bisa freedom to express reality. Ohhh reality nya itu ada demo, tidak boleh diberitakan.kenapa karna dari pada ditegur sama

kodam atau intel, atau dibredel. Nah ehmm diperhitungkan fungsi humas juga linier, cenderung lebih ke satu arah publicity aja. Ohh nanti ada ini ini ini. Tapi nanti getting feedbacknya dari konsumen atau publik tidak banyak sama dengan masa orde baru. Kalau tidak suka ya tidak bisa muncul dipermukaan, jadi sebenarnya relasi antara jurnalis dan humas pada saat itu gak terlihat menarik sih sebenarnya, konflik sih mungkin enggak, karna fungsi jurnalis menjadi lebih optimal dan fungsi humas pun ya hanya sekedar satu arah atau linier. Jai sama-sama mendapatkan ruang yang tidak luas untuk mengembangkan fungsi-fungsi ideal nya baik itu jurnalis maupun humas menjadi tidak optimal. Berbeda dengan zaman sekarang jurnalis bisa ekspres reality nya, dan humas bisa mengumpulkan feedback yang lebih banyak dari aslinya. Ketika punya program, programnya dikomunikasikan, dan dilihat adakha feedback yang diberikan masyarakat, negative maupun positif. Kalau negative kan berarti dia harus mereview programnya dimana sisi kurangnya. Feedback inilah yang diterima oleh humas dengan kemudian dikomunikasikan dengan si pemiik program. Dari masa reformasi sampai saat ii ya menurutku idealnya pasti terjadi dinamika, antara jurnalis dengan humas. Humas fungsinya akan menjadi penjaga gawang bag perusahaan mereputasi perusahaan, jangan sampek apa yang keluar dari humas verbal non verbal, visual atau non visual itu sampai salah. Kalau sudah sampai muncul di media dan di publik menjadiimage negative. Di sisi lain jurnalis punya keinginan lain untuk mengetahui apa yang terjadi sesungguhnya, jadi humas tidak boleh bohong. Di dalam sebuah teori ada yang mengatakan humas tidak boleh bohong, dan tidak boleh mengatakan semua hal yang dia ketahui tentang perusahaan yang dia ketahui. Seperti kasus minyak itu, pertamina parti banyak disalahkan, tetapi malah pertamina juga jadi korban. Karna terjadi kepanikan situasi maka beberapa stakeholders merasa dia tidak salah, tindkan komunikasi yang terlalu cepat juga salah, sebelum fact finding nya terkumpul dengan tuntas, ini menjadi menarik relasi antara humas dengan jurnalis, yaaa orang bilang kadang2 antara tikus dan kucing, kucing dan anjing tapi tdak selamanya akan begitu juga, pada hal tertentu terjadi sesuatu yang harmoni karna memiliki tujuan kerja yang sama. Tapi misalnya dalam hal mendukung suatu tujuan bersama. Misalnya mengkampanyekan untuk melindungi bumi ini dari proses global warming, jurnalis butuh mengajukan pada publik kan, dilihat apakah ada tindakan-tindakan yag merusak efek rumah kaca, siapa yang punya kuasa atas itu, yakni humas, karna humas lah yang memiliki kuasa produksi industry yang itu dibutuhkan untuk membuat rumah kaca. Nah apa yang dibutuhkan suatu perusahaan misalnya unilever. Pada isu itu seperti saving the planet, saving the places, saving the environmental, itu ada gagasan idealistic, yang secara ideologis juga cocok dengan ideology jurnalis, yaitu to protect the people for better life. Itukan prinsip jurnalisme yang universal, saya sebagai juralis harus memberikan potensi itu kepada masyarakat yang mendapatkan informasi dari saya atau saya harus menggait masyarakat untuk berbuat lebih baik, dengan tindakan-tindakan untuk berbuat yang lebih baik, gimana caranya jurnalis harus menyambatkan faktanya, faktanya dari huas organisasi, atau perusahaan misalnya, ngo,

lsm macem2, jadi tidak selamanya relasi itu menjadi berakibat konflik, tetapi tidak selamanya relasi itu menjadi mesra atau harmonis, nah inikan, up and down tapi sama-sama punya tugas masing2. Jurnalis adalah untuk melihat orang banyak, karna kita setiap manusia, punya hak untuk tau. Nah itu soal art. The art of publishing the issue , sebenarnya harus pinter-pinter jangan sampai informasi ini menjadi sampah, sehingga informasi menjadi terlalu proaktif yang cenderung menjadi hoax, tetapi cenderung menjadi info yang must to know aja tetapi tidak memiliki efek seperti tadi to aware the people, memberi panduan kepada masyarakat. Humas disuatu sisi tidak boleh menutuptutupi tetapi suatu sisi juga tidak boleh membuka semuanya. Tindakan2 tersebut tetap harus mendukung perusahaan secara reputasi tetapi juga tidak boleh berbohong. Contoh kata-katanya “ kami sedang terus berusaha mencapai apa yang menjadi kesepakatan global dan kami sudah mlakukan ini, mungkin ini adalah sebuah proses panjang yang akan terus kami ikuti “ disitu tidak kelihatan bohong dan tidak kelihatan menutupnutupi, tapi juga tidak semerta-merta mengatakan sangat jujur bahwa kami memberi kontribusi pada perusahaan atmosfer misalnya. Nah ini bagaimana jurnalis mengemas ini ya, dia juga harus melihat dengan benar. Jurnalis yang baik adalah jurnalis yang bisa mengemas informasi itu memenuhi prinsip ideologisnya tanpa harus sampai membaut justru menjadi profokatif ddan menimbulkan situasi yang tidak perlu. Begitu ya ini pendapatku sebagai seorang jurnalis yang juga punya sense of pr ya agak susah. Jurnalis majalah pr. Hahaha

-kalok disuruh milih yang mana pak? Hehe

+sebenarnya aku humas tu otodidak, jurnalis saya dari mahasiswa. Jadi sebenarnya semua sama aja. Yaa sebenarnya humas itu jauh lebih challenging, karna kalok kerja dia bagus, pasti kerja jurnalis suka. Ketika crisis pun kalau dia memberitakannya dengan baik maka jurnalis pasti akan paham. Maka ya itu lebih menarik di pr. Ya faktanya aku milih pr. Ilmu-ilmu jurnalisku aku hadapi untuk tahu bagaimana menghadapi pr.

-berarti secara prakteknya lebih dulu hadir jurnalis ya pak dari pada humas?

+iya kalok dari segi kemunculan organisasinya iya. Sps lahirnya tahun 46, 8 juni. Sedangkan perhumas baru lahir tanggal 72. Profesi humas iya mungkin. Kerja-kerja humas ya mungkin sudah setua jurnalis juga, seperti propaganda tadi ya mungkin bagian dari humas juga. Jadi agak sulit ya kayak telur dan ayam sebenarnya. Aku tidak melihat urgensi mana membaedakan jurnalis atau humas yang lahir duluan. Tetapi kepada ruang atau momentum praktiknya. Kalok kita melihat massa sekarang agak sulit, karna gini jurnalis itu mendapatkan news dari salah satu humas nah bagaimana jurnalis dari masa orde baru sampai reformasi itu bisa kerja efektif, sementara mereka itu sangat tidak bisa bebas menyampaikan informasi resmi. Dan yang mereka dapatkan itu dari sumber-sumber informasi resmi, disuatu perusahaan misalnya kalau gak ceo, ya pasti humas yang

menginfokan, berarti ya sekali lagi ayam dan telur sih agak sulit. Telur datang dari ayam, terus ayam dari telur.

-kalau dilihat dari organisasinya kan memang jurnalis lebih dahulu pak. Nah disini ada tidak perbedaan yang mencolok di kalangan jurnalis ketika humas datang. Misalnya ketika mendapatkan informasi seperti itu.

+ nah itu kalau diukur hari ini ya menjadi sangat mudah, terlepas dari kemampuan jurnalis mendapatkan info dari orang lain ya, second hand atau media lain. Semenjak ada humas tu menjadi lebih mudah. Pendeknya gini teori dan prakteknya juga kerja humas itu membuat kerja jurnalis itu menjadi lebih mudah. Kepercayaan nya bisa diandalkan reability informasinya itu hampir 100% atau bahkan 100%, walaupun sebagai jurnalis kita gak boleh percaya begitu saja, harus ada rasa skeptisme, jurnalis harus skeptis kepada berita yang datang dari manapun, termasuk sumber resmi, sumber resmi yang memberikan sapa, pasti pihak humas. Jadi kalok pertanyaannya apakah kerja jurnalis menjadi lebih mudah setelah datangnya humas. Iya absolutely iya. Karna jurnalis tidak perlu pontang-panting mencari informasi a-z tentang sebuah institusi secara mandiri, kontak humasnya Tanya ini itu ini itu, atau lihat siaran pers selesai. Nah dulu mungkin iya juga cuman ruang waktu nya berbeda, challenge nya berbeda, keterbukaannya berbeda. Dulu filternya banyak. dulu misalnya ada berita 7 yang dikeluarkan 3. Kalau sekarang ada berita 3 yang dikeluarkan 7. Karena dulu terlalu sensitive tidak semua berita dikeluarkan. Kalok lebih mudah pasti, mau diukur dari dulu sampai sekarang itu pasti, cuman memang taste nuansa challenge nya beda beda sekarang jauh lebih seru, tuntutan untuk membuka diri perusahaan kan lebih keras, apalagi itu perusahaan publik. Dengan segala cara informasi dibongkar. Kan bisa menggunakan instrument in depth reporting, kan itu mekanisme yang dia bangun, supaya menguak tabir dari sebuah peristiwa.

-Trus pak, kontribusi media cetak atau elektronik dalam mendorong perkembangan humas ini bagaimana?

➤ **MEDIA**

+ ohhh sudah besar sekali, humas ya bisa berkembang itu ya karna media pastinya, kebutuhan humas dari media ya pasti sangat beragam yang akhirnya menjadi customize. Misalnya ohh segmennya siapa Youth semisal, humas harus menyesuaikan dengan pandangan youth, kalau ibu-ibu ya majalah ibu-ibu. Radio prambors, gen.fm, tabloid gaul ya beda lagi. Humas harus mempackage itu semua dan itu di challenge oleh kehadiran media. Ya sedemikian lebar segmentasinya. Millenials, x generation, itu semua punya needs dan want yang berbeda-beda. Humas dari masing-masing organisasi atau perusahaan harus melihat itu sebagai sebuah sesuatu yang given karna segmentasi itu memang adalah keniscayaan dan bagaimana mengemaskanya ke media itu dengan cara masing-masing. Jadi kalau nulis press rilis itu jangan satu untuk semua, gaik bisa nanti

dimarahi oleh jurnalis, karna jurnlis juga pendekatannya beda-beda. Majalah bisnis misalnya, bola, tempo itu kebanyakan laki-laki. Nah beda dengan misalnya, pembaca republika dengan pembaca majalah bisnis. Pasti mereka tidak terima karna saya pembaca bisnis kenapa press rilis nya harus berbau politik. Itu sebenarnya secara tidak langsung membesarkan PR atau humas yakni belajar memahami apa yang di butuhkan oleh media konvensional dan un konvensional apalagi media sosial. Orang sekarang mau bikin info ke instagram, fb, itu sudah beda2. Kalok instagram gausah banyak teksnya, bisa dengan gambar-gambar yang bagus saja. Twitter bagaimana caranya agar tulisan yang ditulis padat dan jelas, facebook bisa panjang, kalau youtube juga gak bisa video nya teks teks doang, ya film dong, moving dong. Nah itu secara tidak langsung membesarkan humas yang memahami psikologikal dari massa atau pembaca. Mereka bisa mem package infonya secar benar. Kontribusi media kepada humas ya sangat banyak. itu tadi misalnya contohnya. Kalok kamu gak pernah bertemu dengan wartawan kamu juga tidak tahu apa yang dibutuhkan wartawan dari kamu. Di mediaku nih ditolak sama redaktur karna apa yang kamu beritakan tidak sama degan yang kamu di tulis di press rilis itu.

-berarti kerja humas secara gak langsung sudah sangat beda ya pak sekarang, karena mau tidak mau harus multi tasking, harus bisa editing dsb.

+iya beda beda sangat beda, harus menguasai apa yang ingin disampaikan, bisa mendeliver nya, dan bisa engage dengan people yang macam macam. Seperti dengan pemerintah, investor. Humas itu very challenging dan very interesting dan juga bisa membosankan kalok kita gak punya passion nya. Kerjanya hanya dibelakang saja jadi mimin heheh.

-kalau fenomena yang saya lihat sekarang kan pak humas itu dianggap remeh, ohh humas itu tukang foto, tukang nge mc, tukang ngekipling dll. Nah menurut bapak bagaimana padahal seperti yang kita tau humas itu punya tugas yang besar.

➤ PRAKTIK

+mereka yang berfikiran seperti itu berarti mempunyai pola piker yang lama. Humas itu memiliki tugas yang pada dasarnya strategis, seperti membuat program kampanye sebuah isu misalnya, misalnya mengkampanyekan eco tourism itukan strategis sekali. Eco green kan strategis sekali. Nah jadi pandangan para praktisi humas, praktisi perusahaan atau yang lain masih memandang bahwa humas adalah sebuah aktivitas yang remeh temeh tidak membutuhkan dukungan power yang cukup. Ehhh ini ada tamu mana humas nya suruh foto-foto, ini ada acaranya mana humasnya suruh nge mc, bukan berarti mc itu nggak penting ya penting, bukan foto-foto itu gak perlu ya perlu, tapi kemudian jangan mengatasnamakan humas itu selesai, itu adalah praktik-praktik dokumentasi, dan praktik-praktik event manajemen yang menjadi sebagian tugas pr yang secara umum. Jadi saya masih melihat mereka yang berpandangan itu karena tidak dididik untuk

bertindak strategis, tidak diajak untuk memiliki pemahaman yang strategis, wahhh ada kasus ini kita rembukannya apa, jangkauannya gimana, komunikasinya ke siapa, dampak resiko dari komunikasinya ke siapa. Kita mitigasi, nah itu strategis, istilahnya strategis itu berfikir, nah kalau humas tidak diajak untuk berfikir, berarti dia melakukan humas pada level orang bilang old school. Yaa kuno, sekolah jaman dahulu. Nah new school nya adalah please become strategic, supaya anda benar-bener bisa menjadi guardian bagi organisasi atau perusahaan. Ya itu terjadi mereka yang dididik dengan old school menempatkan humas technical belaka, bahkan hanya suruhan. Mengapa berita dikliping itu tidak diulas, setelah diulas kemudian dianalisis, ini kemana sebenarnya larinya beritanya, ada gak dampaknya ke kita. Sekarang juga kliping digital pasti.

-kalau tugas dari praktisi humas, selain menaungi asosiasi humas itu sendiri apa ya pak?

+ya pastinya membina, menyediakan fasilitas agar anggota naik kompetisinya, menyadarkan profesi ini. Jangan sampai anggota tau hal yang tidak-tidak sehingga lupa akan urgensi pr itu sendiri. Kalau tentang humas kamu Tanya perhumas, gak elok saya jawabnya.

-kalau pr Indonesia sendiri berupaya apa pak dalam memberikan peluang kepada para calon humas agar bisa menjalankan tugasnya dengan baik?

+pasti yang kami provide sebagai media, kami memberikan informasi, edukasi, pelatihan mengundang pembicara yang capable dalam bidang ini, kalau tidak di challenge dalam forum pelatihan, nah dan memberikan edukasi bahwa umas itu strategic, penting, critical, punya asset yang besar dalam perusahaan melalui news maupun apresiasi. Misalnya mereka bagus dalam ini maka kita challenge jika berhasil kita berikan apresiasi. Ada 3 informasi, edukasi, apresiasi. 3 si namanya. Ini bagian kiprah kita dalam media. Karena media kan tu juannya da 4 to inform, to educate, to social control, and to entertaint. To social control mengingatkan. Heh pemerintah humas kamu tu gak jalan dengan baik sebaiknya begini begini. Tu dikolom beritanya ada itu, kita sendiri yang menulis, ataupun wartawan kita juga ada. Kita bebas bebas aja dalam memberikan kritik. Bahan ketika kasus taksi konvensional bertegkar dengan ojek online ada ditulisannya dengan mengkritik secara keras. Isu-isu kontemporer kita punya. Jadi kritik dalam arti yang konsumtif. Nah itu peran kita di industry pr. Infrastruktur, politik, ekonomi urusan mereka mereka. Industry pr urusan kita. Kalau di pr Indonesia itukan media yang jatuhnya seperti komunitas, komunitas orang-orang yang pernah ter enggange dengan kita, selama 3 tahun itu begini. Jadi pr Indonesia bukan organisasi pr.

-kalau menurut bapak pr di Indonesia ini sudah bagus belum pak dalam hal praktik kerjanya, yang sekilas bapak lihat dari humas pemerintah, perusahaan dan sebagainya.

+ ya sudah bagus, tapi ya banyak juga yang masih belum maju maju ya. Kementerian keuangan, kesehatan sudah mulai bagus, strategi taktik komunikasi mereka sudah bagus.

Unilever, bumn Telkom, juga bagus, pertamina bagus, kemudian banyaklah bagus, astra, bca lumayan, mostly sudah menuju ke arah baguslah . tapi perusahaan yang katrok juga masih banyak, ya artinya gitu-gitu aja, bikin event event doang tapi apasih dibalik event ini.

-ini masih nyambung sama yang tadi pak, saya sering melihat kerja orang lain di perusahaan, mereka banyak mengerjakan hal-hal tersebut. terlepas dari itu apakah ada pendidikan humas, diluar kuliah. Sebelum terjun ke dunia humas. Ada tidak pak?

➤ **PENDIDIKAN**

+kalok formaly 3 bulan atau 4 bulan nyaris gak ada, tapi kalok 3 hari 4 hari ada. Aku sendiri mengadakan itu, kmaren ke bali 3 hari, temanya tentang membuat kampanye pr, ada traini misalnya yang paling gampang membuat press rilis, trus juga bagaimana mengadakan press conference, menyelesaikan crisis, membuat sop penyelesaian crisis, itu ada. Diluar ada, macem2 harinya, macem2 harganya tapi kalok itu paling 3 atau4 hari. Ya mau nggak mau menurutku ya harus di challenge dengan bergaul, di challenge dengan melakukan istilahnya, pergaulan itukan sekolah real sebenarnya , seperti dengan tokoh-tokoh asosiasi humas para official humas, dan humas pemerintahan. Kalau ingin mengetahui dunia humas ya ini harus mau keluar. Perhumas muda misalnya itu bagian dari exercise teori mereka, berkomunikasi menyampaikan pesan, mendapatkan feed back, kemudian bikin confirm lagi kepada people. Jadi saya rasa gaada.

-kalau sebelum masuk ke dunia pekerjaan gitu pak ada gak sih syarat misalnya skill yang harus dimiliki oleh pr?

+ baiknya ada sertifikat supaya ada value atau nilai tambah, karna kalau kamu punya nilai tambah kamu bisa kompetitif diantara kawan-kawan seangkatan. Nah ini bagaimana kamu berani mengambil peluang diluar. Contohnya bikin dong analisis dalam pemberitaan. Negative netral atau positif, siapa nara sumbernya, trus kira kira mitigasinya dalam kejadian itu apa ehh gak bisa. Trus bikin dong press rilis gak bisa, tolong siapin press konfrensi minggu depan bingung, apalagi masuk crisi tambah bingung. Bikin messages ini ada isu ini ini ini yang perlu kita sampaikan. Itu mentality mentality yang tidak siap pada kerja kehumasan nah itu bisa dilatih di exercise kalok kita banyak melihat cara kerja para praktisi pr ditempat lain, dan terus belajar. Ketika saya menjual diri saya sebagai clon official pr saya harus tampilkan apa, itu butuh kemauan yang keras.

-apakah itu termasuk tanggung jawabnya sosiasi profesi pr atau gimana pak?

+jadi semua tokoh punya peran untuk terjun ke wilayah itu, semakin banyak yang turun maka semakin banyak calon praktisi pr yang berhasil. Perguruan tinggi misalnya bukan tidak bisa melakukan apa2, kalau perlu calon alumninya dilatih dulu supaya dapat sertifikat pr.

-brarti itu masih tanggung jawab kampusnya ya pak?

+iya, LSPR kan begitu, sebelum lulus di assessment dulu. Citra ni unggul nya di mana.paling enggak dia punya keunggulan. Ketika assessment kan ditanyakan coba buktikan apa yang kamu bisa. Ohh saya bisa public speaking, oh saya bisa bikin press rilis buktikan, ohh saya bisa buat sop crisis buktikan. Assesmentnya itu sukanya membuktikan apa yang dia punya.

-kalau menurut bapak pr di Indonesia ini berkiblat kemana ya pak, eropa atau America?

➤ KIBLAT HUMAS

+kalok base pr ku itu pr America, tapi kalau Indonesia berpikiran semua kita tamping aja karna kita menggunakan konsep pendekatan dialektika, nggak ada yang salah 100% dan gak ada yang benar 100% karna kan pemikiran manusia bukan tuhan bukan hadist bukan quran. Tapi secara bisnis saya punya kiblat prweek.com hanya webnya ya tidak ada cetak. Kebetulan kita punya cetak dan web nya juga sudah ada, aplikasinya sedang di develop. Jadi sama sekali kita tidak pernah memikirkan eropa atau amerika atau sebagainya. Karna kita media jadi pendekatan kita pada jurnalisme. Kita gak mau menjadi provokator. Kita hanya media ya media. Seperti prinsip jurnalis. Simple jadi gak perlu marh-marah.

-kalau pr di Indonesia sendiri secara global bapak lihat lebih mengarah kemana pak America atau Eropa. Atau bahkan lebih berdiri sendiri?

+seperti kasus penarikan paksa penumpang di airlines di America, itukan salah humas nya juga diam saja, sampai terjadi crisi juga diam saja. Kalau kita melihat pendekatan media di amerika itu kebanyakan retail atau Koran ya, sedangkan di eropa itu lebih ke subscriber. Di kita kalau media berkiblatnya lebih ke America karena retail, nah kerja pr itukan menurut saya kalau dibidang America atau british atau eropa tidak juga. Karena menurut saya praktek pr di Indonesia tidak mengaju secara absolute pada satu massa. Ada yang menggunakan pendekatan grumig ada yang menggunakan pendekatan lain. Yakan. Tapi kalau pemikiran ke America saya kira lebih banyak karena based practice nya di America. Kalau di eropa kasus mcd kehabisan ayam, mereka meminta maaf, sama seperti kita karena itu masuk kedalam culture kita, salah nggak salah kita harus minta maaf dan bicarakan dengan baik. Itukan akan menurunkan emosi. Tapi kalau di America mereka berargumen dulu jika menurut mereka itu bukan salah mereka. Berbeda dengan UK.

Transkrip pak Ade Armando (Pakar Komunikasi, dan Dosen Ilmu Sosial dan Politik UI)

-Perkenalkan saya Citra Kharisma dai UII Jogja, disini saya mau bertanya mengenai Humas politik pak.

+oke, sebisanya akan saya jawab.

-Bagaimana peran Humas politik di Indonesia dan juga sejak kapan Humas politik mulai dipakai di Indonesia?

➤ **SISTEM KOMUNIKASI POLITIK**

+oke jadi gini citra, pertama-tama yang mau saya bilang bahwa saya itu bukan orang humas ya. Jadi saya tidak terlalu mengikuti perkembangan humas. Dalam kata lain pertanyaannya begini ya. Dalam masa orde baru sudah ada humas politik atau tidak. Saya nggak tau tapi saya nggak terlalu yakin karena pada dasarnya tugas humas itu membangun sesuatu dengan citra positif guna memperoleh dukungan publik terhadap klien dia kan, klien itu bisa barang, bisa perusahaan, bisa orang kan. Nah di jaman orde baru barangkali belum ada keperluan untuk menghadirkan Humas politik karena pertama politiknya sendiri sistemnya tertutupkan, tidak demokratis kan. Sehingga kalau gak demokratis sebetulnya tidak ada kebutuhan untuk membangun image di depan publik kan. Kalau politik di masa lalu itu yang terpenting kan seberapa dekat anda dengan penguasa ya, seberapa dekat anda dengan istana, dengan Soeharto gitu ya. Kalau kita dekat dengan mereka, kita dikatakan sebagai network mereka gitu ya, kemungkinan besar anda akan memperoleh keuntungan-keuntungan, dan hak-hak istimewa misalnya menjadi gubernur, Anggota DPR nya pun tidak dipilih oleh rakyat kan pada dasarnya. Kita taulah sistem politik orde baru ini, sehingga sebetulnya keberhasilan seseorang untuk menjadi anggota parlemen misalnya itu tidak ditentukan dengan bagaimana ia berhasil menarik simpati publik kan, itu lebih karna partainya kan. Nah cuman 3 pula partainya. Nah begitu reformasi semua berubahkan, nah ketika itulah saya rasa ada keperluan ada kebutuhan untuk diperlukannya tim untuk membangun image, nah ketika itulah gagasan mengenai konsultan PR tumbuh. Tapi yang harus anda ingat adalah PR konsultan yang disebut PR politik ini yang saya tau sih umumnya justru tidak di lakukan oleh perusahaan-perusahaan yang dulu sudah lama berkecimpung di dunia PR. Jadi yang umumnya menjalankan peran sebagai PR politik walaupun namanya barangkali bukan PR politik itu adalah orang-orang baru, orang-orang yang lebih dekat dengan dunia politik atau orang-orang yang datang dari nanti saya gambarkan bahwa itu ada kaitannya dengan mereka yang berkecimpung dengan dunia penelitian, public opinion, survey dan seterusnya. Nah justru perusahaan-perusahaan yang sejak dulu sudah berkecimpung dalam dunia humas itu umumnya menjadi konsultan untuk korporat atau brand dan seterusnya. tapi yang buat politik ini yang saya tau sih nggak banyak yang dari PR-PR lama itu. kenapa? Karena nature politik itu lain seali sama nature perusahaan dan

organisasi gitu. Apalagi politik sekarang itu politik terbuka, yang terjadi pertarungan terus menerus, misalnya saja perebutan suara kayak Pilkada, Pilgub, Pilpres. Itukan pertarungan yang tidak hanya tentang Image dalam artian bertarung di media massa, beriklan gitu ya, atau tampil di wawancara. Tapi kan betuul-betul harus apa yang kita kenal sebagai akar rumput jadi gimana si klien itu bisa bicara sama akar rumput, punya tim yang berusaha mempengaruhi masyarakat untuk “datanglah ke TPS untuk memilih” itukan bukan sesuatu yang mudah dikuasai ilmunya kan dan memang gak dipelajari oleh PR-PR yang lama itu sehingga lahirlah PR-PR yang baru. Misalnya gini SMRC (Syaiful Mujani Research and Consulting) kita menjalankan peran PR politik itu tanpa mengatakan bahwa kami ini PR atau konsultan PR begitu juga dengan perusahaan-perusahaan lain LSI, dan lain sebagainya. Atau juga tokoh-tokoh seperti M. Saifullah, Denny JA, itu juga menjalankan konsultan yang sebetulnya menurut definisinya itu adalah definisi PR membangun hubungan sama publik. Jadi dengan singkatnya saya bisa bilang dengan adanya PR-PR politik saat ini menurut saya justru kebanyakan tidak menamai dirinya sebagai PR politik tapi menjalankan peran sebagai PR politik, mereka biasanya menyebut diri mereka sebagai konsultan politik. Karna pada dasarnya orang-orang yang terlibat disana bukan orang yang belajar PR, tapi mereka menjalankan fungsi itu. Tugas utama PR kan membangun persepsi publik yang positif mengenai si klien kan, cuman kalok di masa lalu caranya adalah dengan kayak iklan paling orang bicara tentang above the line, below the line pakek iklan di televisi, di radio, trus bikin acara-acara off-air ketemu sama publik dan seterusnya, sesekali aja kan, atau buat event gitu. Tapi kalau buat politik ini kan gak cukup. Makanya kalimat saya gini orang yang menjalankan PR politik sebetulnya ereka gak sadar kalau itu sebenarnya PR politik, nah ini bukan orang-orang yang belajar PR umumnya bukan orang-orang yang belajar komunikasi. ya misalnya dalam hal ini Syaiful Mujani ya dia orang politik aja, tapi dia tau untuk bisa menang nih kliennya atau kandidatnya. Itu mereka harus memenangkan hati rakyat kan, gimana caranya? Ya sambil belajar “oh caranya bisa dengan medsos, iklan, bisa dengan dateng ke rumah-rumah. Gitu. Jadi mereka sendiri kalau ditanya PR politik, bahkan mereka sendiri bilang bukan. Yang secara tegas bilang PR politik terus terang saya gak tau ya siapa. Barangkali orang kayak Ipang Wahid ya tapi ipang wahid itu lebih ke buat video atau apa, dan itu cuman sebagian dari kerjaan PR sebetulnya, PR kan bukan itu kerjaan Utamanya. PR itu kan dari bisa melobby, bisa ketemu sama DPR, bisa ketemu sama masyarakat, bisa memobilisasi massa, bisa menumbuhkan image positif. jadi mereka menamai diri mereka sebagai konsultan politik, cuman kalau kita check apa yang mereka lakukan, loh ini kan kerja PR politik. Misalkan media relation, menulis siaran pers, kan mereka lakukan nih. Mereka barangkali gak sadar bahwa itulah kerja PR itu. Bikin event juga.

-berarti kapannya itu setelah orde reformasi yah pak?

+ iya reformasi, ketika reformasi demokrasi kan berkembang. Gampangnya gini cit, dulu kan gak ada Pilkada sekarang ada. Dulu gak ada yang namanya pemilihan walikota

sekarang ada pemilihan walikota, dulu partai 3 sekarang partai berapa belas ya kan? Jadi bertarung terus menerus. Nah jadi yang meng acc si kandidat siapa? Ya konsultan politik ini. Konsultan politik ini mulai lahirnya ya tahun 2000an itu. Dimulai pertama-tama dengan lembaga survey yang tadi saya bilang misalnya kayak SMRC itu aslinya namanya lembaga survey Indonesia, kerjanya tu adalah bikin penelitian “okey suara dukungan terhadap si kandidat berapa?” lagi populer naik dan turun. Bulan maret dibikin, oktober dibikin, januari dibikin, naik turun, dikalangan perempuan bagaimana, dikalangan laki-laki bagaimana.

-berarti itu tidak hanya Pilkada ya pak?

+semuanya pilkada, pilpres, pilgub, pilbup, pilleg. Semua itu terjadi kan. Nah si kandidatnya itu butuh bantuan. Bantuannya cuman survey itu, survey dalam artian suara dukungan, awareness yang aware mengenai anda itu siapa, berapa banyak, dikalangan mana. Yang kedua diantara mereka yang kenal anda, mereka suka gak sama anda, jadi populer dan like. Ketiga walaupun mereka kenal dan suka mereka memilih ada gak. Itukan hanya survey, tapi begitu ini berkembang si klien berharap ya jangan Cuma ngasih survey ini dong, terus cara naikinnya gimana? Kalok ngasih angka-angka doang kan kita bingung, kalok angka rendah naikinnya gimana. Jadi konsultan lah, nah konsultan ini yang kerjanya di lapangan yang tau perbanyak ini, ini dan ini. Perbanyak poster, perbanyak spanduk, perbanyak sticker, perbanyak yang lain. Nah kebanyakan mereka ini belajar di amerika di Ilmu politik seperti syaiful mujani, denny J.A. burhan muhatadi di australia gitu ya. Nah orang-orang itu tadi juga belajar yang namanya bukan PR politik tetapi komunikasi politik atau pemasaran politik. Ada tuh kalau anda belajar itu ada juga tentang itu. Nah mereka juga belajar ada istilah namanya kanvasing, yaitu harus turun ke lapangan, ngetok rumah orang dan bilang “selamat siang pak kami dari tim ini ingin berkenalan, bersedia gak kalau dipasangin stiker dan lain sebagainya” ya itu kan sebenarnya kerja marketing tapi bagian dari PR kan cuman karena mereka bukan belajar PR waktu di sekolahnya ya mereka tidak sadar bahwa itu PR. Nah ternyata ini sukses nih di awal-awal tahun 2000an itu terbukti ternyata hasil surveynya kok sama hasil akhirnya, makin percaya orang, makin banyak yang naikin. Kayak misalnya cerita syaiful mujani tadi dia bikin yang namanya lembaga survey Indonesia trus keluar pecah bikin baru, denny J.A bikin lingkaran survey Indonesia, nanti ada budori bikin Indobarometer, siapa bikin ini dan itu. Jadi makin lama makin banyak karena kandidatnya juga makin banyak ada wali kota ada gubernur. Kayak misalnya jawa barat ada 4 bayangin, kan pertarungannya bagaimana. Nah sekarang anda harus bedakan juga ada yang orang ada yang organisasi. Kayak misalnya SRMC nih organisasi, tapi disana tu banyak orang-orang yang lepas, jadi semisal tim kampanye taroklah Eep gitu ya ketika dia memenangkan Ahok dia sih kayaknya gak membawa nama polmar tapi dia sebagai eep nya. Nanti kampanye dibentuk oleh anise nanti punya tim kampanye sendiri, si eep sebagai penasehat tim kampanye ini jadi ini gak ada perusahaan, ngerti ya. Jadi ini soal orang sebagai

konsultan politik artinya Pr politik juga yakan cuman dia sendirian atau independen gak pakek organisasi. Jadi banyak sekarang.

-lebih banyak orang yang individu atau organisasi pak?

+lebih baik individu saya rasa, karna kan perusahaan kan gak banyak, kebayang gak anda di berbagai daerah ada walikota, dan segala macam itu. Dicari nih misalnya “tuh ada ade Armando tuh kayaknya dia orang komunikasi mau nggak?” saya banyak tuh di tawarin tapi gak mau saya, ya saya ada alasan sendiri barangkali saya merasa kandidat itu tidak layak untuk saya dukung, tetapi yang lebih penting lagi saya tidak punya kemampuan karna saya liat real kerjanya, karna di SMRC nih kan real banget ya kerjanya harus melibatkan banyak orang, memobilisasi suara banyak orang di lapangan dan saya kan orang yang gak boleh nyogok orang, jadi banyak landasan etiknya nh kalok saya duga sih banyak konsultan politik yang individu individu itu rela melakukan apa aja, gak papa bayar aja yang penting menang.

-semisal saya PR partai A berarti saya seharusnya mengatakan bahwa partai ini baik, karna memang betul-betul baik, bukan karna berpihak, tetapi nyatanya saat ini tidak seperti itu. Ini bagaimana pak?

+iya ini soal nurani consciousness, kesadaran si para praktisi PR, itu tantangan baru buat PR dari dulu sebenarnya PR punya masalah kayak misalnya dia harus melayani klien yang jelas-jelas sebetulnya dia merugikan masyarakat, lapindo dulu kan. Anda PR tapi mereka berani bayar besar nih, Freeport dia menggali, mengeksploitasi kekayaan alam papua dan saya harus membangun image positif tentang dia, kan dari dulu sebetulnya sudah ada persoalan itu. Kan kurang lebih sama nih sekarang. Saya harus mewakili partai yang jelas-jelas kerjanya di DPR nya itu menggagalkan undang-undang yang pro publik, trus saya akan melakukan apa? Ya kalok saya, saya akan tolak. Tapi kan banyak orang yang butuh duit. Apalagi anda bisa membayangkan kan ada bunyi politik itu kotor kan, jadi kalau anda masuk situ anda siap-siap saja melihat dunia yang sangat kotor itu sementara anda berkewajiban membangun citra positif dari itu. Kalau saya gak mau, kalau saya. Semisal kayak setya novanto kan udah jelas, cuman kalok orangnya adalah fadli zon gitu misalnya atau anggota partai politik yang lain, saya tau sih dia bermasalah tapi bermasalahnya tidak seperti setya novanto, bermasalahnya tidak seperti fadli zon, bermasalahnya tu ya lebih kayak istrinya 2 atau apa, ya masalah pribadi, atau dia mendukung undang-undang pro tembakau. Kalau gitu kan masih bisa ditoleransi, jadi at the ends saya mau bilang ya itu sebenarnya persoalan standart professional PR yang saya bilang berlaku umum bukan hanya menyangkut kepentingan politik tapi sekarang banyak tu jebakan itu. Mau gak kamu membantu calon gubernur yang anda tahu itu bermasalah? Balik lagi ke PR nya. Tapi masyarakatnya jua harus sadar, masyarakat bisa di beli, ada money politics kan, masyarakat sih maunya pemimpin yang baik, cuman kalau masyarakat di iming-imingi dengan uang 50 ribu, 100 ribu gimana. Nah itu juga

pertanyaan anda sebagai PR politik mau gak melakukan seperti itu. Itu tantangan. Anda harus dapet suara nih, musuh anda bayar orang, bagi-bagi duit, bagi-bagi sembako, trus kata klien anda saya juga mau bayar saya punya duitnya. Anda gimana?

-Jadi apakah itu salah satu alasan mereka tidak mau menyebut dirinya PR ya pak.

+ya salah satunya itu tadi mereka tidak pernah belajar PR sebelumnya, dan mereka lebih senang di sebut konsultan karna mereka berpikir “oh PR itu hanya membentuk citra positif” dan lain sebagainya jadi mereka merasa “oh we are beyond that” PR itu gak ada apa-apanya gitu. Jadi sekarang ketika terjadi dinamika itu sebetulnya gak siap si konsultan politik itu dia cuman belajar pakai intuisi pakai teori gimana handle media. Ya bahwa ada yang namanya PR crisis itu kan tidak gampang. Makanya sekarang itu yang mungkin banyak terjadi kalau anda bilang “slek” antara wartawan dan PR. Ya padahal wartawan itu kalau PR nya bagus ya bisa di handle gitu.

-Brarti praktek PR politiknya dulu dan sekarang berarti beda jauh banget ya pak?

➤ WAKTU

+ya bahkan itu saya bilang dulu sih PR politik tu gak perlu. PR nya paling dalam artian organizing event jadi ya yang “gampang-gampang itu” kalaok bikin konferensi pers gimana caranya agar diberitakan, media relation lah.atau bikin event sebagai event organizer.

-kalau kejadian pasca sekarang ketika udah ada digital itu bagaimana pak?

+ya menjadi lebih dinamis lah ya kalau dulu kan ada yang namanya earn media, own media. Earn media itu adalah gimana caranya apa yang kami lakukan itu diberitakan disiarkan oleh media massa, jadi bagaimana media massa tertarik sama kegiatan saya. Nah itu dulu kan karna kita belum punya media sendiri. Partai belum punya media kan kalau sekarang kan bisa punya media sendiri namanya media sosial, bisa punya fb sendiri, instagram, twitter, bisa punya channel youtube dan bahkan bisa bikin website. Kan jadi makin banyak. bagi PR sebenarnya kehadiran media sosial ini itu berkah bener karena dengan itu kita bisa mengontrol apa yang akan diberitakan di media. Kalau dulu earn media itu yak an tergantung wartawannya mau memberitakannya seperti apa, mau ditaruh di halaman 1 halaman 3, kita ngomong apa ditulisnya apa gitu kan.

-tapi dengan adanya media sosial berate semakin banyak pemberitaan mengenai politik tersebut, apa tidak menjadi simpang siur?

+iya itu sisi negative dari kehadiran media sosial, ya menurut saya seperti itu memang resiko, karena alur informasi menjadi lebih cepat, dan keras dan beragam ya kita harus

mau menyesuaikan diri dengan kondisi semacam itu. Ya memang akibatnya hoax, ujaran kebencian, SARA dan macam-macam itu mendapat wadahnya tu di media sosial, tapi itu tidak bisa kita apa-apakan, di sisi lain itu berkahnya besar lho, tanpa media sosial kita tentu hanya bergantung kepada informasi dari media massa. Ya saya cuman mau bilang gini kalau dulu hari tanoe dia kuasai semua media 4 lah, dia punya RCTI, Global TV, MNC TV, Inews, punya radio dan segala macam. Dia bisa kuasai opini publik kan. Sekarang gak bisa kalau saya “ini bohong nih RCTI nih” ya saya buka kumparan.com, tirta.id ada banyak. jadi menurut saya dilihat dari kedua sisinya. Sisi yang pertama sangat positif karena memberi wadah bagi informasi yang sebelumnya tidak bisa tersampaikan karna dikuasai oleh media massa besar sisi negatifnya adalah ya karna semua orang bisa menggunakannya kita harus siap-siap menghadapi konsekuensinya dari akibat tadi HOAX, ujaran kebencian, informasi yang tidak jelas dan sebagainya. Disitu fungsi PR diuji, PR harus tau bagaimana logika medsos, dan baimana cara men clear kan, mengklarifikasi, membantah, mengarahkan opini publik lewat media sosial. Itu sebuah dunia baru. Makanya ahlinya sedikit sebenarnya karna orang masih sambil belajar, apalagi di kampus-kampus dosen juga bingung ngajarnya.

-kalau tadi dari faktor politik, kalau dari segi ekonomi dan sosial yang mempengaruhi PR berkembang apa pak?

➤ PERKEMBANGAN

+ya kondisinya kurang lebih sama, artinya ya gara-gara perubahan politiknya masyarakat menjadi semakin terbuka, masyarakat menjadi punya jalur informasi yang sangat luas, punya akses internet, masyarakat juga mulai menunjukkan sifat pluralis, yang dapat menerima banyak perbedaan. Walaupun di suatu sisi di Indonesia ada tantangan dari kelompok-kelompok konservatif yang jalur komunikasinya tuh diluar jalur-jalur yang selama ini dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok yang lebih modern artinya lewat pengajian, lewat ceramah agama, lewat sholat jum'at. Itukan mengubah opini publik, nah itu juga tantangan buat PR gimana caranya tuh, agar anda juga bisa masuk ke pengajian, gimana? Kalau di pengajian dibilang jangan pilih ahok dia penista agama. Yakan? Bingungnya gini ya kalok PR di Indonesia berarti dia harus paham dengan karakteristik budaya semacam itu, anda gak bisa cuman ngomong, pasang poster, dan pasang spanduk, upayakan bisa masuk ke pengajian, bisa masuk ke masjid. Seperti anise baswedan kan datang ke FPI, hadir dalam maulel. Itukan jalur-jalur yang semula bukan makanannya PR gitu loh. Jadi mau gak mau harus ikut masuk. Semua itu peristiwa ahok dan lain sebagainya, pada akhirnya ada kaitannya dengan politik, jadi gini misalnya kemarin saya debat tentang “jangan tu pakai agama dalam politik” misalnya tu di jawa barat kan ridwan kamil syiah, atau di Sumatra utara jangan pilih pemimpin kafir gitu lagi berulang-ulang. Kata pembicara saya “ya boleh dong kan berdakwah” ya saya bilang benar gak itu berdakwah serius itu tujuannya untuk berdakwah, saya sih nggak yakin.

-karna “berdakwah”nya itu tadi dilakukan dekat-dekat pemilu ya pak

+nah iya, atau kalau mau berdakwah dilakukan di tempat tertutup dong jangan tepat umum di depan publik, itu kan juga menyinggung publik lain. Dan kalau berdakwah kan mustinya dijelaskanlah, ada ayat ini turun kenapa. Dan kalau anda belajar islam anda pasti tau ada banyak interpretasi tentang ayat ini. Kalau NU kana da 4 penjelasan, madzhab ini bilang gini, madzhab itu bilang gitu. Inikan nggak. Jadi maksud saya ini tadi pada proses politik mau music kek, mau film kek, mau agama kek semua itu punya fungsi politik kayak kemaren ada film 212 kan. Si pembuatnya bilang “ini gak ada hubungannya sama politik” nggak bisa ini hubungannya jelas sama politik. Anda gak bisa bilang ini cuman film tentang dakwah, film tentang art, film tentang islam. Itu kan bukan sol menista agama segala macem orang ahoknya udah minta maaf kan, kok gak dimaafin? Ya karna ada tujuan politik. Begitu juga dengan para ulama yang mendukung ASHIK syudrajat syaikhu. Yang hidup sama PKS sama gerindra, kalah kan sama ridwan kamil. Tapi sebelum itu ada kampanye besar oleh ulama “pilih ashik, pilih ashik” gitu. Itukan jelas bukan agama lagi, itu jelas politik. Nah itu saya bilang PR gimana menghadapi fenomena ini. Kalau PR nya ngerti agama gimana? Jadi harus dilibatkan juga ahli agama.

-bapak kan jurnalis juga ya pak, saya mau nanyak dikit tentang jurnalis, jadi waktu humas datang bagaimana kerja jurnalis?

➤ JURNALIS

+yang jelas kehadiran PR itu membantu jurnalis yang sebetulnya kehadiran PR itu tujuannya adalah, untuk agar para jurnalis yang akan menulis tentang kandidat, perusahaan, atau organisasi atau partai atau produk itu punya sumber informasi yang bisa dikendalikan oleh si kandidat tersebutkan. Jadi daripada dia nyari-nyari sendiri gitu kan. Jadi bagi jurnalis sih PR tu pasti adalah salah satu sources atau sumber informasi yang sangat membantu kerja mereka. Tapi PR jangan sampai salah sangaka bahwa jurnalis akan begitu saja menuliskan apa yang hanya dikatakan PR lho. Karna mereka tu kritis pada dasarnya, cuman ya mereka sangat terbantu. Kalau saya mau nulis tentang prabowo saya bisa ngecheck ke humasnya gerindra kan.

-cuman sekarang ada sedikit pemberitaan tentang jurnalis dan humas yang gap, itu kenapa ya pak?

+kalau menurut saya ya itu perusahaannya tidak sadar bahwa humas itu penting, tugas utama humas kan menjalin hubungan baik sama media kan. Setiap ada acara ya diundang media massanya, diperlakukan dengan baik, kalau di Indonesia bahkan dikasih ung transportasi. Jadi jangan sampai humas itu memikirkan media ketika ada krisis, kalau gitu doang ya media marah dong, ngapain juga. Kalau ada slek barangkali jurnalis udah dikasih informasi macem-macem tapi kok masih negative pemberitaannya? Ya kan media massa gak bisa dipaksa selalu menulisa hal positif, media massa kan merasa dirinya itu

independen. Dia wawancara sama PR ini tapi kan juga pasti wawancara sama PR lain. Barangkali gini kalau dikatakan ini sering terjadi, humasnya aja gak pernah belajar, yang tadi saya bilang, humas yang dari dulu udah jadi humas, itu gak pernah jadi humas politik. Jadi ketika klien nya adalah politisi ya berantakan kerjanya. Nah kalau sekarang anda cuman jadi humas korporat ya seberapa sering sih masalahnya, gampang kan ngaturnya. Kecuali ada krisis seperti lapindo. Tapi kalau enggak kan hidup normal. Ngga ada konflik-konflik. Kalau politik krisisnya tiap hari, saling serang kan. Gerindra nyerang Jokowi, marah PDIP, PDIP nyerang Fadli Zon. Informasi jadi banyak kan.

-kalau hubungannya jurnalis dengan PR sekarang bagaimana pak yang bapak lihat?

+ya itu ya beragam karna kan sekarang jurnalis banyak ada media massa, jurnalis online. Jadi gak bisa disamain. Karna ada jurnalis Kompas beda dengan jurnalis Tribun. Kompasnya berkualitas tribbunnya sensasional. Jadi gak bisa disamakan. Sekarang kerja PR tentu saja berat karna harus berkerja dengan begitu banyak wartawan.

-oke terima kasih banyak pak atas waktunya. Assalamualaikum

+wa'alaikumsalam.sampai ketemu lagi, maaf ya saya buru-buru ditunggu soalnya.

Transkrip bu Magdalena Wenas (President of PR Society Indonesia, Founder Strategic Reputation Management, Dosen Public Relation Universitas Indonesia)

-Perkenalkan saya citra dari UII Jogja, ingin ngobrol-ngobrol dengan ibu tentang tugas akhir saya.

➤ **ORGANISASI**

+Oke Silahkan, jadi saya jelaskan dulu singkatnya background saya, jadi waktu Agus parengkuan jadi ketua perhumas saya jadi sekjen, nah ini sekilas aja kalok kamu mau kembali lagi ke era perhumas di awal-awal, mereka itu udah 30 tahun atau 40 tahun. Iya saya waktu sama agus kita ngerayain 30 tahun. Nah itu perhumas. Tapi secara international itu sudah terbentuk FAPRO (Federasi Asian Public Relation Officers) itu dirintis oleh pak wicaksono nuradi.

-itu ditengah- tengah perhumas ya bu didirikannya?

+dalam perjalanannya Perhumas, mereka beraviliasi dengan IPRA dan FAPRO. Kalau FAPRO kan Asian, IPRA itu International. Jadi beda yah. Nah itu singkatnya. Kita tu kalau masih berkiblat, jangan ngomong PR, jangan ngomong komunikasi, komunikasi itu tidak berkiblat. Memang kalok kamu musuh saya, saya tidak bisa berkomunikasi? Bahwa ide kamu diterima atau enggak itu urusan lain, ide saya diterima itu urusan lain. Tetapi saya bisa menyapa hallo, terima kasih, selamat pagi. Itu saya bilang kedewasaan PR.

-Pertanyaan saya awal lahirnya PR di Indonesia itu kapan dan apakah benar praktek itu ada jauh sebelum bangsa Indonesia merdeka?

➤ **PRAKTIK**

+Saya hanya bisa jawab singkat aja. Saya rasa dalam setiap kegiatan apapun, kegiatan komunikasi apapun, fungsi pr tuh pasti udah ada. Apa itu mau fungsi PR professional, fungsi pr putih, atau fungsi pr hitam itu pasti ada. Jadi kapan? Wah saya itu gak bisa jawab. Karna sebelum merdeka pun para pejuang- pejuang kita suda berstrategi, jadi dari setiap kehidupan saya kira kita harus kembali kepada awal orang berkomunikasi. Saya kira jaman Cleopatra itu sudah ada, sudah ada di buku-buku sejarah Indonesia itu lagi itu lagi yang disebut. Jadi saya hanya ingin men simplify bahwa begitu ada kehidupan manusia maka ada kegiatan komunikasi. dengan adanya kegiatan komunikasi maka ada kegiatan PR.

-sebelum bangsa kita merdeka pasti pemerintah menyuarakan kepada masyarakat bahwa kita akan merdeka, nah itu menurut ibu ada praktek humasnya tidak di dalam itu?

+ya pasti ada, maka dari itu saya bilang setiap bentuk komunikasi pasti ada unsur-unsur pemakaian humas. Kita mengkomunikasikan lewat penerangan. Cuman pada saat itu

humas masih berfungsi satu arah, penerangan. Makanya waktu itu kan, waktu merdeka pun adanya kementerian penerangan, baru sekarang kementerian komunikasi dan informasi. Itu sejarahnya.

-kemudian yang ibu lihat bagaimana humas saat ini?

+gini-ginikita harus meluruskan cara berpikir orang humas dan orang PR. Humas eropa dan lain sebagainya. Kita juga punya, bahwa kita mengambil esensi dari orang amerika, kita mengambil esensi dari orang eropa itu boleh-boleh aja sebagai pengetahuan tetapi sebagai orang Indonesia ngomongin tentang humas ya menggunakan budaya Indonesia. Kita punya budaya Indonesia tetapi penerapannya dengan aplikasi-aplikasi luar ya udah gak bisalah. Kita gak bisa bandingin apel sama pisang. Dua-duanya buah. Nah ini yang saya ingin mahasiswa jaman sekarang, yang millenials, yang pikirannya jauh lebih terbuka dari sebelumnya, ini yang ngebenahin gitu loh. Dibenahinnya sangat common sense gitu loh. Saya kecilkan yah bentuknya jadi kearifan lokal, saya orang manado yang tinggal di tanah jawa. Yang musti menyesuaikan diri saya atau orang jawa? Saya kan. Apakah saya lalu mengakulturasi nilai-nilai jawa, ya enggak kan. Tapi Saya akan beradaptasi. Ini sama di humas juga begitu. Jadi Kapan humas di Indonesia? itu ada cuman kita gak mau beradaptasi professional. bahwa ada teori-teori one ways, two ways, assymitrical, symitrical. Itu kan adaptasi menurut saya. Teori dari luar oke boleh. James grunig, atau siapa ya, boleh. Tetapi akan saya ambil esensinya dengan kebudayaan Indonesia gitu. Jadi orang Indonesia yang akan menyesuaikan teori kepada lingkungan Indonesia. Gitu. Jadi PR itu harus Independen tanpa kibrat. Tanpa madzhab. Madzhab ada? Boleh. Sebagai pengkayaan gitu loh. Tetapi tidak sebagai tujuan gitu.

-jadi memang harus beradaptasi sendiri ya bu, dengan melihat bagaimana masyarakat Indonesia?

+adopted and adepth itu motto saya. Adopte itu kita mengambil mengadopsi. Saya orang manado, saya mengambil nilai-nilai jawa, budaya jawa, saya angkat sebagai orang manado. Lalu saya menyesuaikan adepth. Adopte and adepth saja. Sekarang millenials, saya nenek-nenek, saya mengajar cyber PR. Orang mikir lah kok bisa. Karna saya adopth lalu saya adepth. Ya kerjaan saya cuman baca, kerjaan saya cuman googling, kerjaan saya cuman memperluas wawasan. Untuk apa? Meng adopth supaya saya dapat mengadepth.

-jadi PR Indonesia ini meng adopth nya kemana bu?

+nah gak tau, saya gak bisa jawab. Yang mereka adopth suka-suka mereka. Sekarang tu organisasi-organisasi PR sudah 1001 yang hotel sendiri, yang perbankan sendiri, otomotif sendiri. Bla bla bla. Apa aja boleh kita ambil tapi kita adopth and adepth. Kita ambil, kita sesuaikan. Makanya saya bilang PR harus independen tidak boleh punya kibrat. Kibrat apapun, ini bukan agama soalnya. ini kita udah lari dari art, kita udah science. Nah kalok kita udah bicara science, kita bicara adopth and adepth disesuaikan dengan lingkungan kita.

-Bagaimana posisi seorang PR dalam membela perusahaan atau instansinya ketika terjadi masalah?

+Ya dibetulkan internalnya, sekarang tidak bisa ngaku perusahaan kita bener padahal aslinya salah, kalok dulu bisa tetapi sekarang gak bisa begitu. Atas dasar kesalahan kita maka kita akan perbaiki A,B,C,D. gak ada lagi tu ngumpet-ngumpet gak ada lagi. Kita sekarang hidup di era ICT, yang kekurangan communication, kita ngomonginnya IT mulu, C nya kurang, C nya ketinggalan. Akirnya apa, gak cerdas, maunya culas, bukannya komunikasi malah mengadu domba. Kalok buat saya sih mereka itu kerjanya primitive. Karna orang primitive kerjanya belah-belah. Gua musti punya kambing gua disini, supaya kambing gua gak lari ketempat lu bilang kambing gua lagi sakit. Ehh itu jaman purba lah. Itu jaman primitive. ICT dan lu masih berpikiran seperti itu. Tadi seperti yang saya bilang, gue orang manado lu orang jawa. Gitu. Kalok perusahaan lu baik ya kita ngomongnya baik tapi kalok nggak ya enggak. Gini deh, “ehh bilangin dong gue lagi gak disini” kamu mau gak bohong? Ya mau kalok ge kasih duit banyak misalnya. Kalok gitu ya lu emang tukang bohong kan? Bukan soal duitnya tapi soal bohongnya. Yakan? Ya begitu saya selalu sederhanain. “tapi kita kan digaji?” eh lu mau digaji sama perampok yang udah ngebunuh 10 orang, atau lu kerja di perusahaan kecil yang jujur, yang gaji lo mungkin setengahnya, tetapi lo punya harga diri, lo meningkatkan nilai kemanusiaan. Dari pada yang disini kerja dapet gaji gede bayar pajak kagak. Jadi harga diri lu cuman seharga duit 10 M. lu punya duit neraktir temen-temen lu, emang temen-temen lu seneng sama lu? Enggak seneng sama duit yang lu traktirin, kalok udah gak ditraktirin ya lu bukan siapa-siapa. Udah yang sederhana ajadeh berfikirnya. Akar hidup kita dan akar PR kan dari filsafat, ya dipakai lah, ilmu filsafat itukan untuk kemanusiaan. Bahwa cara pandang kita beda-beda boleh akhirnya bermuaranya ya lu ngehargain manusia enggak dengan semua kelebihanannya, dengan semua kekurangannya, dan semua karakternya dll.

-Bagaimana langkah humas pemerintah untuk memajukan bangsa Indonesia?

+kita sama-sama gotong royong. Akhirnya kepada kemanusiaan. Seorang jokowi yang 3 tahun bisa bikin banyak, yang lain yang 10 tahun pada kemana, pada bikin apa. Buat saya sih bukan soal berkiblat. Tapi soal apa yang udah lu hasilin buat orang lain. PR kan begitu, kita melakukan sesuatu untuk orang lain, perusahaan produks, promosi, lalu ingin untung, oke pantes ya karna organisasi usaha. Tapi apa yang dia bikin untuk orang lain. Kita makanya punya beribu seabrek-abrek program atas nama perusahaan untuk orang lain kan. Tetapi kalau nilai yang kamu lakukan atas nama perusahaan untuk orang lain buat masuk kantong itu marketing.kita beli satu botol dengan 10 perak, 2 peraknya dia ambil, itu untuk marketing bukan untuk kemanusiaan. Lu beli 10 perak, organisasi yang ngeluarin 2 perak kan gitu. Tapi kalok cuman mempergunakan ini untuk jualan berarti kiblatnya duit. Itu yang musti kita lurusin. Nah sampek sekarang masih begitu. Lu liat line, liat google, liat berita Koran, majalah, twitter tapi bukan untuk cuit-cuit. Liat dari orang-orang lain. Contohnya oprah deh punya masalah sama keluarga, memangnya dia

nangis gerung-gerung di tv kan enggak, tetep membantu untuk orang lain. Kita itu harus kayak gitu. Mau soal dia kaya raya itu sampingan. Dia selalu merasa saya harus berbuat sesuatu untuk orang lain. Nah jadi sekarang PR, kamu mau jadi PR untuk orang lain atau untuk perusahaan atau untuk dirimu sendiri? Gitu aja jawab. Salah? Enggak, tapi kalau lu mau cari duit, ya cari duit deh tapi jangan bilang PR, tapi marketing. Lu gambar-gambar aja bikin komik kan terkenal langsung. Gitu.

-Apakah ada Pendidikan sebelum calon PR terjun langsung kedalam pekerjaan?

+nomor 1 organisasi ngambil PR itu untuk apa, ini dia mau cari anak PR buat apa, gitu. Saya sering disuruh nyari anak PR buat perusahaan. Pertanyaan saya adalah untuk apa. Ohh kita udah gak bisa mengelola komunikasi, terakhir-terakhir ini. Semua karyawan sekarang paling enggak punya akun ada 2-3 punya fb, instagram, twitter, mereka bisa cuit-cuitan segala macem. Kalok begitu bener dia ingin mengkoordinir koordinasi perusahaan dengan jelas ditambah sekarang dengan adanya media sosial. Intinya sekarang adalah komunikasi. nah itu bener. Kalau orang nyariya wah kita butuh orang PR untuk reputasi perusahaan berarti itu salah. Banyak yang gitu. Karena komunikasi pun sekarang hanya untuk inform bukan transform, misalnya kita lagi komunikasi nih sekarang untuk mendapatkan inform yang kemudian di transform untuk ngerjain skripsi dan lain sebagainya. Jadi apa yang seharusnya dikerjain oleh orang humas? Adalah berdua gandengan antara pendidik, dan anak didik, dan kebutuhan publik, kebutuhan publik itu ada humas pemerintah, humas perusahaan, humas politik. Coba kamu ketemu pak ade Armando deh untuk humas politiknya, kamu search dulu di FB terutama wah kamu akan terkaget-kaget, dia itu tidak ada kiblat tetapi menjunjung kemanusiaan.

-kalau praktek humas dulu dan sekarang itu perbedaan yang signifikan apa bu?

+sekarang mah udah enak banget, jaman millenials, lu tinggal push button aja udah dapet informasi, dulu kita musti cari ke KADIP lah kemana lah. Cuma kemudahan itu tidak disertai dengan kecerdasan, kembali lagi kesitu. Kamu punya info gak tau mau diapain, sumbernya juga gak jelas dari mana.

-kalau itu bandingkan Negara Indonesia dengan Negara lain bagaimana praktik PR kita?

+kita udah baik, kita sudah jauh lebih baiklah dari yang lain. Semuanya ya PR perusahaan lah, pemerintah. yang belum matang menurut saya itu PR politik tapi kalau perusahaan pemerintah sekarang sudah sangat membaik, udah sangat-sangat membaik. Yang masih belum adalah bagaimana pembawaan orang PR PR itu sendiri di lingkungannya sekarang. Contohnya millenials siap jadi PNS sekarang tapi rebut-ribut melulu. "kita gak bisa ngapa-ngapain lah, kita gak bisa naik" nah sekarang lu bisa bikin sesuatu gak untuk boss. Karena boss lu berpikiran tentang masalah elu, dan elu berpikiran tentang masa depan. Bagaimana lu blend kan gitu, jadi jangan ngomel-ngomel melulu gitu.

Kalok di tempatnya sri mulyani wah semuanya bagus tetapi tetap ada beberapa oknum-oknum. Kamu bisa ikutin itu dengan data-dta yang ada di PR Indonesia.

-Bagaimana sistem komunikasi humas di orde lama, orde baru dan sampai sekarang?

➤ **SISTEM KOMUNIKASI**

+ kalau pasca kemerdekaan kan one way penerangan. Itu berjalan sesuai kebutuhan, waktu itu kalau lu ngomong gak ada yang nanyak. “ohh kita mau merdeka ya?” gak ada yang nanyak kenapa kok kita baru merdeka? Kita abis di jajah ya?. Pada saat itu kan tidak ada yng seperti itu, publiknya patuh karna sangat percaya bahwa pemerintah melakukan hal terbaik buat mereka. Pada zaman penjajahan itukan boleh milih siapa yang mau pulang ke belanda atau siapa yang mau tinggal disini. Masyarakat hanya percaya bahwa mereka (pemerintah) melakukan hal yang terbaik jadi pada saat masih komunikasi satu arah itu masih bisa diterima makanya departemennya pun namanya departemen penerangan. Kemudian kebutuhannya meningkat setelah era publiknya menjadi kritis, itu didasari dengan kesadaran bahwa pemerintah tidak selalu benar, itu era apa tahhun apa saya tidak tahu persis. Jadi kalau kita menganalisa itu dari teori PR dari one way, two way, terus jadi asymitrical, nah sekarang symitrical. Itu semua publik yang nentuin. Misalnya kita ke papua kan mungkin harus pakai one way, symitrical kayaknya kurang. Tapi two way mereka sudah butuh untuk mengekspresikan diri. untuk berbuat sesuatu mau symitrical atau asymitrical? Mau buat sesuatu untuk saya atau untuk kita, kalau untuk kepentingan kita bersama kan jadi symitrical kalok kepentingan saya masih asymitrical. Nah itu kalau sejarahnya saya ngikut itu.

-Kalau sistem komunikasi politik di ke dua orde tersebut bagaimana bu?

+ kalau itu saya hanya lihat ketika pemilu menjadi 2 arah pada zaman reformasi ya, kalau dulu kita milih, kita gak dateng ke TPS karna kita tau oh itu bakal kepilih lagi. Gak ada yang berangkat, jadi masih one way. Lalu mulai waktu reformasi pas zaman pak habibie. Nah waktu zaman megawati SBY itu masih asymitrical lah sekarang jokowi saya lihat sudah symitrical, bukan kepentingan gue, tapi untuk kepentingan rakyat, kesejahteraan rakyat. Ketika blusukannya jokowi itu sebenarnya sudah terlihat dia mau mendengar dan juga melihat langsung keadaan rakyat.

➤ **PERKEMBANGAN**

+orde baru kamu taulah, sangat depresif, Koran-koran dibredel. Dibredel persis tanggal 21 juni. Orang-orang pada nyelametin Jokowi ulang taun. Tahan itu soeharto membredel detik, tempo, majalah editor. Dari situ kita gak bisa adoph, kita hanya harus menyesuaikan, menyesuaikan dengan gaya pemimpin orde baru. Jadi waktu reformasi kebebasan berkomunikasi pers dan lain-lain.

-ketika kita beranjak ke masa reformasi pasti akan susah untuk mendirikan media-media itu lagi bu, jadi bagaimana upayanya?

+kita gak usah ngomongin media, seenggaknya nafas komunikasi itu mulai ada lagi muncul sudah, jadi setelah depresif, kebebasan berkomunikasi, kebebasan berekspresi, kemudian menjadi euphoria terlalu bergembira, karena kebebasan. Yang sekarang kita hadapin hoax gitu. Kenapa? Kebebasan ini nggak diiringi dengan kecerdasan, kemana orang komunikasi dan orang-orang humas pada saat itu dan sampai sekarang pun. Sama aja kasusnya seperti pengacara sekarang dihukum. Yakan? Sebentar lagi kita juga, kebanyakan ngomong lo di hukum. Karena udah berkiblat, kita gak boleh berkiblat. Bahwa kita nanti mengkampanyekan Jokowi misalnya, ya boleh bukannya gak boleh. Tetapi kiblat kita bukan Jokowi. Goal kita kemenangan Jokowi betul. Tetapi langkah-langkah kita itu yang sesuai-sesuai aja deh. Eh lu bisa gak bangun jalan tol, kalau dia bisa ya kita umumin. Itukan kita tidak berkiblat kepada Jokowi, kita berkiblat kepada cara kerjanya, cara kerja dia mensejahterakan rakyat gitu loh. Saya jujur kalau politik tidak mau pegang karna kita akan berenang di kolam dengan orang yang kita gak tau siapa, kalok saya simplify, kita bikin sederhana gitu loh, jangan susah, sederhana aja. Saya dukung Jokowi tetapi kalau dia salah ya apa saya harus bela. Itu yang saya bilang kiblat, kiblat yang bener. Ide-idenya gitu loh. Prabowo bagus atau jelek, kalau bagusnya apa saja yang harus kita cari gitu lho kalau jelek nya orang sudah gampang bikin. Tapi kalau berkiblat mau salah bener ya gue dukung prabowo. Disitu rusak humas. Menghalalkan segala cara untuk mendapatkan kiblat. Kalau kita sudah punya kiblat kita sudah bicara jauh dari PR artinya lu cuman marketing, lu cuman jualan, lu cuman promosi. PR is science sekarang, science yang bisa dipilih anak anak PR, mau apa? Mau cyber PR, mau financial PR, mau corporate PR, mau IMC. Sekarang kita tu udah gak ngomongin apa-apa kita tu semuanya hanya1 kok. Pokoknya pohon filsafat, kiblat kita filsafat, jadi kalau kiblat kita filsafat berarti kiblat kita kemanusiaan titik. Jadi ya orde lama, orde baru, reformasi, dan sekarang masuk ke turbulensi dari reformasi yang tidak diiringi oleh kecerdasan. Sekarang kita berkecimpung disitu. Makanya saya kalok baca sesuatu datanya ada gak, link nya ada gak. Nah sekarang masuk di era disruptif semua bisa menyalahgunakan, semua bisa mengambil keuntungan, dan semua bisa berbuat apa aja, menghalalkan segala cara lupa bahwa dia PR.

-kalok dari konteks sosial politiknya yang mendukung PR semakin kokoh ada di Indonesia itu apa bu?

+dari jaman dulu sebelum saya balik ke aminuddin, saya dulu kan kerja sebagai corporate directornya bank summa yang menjadi anak perusahaannya dari astra, jadi kita sangat berbau astra. Astra tu kita butuh humas, kita butuh PR, bukannya berkiblat ke America, tapi itu memang dibutuhkan. Jadi bukan sosial politiknya, tetapi lebih pada top management, top management merasa membutuhkan gitu, waktu kita go public tahun 90 kita udah rapatkan barisan karna menjual saham bukan hanya menjual saham lalu

mendapatkan uang dari publik, tetapi kita harus bereskan internal kita untuk siap berpikir secara publik, nah itu bagian saya waktu itu. Jadi pikirannya harus terbuka, kita harus men serve publik ya, karna kita menerima uang dari publik ya. Jadi kita harus terbuka harus melayani. Ini bukan perusahaan kita lagi, bukan privat company lagi. Ini udah terbuka, perusahaan publik. Jadi kepribadian kita juga kepribadian untuk publik kalok kita ngomong humas bukan kepribadian kita kan astra. Banyak tu perusahaan-perusahaan go public tapi internalnya nggak dibenahin. Nah itu sangat sensitive terhadap harga saham, itu bisnis wise aja. Jadi dengan kebutuhan ini diiringi juga dengan pendidikan. Nah jadi universitas atau lembaga pendidikan juga memainkan peranan, sekarang kan banyak kurikulum kita yang dirubah, kurikulum secara umum dan khusus, khususnya ke PR. Kita kehilangan rasa kemanusiaan sedikit demi sedikit hilang. Makanya jangan malu dengan apa adanya kita, kita orang Indonesia ya sudah, kita baru bisa segini. PR itu juga begitu, PR itu gak ada yang instan, kalok kalian mau kerja cepet kerja di marketing, kerja di advertising bikin gambar selesai. PR is a proses, proses panjang membangun reputasi bukan image aja. Reputasi kan naek turun, normal itu, tinggal bagaimana kita memikirkan supaya reputasi kita tetap kinclong.

-Apakah era digital mengubah kerja PR?

+dia tidak mengubah, dia mensiasati. Jadi buat saya digital itu, saya ngajar cyber PR kan. Digital itu hanya tools, digital itu hanya alat. Dibelakang alat itu kalau otak kita gak mampumengelola ya dia hanya digital, dia hanya IT doang tapi kalau kita mengelola dengan otak yang bener ya selesai. Tetep dengan tehnik-tehnik PR. Itu cyber PR saya setiap semester saya ngajar ya yang manual adalah media relation, sekarang media relation bisa online, press release harus pendek 1,2,3 gak pakek berhalaman-halaman. Kemudian hubungan dengan supplier, hubungan dengan piers semua online. Itu semua sama saja hannya sebagai alat. Cuma kamu jadi sedikit sekali mengerjakan hal-hal yang manual. Semuanya udah online, tinggal klik sudah ada daftar nama wartawan, klik daftar nama siapa. Tehnik-tehniknya semuanya sama, jangan nulis nama yang salah, jangan nulis gelar yang salah. Pastikan orang itu masih menjadi wartawan a,b,c. atau masih menjadi apa. Itu aja, jadi itu hanya alat saya. Sekarang kan kertas itu menjadi layar kan, tulisan itu menjadi keyboard. Sebenarnya gini loh emang millenials masih pakek kertas?gak pernah lagi pakek pensil.lebih cepet ngetik dari pada nulis, sudah kaku sekarang. Buat saya sih setelah ngajar cyber PR itu penting sih tetapi bukan suatu hal yang menakutkan, suatu hal yang sangat baru itu enggak sih. Cyber PR itu belajar hubungan-hubungan media relation, packaging tapi semuanya online, bagaimana menyampaikannya secara online. Kalok di manual kan kita belajar stakeholders tertentu tapi sangat manual, kalau online kan kita semisal kayak jualan online, siapa sih pembeli yang kita kenal? Yang satu cepet naek darah, yang satu cepat terima, yang satu suka complain. Nah itu kan tehnik-tehniknya sama dengan manual. Alatnya adalah digital channels.

-kalau pengaruh perkembangan PR terhadap masyarakat Indonesia bagaimana bu? Terutama jurnalis

➤ **JURNALIS**

+friksi-friksi wartawan, PR, marketing itu masih bergesekan walaupun tidak frontal lagi seperti era-era yang dahulu. Jurnalis percaya PR gak saya Tanya? Dari dulu enggak, kalok kamu ikutin social media ada aja yang salah, giliran hura-hura no1. Giliran gue mau minta ketemu bosnya ntar sok ntar sok. Itu di media social lho. Kamu cek aja sendiri. Itu di media sosial loh. Gini loh humas sekarang dalam organisasi belum Independen, dia belum bisa memutuskan apa yang terbaik buat perusahaannya, apa yang terbaik buat publik. Jaman sekarang orang mau cepet, kalok nggak ya dia udah nyari dari sumber lain yang gak bener lagi.

-jurnalis kalau mau mendapatkan informasi harus dari humas kan bu?

+iya, tapi humasnya bisa independen gak, untuk menaikkan reputasi perusahaan tetapi tidak menyakiti publik. Atau tidak mengancam publik.kan harus dua arah timbal balik. Nah kalau ada organisasi yang ada di dalem spotlight publik ya kita harus lapor dong ke dalem. Mau ada friksi-friksi biasa, tetapi tujuannya jelas. Aku kan harus membela perusahaan? Iya, tapi kalau perusahaan lu bener bukan maling. Tapi kalok lu tau perusahaan itu maling ya tinggal lah. Ada beberapa orang yang ikir ah gue keluar ah yang penting dapet duit, nah itu orang yang kiblatnya duit, kalok kiblat lu cuman duit ya selesai. Gak usah jadi PR, terus perusahaan gak usah pakek PR PR model begitu.

-brarti awal mula ibu terjun ke dunia PR itu dari mana?

+saya itu dulu s1 psikologi, terus s2 di Erasmus eropa. Saya gak mau ke Amerika Karena marketingnya terlalu kuat dan pragmatis, menghalalkan segala cara Amerika, kalu eropa Reputasi. Itu membentuk saya banget, kalau kerja professional. Nah baru dari situ saya di hotel, di retail, bank, kosmetik. Abis itu dari bank selesai saya bikin sendiri PR Society. Tahun 2003 saya udah bicara sertifikasi sekarang 2018 kita udah BNSP badan sertifikasi humas. PR society baru 15 tahun.

➤ **PENDIDIKAN**

-kalau masalah pendidikan PR di Indonesia menurut ibu bagaimana?

+ya 5 tahun terakhir lumayan lah sudah mulai melihat kepentingan anak yang keluar dari sekolah atau kampus kita. Missal binus anaknya belum selesai aja udah di inden. “ntar kalau ada 3 anak yang bagus, saya mau” perusahaan begitu. Tapi kalau PR sih belum sampai segitu, tapi menjanjikan kalau dia dapat posisi magang dia berhasil. Ini 1-3 mahasiswa saya sudah magang di pertamina. Sekarang sudah lumayan, anak magang sih kalau magangnya bagus ya bisa. Kalu di Jakarta sih begitu gak dilihat dari univ

tergantung anaknya pinter tidak. Karena perusahaan tidak hanya Tanya “lu dari mana” tetapi “lu bisa apa” gue mau u bisa kasih ke perusahaan gue, apa yang selama ini gak gue kepikiran gitu. Lebih kepada pengembangan gitu lho, disini sekarang gak usah sensi-sensi lagi, lu gak maju. “sekarang lu mau kesini ngapain?” “mau dapet apa?” “lu mau ngasih gue apa” “peikiran lu gimana?” gitu lho. Nah tinggal kalian kan harus ngeliat keadaan dengan cara out of the box. “yaa saya ingin memajukan perusahaan bapak” ya semua orang ingin memajukan, tapi mana? 3 bulan, 3 tahun pada kabur semua blab la. Itu trend yang sekarang kita tidak bisa pungkiri. Sekarang ada lifetime entrepreneur, jadi lu kerja di perusahaan bukan hanya sebagai citra pribadi, tapi citra yang mau berusaha meningkatkan taraf hidup lu, sekalian juga mensukseskan organisasi, an itu beda mindset. Lu kerja cuman mau dapet uang, capek. Tapi semisal dalam 3 bulan ini saya harus punya rumah, atau motor dsb. Brarti lu bukan hanya sedang kerja tapi lu juga berusaha. Brarti lu juga pengusaha, tapi melalui jalur lain. Itu mindset, Jangan dianggep sebagai menakutkan.

➤ KIBLAT PRAKTIK

-kalau menurut ibu Negara yang ibu liat bagus dalam praktek PR nya itu ada tidak?

+kalau untuk itu selalu Negara eropa yang bisa adope and adepth. Untuk kali ini saya berpihak ke eropa. Mau inggris, belanda. Pokoknya eropa. Karena eropa dignitynya itu, harga reputasinya itu tinggi. Euro belakangan. Kalok amerika kan dollar duluan. Kalau mau pakek tuhan ada di dollar gue. Lebih pragmatis. Kalok di indonesia kita udah terlalu besar pragmatis dan itu dulu ketika zaman soeharto. Kalian nih pemilih-pemilih pemulanih, jangan golput pilih sesuai kepentingan besar. Jangan kemakan media dan ceras. Oke kalok kita pilih prabowo apa plusnya apa minusnya, pernah gak kita liat hasil karya dia, dia lari ke Jordan kenapa. Kritis gitu loh. Trus kalau kamu dapet bagusnya banyak silahkan, pertanggung jawabkan, pertanggung jawabkan bukan haya untuk hati kecil kamu tapi untuk republic besar. Saya unguin akan mengorbankan pribadi saya untuk kepentingan saudara kita di papua. Gila loh sekarang ada trans papua, saya setiap ngomongin trans papua itu merinding. Kerja nya tu silent gitu loh, dalam kurun waktu 3 tahun. Kalau saya sih saya akan mengorbankan.

Transkrip wawancara Bu Anggia (sekretariat PERHUMAS)

-Assalamualaikum bu selamat siang, perkenalkan saya citra dari UII Jogja. Disini saya mau Tanya-tanya tentang tugas akhir saya yang berjudul “sejarah Humas Indonesia, analisis Historis periode orde baru-reformasi”

+ohh iyaa, tapi setelah saya lihat pertanyaan-pertanyaanmu kemarin, sepertinya saya belum bisa jawab yang bagian orde baru, karena di tahun itu saya belum masuk ke dunia PR. Jadi saya jawab yang bisa saya jawab saja ya.

-oke bu, langsung ke pertanyaannya saja ya. jadi Apa tujuan organisasi ini di dirikan, apa yang melatarbelakangi, dan siapa yang mencetuskan?

➤ **ORGANISASI**

+jadi tujuan perhumas didirikan itu kita ingin meningkatkan kemampuan dan keterampilan para professional Humas Indonesia, terutama untuk member-member kita. Terus memperluas, memperdalam, dan meningkatkan komunikasi, dan pertukaran informasi serta pengalaman diantara anggota-anggota Perhumas itu sendiri gitu. Terus juga menjalin hubungan dengan organisasi-organisasi serumpun kaitannya dengan Hubungan masyarakat. Jadi kita juga kolaborasi dengan organisasi-organisasi lain gitu. Kalau sejarah perhumas didirikan singkatnya awal mulanya itu terbentuk dari sekumpulan praktisi humas dimana diprakasai oleh beberapa orang seperti Marah Yoenus, waktu itu ketika marah yunus menghadiri konferensi PR international yang diselenggarakan di Jenewa, beliau itu sangat bersemangat sekali untuk mewujudkan cita-citanya dan terlibat aktif daam diskusi persiapan pendirian sebuah forum humas. Pertemuan pertama kali itu diadakan di forum nasional pertamina yang juga dihadiri oleh beberapa organisasi dan instansi, salah satunya adalah pak victor, setelah itu mereka mendirikan organisasi profesi ini. Kemudian pada tanggal 15 desember 1972 berdirilah PERHUMAS. Perhumas sendiri merupakan organisasi Profesi Huas yang pertama kali ada di Indonesia gitu. Diantara organisasi serumpun lainnya.

-untuk struktur organisasi PERHUMAS itu bagaimana?

+jadi PERHUMAS itu kita memang ada ART nya nah sesuai anggaran dasarnya yang dibentuk itu ketua PERHUMAS itu dipilih oleh anggotanya, dipilih oleh pengurus-pengurus cabangnya, jadi setiap 3 tahun, tapi sebenarnya dulu setiap 5 tahun, tapi karena kelamaan ya jadi dirubah. Nah dari 3 tahun itu strukturnya dia presidential gitu jadi kita memilih ketua umum, setelah ketua umum dipilih baru ketua umum merekrut pengurus-pengurusnya. Jadi pengurusnya dipilih langsung oleh ketua umum, jadi sistemnya kayak presiden. Ketua umum itu dipilih jadi gini, nama-nama calon kandidat ketua umum ini diusulkan oleh badan pengurus cabang, makanya kalau kita ada pemilihan ketua itu kita mengadakan musyawarah nasional, nah dalam musyawarah nasional itu kita mengundang

para pengurus cabang, dan pusat, mereka menyebutkan nama, dan dari nama-nama itu nanti di voting lagi siapa yang berhak menjadi ketua umum. Itu 3 tahun sekali sesuai dengan ADRT anggaran dasar, dan anggaran rumah tangga.

-PERHUMAS itu cakupannya hanya Indonesia? Adakah kerjasama dengan organisasi serupa di luar negeri?

+kita kebetulan member PR of global alliance, itu seperti organisasi PR yang berbasis di Inggris

-apakah PERHUMAS ikut membantu permasalahan yang ada dalam sektor pemerintahan?

➤ PRAKTIK

+PERHUMAS sendiri kan asosiasi profesi Khumasan, kita berdiri secara Independen, kita juga mendukung pemerintah gitu, kalau ikut turut membantu ya mungkin membantu dalam kapasitas kita sendiri. Misalnya membantu mem-PR kan Indonesia gitu dan juga kita mempunyai nama gerakan yang kita cetuskan dari 2015 yaitu #indonesiabicarabaik, dengan melihat fenomena hoax, ujaran kebencian dan sebagainya dari situ kita melihat bahwa perlunya PERHUMAS untuk turut andil dan juga untuk turut serta membuat kampanye dari organisasi kita ini. Nah #indonesiabicarabaik itu adalah salah satu kampanye PERHUMAS yang kita mengajak masyarakat Indonesia yuk kita bicara baik, apalagi di sosial media sama-sama kita membicarakan Indonesia yang baik-baik banyak banget status-status yang didengar dan dilihat bahwa Indonesia itu buruk dan sebagainya, makadari itu tujuan kampanye ini adalah mengajak yuk kita berbicara baik. Sampai saat ini kampanye itu masih terus continuing agar masyarakat bisa lebih aware dengan ini, kita baru membangun awareness aja dengan masyarakat. Makanya kita waktu tahun 2015 konferensi nasional kita diundang ke istana Negara yang dibuka oleh Presiden timbulah ide, yang dimana Pak Presiden juga ingin Indonesia itu dikenal dengan kebaikan-kebaikannya. Kita terus mengkampanyekan di media sosial kita, mungkin banyak yang belum terdengar ya, karena kalau di Organisasi satu saja tanpa ada kerjasama dengan organisasi lain mungkin itu belum menjadi Big ya gitu. Jadi kita mau mengadakan kerjasama dengan organisasi-organisasi serumpun dan dengan pemerintah juga gitu. Agar lebih menggaungkan citra Indonesia di mata dunia. Seperti itu sih.

-ada tidak kerjasama PERHUMAS dengan organisasi Humas lain dan dalam bentuk apa?

+salah satunya waktu itu kita pernah bekerjasama dengan organisasi serumpun ketika hari kebangkitan nasional, cuman mungkin waktu itu juga belum terlalu terdengar. Makadari itu kita pengen ada sesuatu yang kita kerjain dan kolaborasikan sama-sama dengan organisasi serumpun. Belum ada kerja bareng yang bener-bener kita bersama untuk mencapai tujuan, mungkin ya mereka juga punya tujuan sendiri-sendiri, mungkin

soon sih. Karena sekarang juga ada forum humas BUMN, ada PERHUMASSRI, adalagi BAKOHUMAS, PRANATA HUMAS. Ada H3 juga Himpunan Humas Hotel.

-untuk visi misi PERHUMAS apa bu?

+visi misi kita adalah untuk mengembangkan kompetensi profesi Humas di Indonesia, untuk mendukung pengembangan citra positif dan reputasi untuk bangsa Indonesia gitu sih. Untuk mengembangkan kompetensi tadi apa, ya PERHUMAS itu ada akreditasi, sertifikasi untuk professional humas semua. Dan juga kita mengadakan seminar-seminar kita mengadakan workshop-workshop, dalam waktu dekat ini ada di tanggal 13 juli, kita ada seminar dengan tema “Public relation dalam tahun politik” narasumbernya ada dari praktisi PR Dr Firsan nova, praktisi dari media pemimpin majalah tempo, dan juga ada Humas Kepolisian. Itu semua golongan untuk mahasiswa, anggota Perhumas, dan juga umum. Selain ngadain workshop, seminar, dan segala macem, kita juga ngadain yang namanya kompetensi, dari segi akreditasi dan juga sertifikasi, kalau akreditasi itu adalah pemberian gelar oleh organisasi profesi kepada anggotanya, tapi kita lihat juga kita ada ujian assasment, mereka mempresentasikan hasil mereka dalam dunia humas yang mereka jalani kemudian itu dinilai oleh panelis kita, dan kemudian mereka diberikan gelar apakah dia gelarnya AMI PR association of member Indonesian Public Relation, atau MI PR Member of Indonesian Public relation. Kalau AMI PR itu gelar untuk yang masa jabatannya atau masa kerjanya 3-5 tahun. Kalau MI PR itu 5 tahun sampai lebih. Terus selain akreditasi kita ada sertifikasi ini adalah uji kompetensi dalam jobdesk mereka dalam PR, kalau sertifikasi ini kita berikan dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi atau BNSP. dan ini memang lebih prestige ya karna dia dari nasional berbeda dengan akreditasi. Berdasarkan okupasinya. Misalnya nih seperti junior PR, asosiasi PR, PR manager, executive PR, nah itu tadi adalah rentetan atau skema yang nanti kita tawarkan untuk praktisi. Misalnya kamu junior PR berarti nanti mengikuti sertifikasi untuk junior PR kemudian nanti kamu diuji kompetensi kamu, nanti beberapa jobdesk kamu ditanyakan, kemudian kamu memberikan pembuktian apakah kamu sudah melakukannya apa tidak.

-apa zaman digital ini merubah kerja PR?

+kalau jaman dulu segala macem harus butuh press rilis sekarang kalau saya lihat lebih boarderless ya dan siapapun bisa melakukan PR, dengan adanya digital sosmed mereka itu juga bisa memPR kan diri mereka sendiri, bisa membuat citra diri mereka sendiri. Dan perusahaan-perusahaan juga menjadi lebih mudah membuat citra dimata customer-costumernya gitu. Dengan adanya internet juga kita bisa kerja dirumah. Sekarang juga banyak AI kan, twitter segala macem juga bisa dilakukan oleh robot gitu. Banyak yang bilang itu era disrupsi sekarang tu riset aja bisa melalui google kalau dulu harus didatengin satu-satu ya. tapi ya ada sisi negatifnya keterbukaan informasi itu sudah luas cakupannya siapa aja bisa mengomentari negative, siapa aja bisa ngomongin positif segala macem. Dulu kana da public relation practition nah sekarang bertambah lagi menjadi

media sosial practition yang merupakan bagian dari si PR ini. Kerjanya PR jadi nambah karena harus ngontrol media sosial kita, jadi lebih luas lagi PR yang sekarang, harus tau digital PR . kalok dulu kan harus media monitoring, kalau sekarang kan udah bisa google ya. jadi cakupannya lebih luas, kerjanya juga jadi lebih banyak. kalau jaman dulu kan kita cuman ngandalin press rilis, kalau sekarang press rilis itu tidak hany berbentuk press rilis tetapi juga bisa membuat konten creator sendiri, kita bisa mebuat press rilis itu lewat media, kita bisa mengutarakan konten-konten kita di media sosial agar orang tahu gitu. Tapi belum hilang semuanya, karena kan kita masih ada media konvensional seperti kompas gitu masih ada kan beberapa majalh juga masih ada cetaknya, meskipun mereka sudah mulai melirik ke digital.

-bagaimana pendidikan Humas di Indonesia menurut ibu?

➤ **PENDIDIKAN**

+ini menurutku ya, pendidikan humas sendiri kadang suka gak inline dengan prakteknya. Tapi saat ini udah cukup berkembang ya dengan adanya magang atau segala macam itukan untuk mengetahui bagi kalian yang di bangku kuliah mengetahui bagaimana dunia kerja, nah kadang saya juga mendapat masukan kadang yang di teori itu nggak kepakek di prakteknya. Dan kalok bisa sih pendidikan humas sekarang harusnya lebih banyak praktek dibanding teori, walaupun teori itu jadi satu gitu ya cuman tetep harus dibarengi dengan praktek gitu. Dan kalau bisa sih mahasiswa-mahasiswa sekarang juga lebih menambah ilmu mereka dengan ikut organisasi biar tau relate ya seperti apa, dan biar tau perkembangan profesi humas itu seperti apa gitu sih.