

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis yang berjudul:

**Strategi *Media Relations* Juru Bicara KPK dalam Mempertahankan Citra
dan Membentuk Opini Publik**

telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji tesis pada:

Hari : Kamis

Tanggal Sidang : 25 Juli 2013

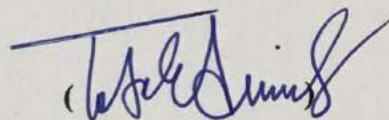
Oleh

Nama Mahasiswa : Tri Alida Apriliana

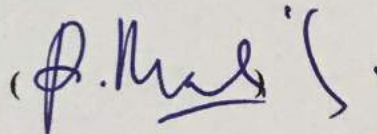
NIM : 210222005

Dewan Penguji Tesis

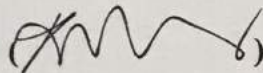
Ketua Penguji : Totok A Soefijanto, Ed.D



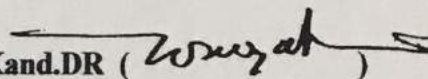
Penguji I : Abdul Malik Gismar, Ph.D



Penguji II : Putut Widjanarko, Ph.D



Pembimbing : AG. Eka Wenats, M.Si, Kand.DR



LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya susun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar master komunikasi ini merupakan hasil karya tulis sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lain sesuai dengan peraturan berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam tesis ini.

Jakarta, 25 Juli 2013



Tri Alida Apriliana

NIM 210222005

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

I.1.1 Kelahiran KPK dan Upaya Pemberantasan Korupsi di Indonesia

Korupsi merupakan salah satu bentuk kejahatan paling tua dan lama di dunia. Robert Klitgaard pernah memberikan rumus mengenai korupsi berdasarkan penelitian di beberapa negara Asia. Rumus Klitgaard itu adalah $C = D + M - A$ atau $Corruption = Discretion + Monopoly - Accountability$. Secara sederhana rumusan itu menggambarkan bagaimana korupsi dalam proses pemerintahan atau penegakan hukum dapat terjadi apabila seorang pejabat atau institusi memonopoli dan memiliki diskresi (wewenang) yang luas dalam pembuatan kebijakan atau keputusan. Sementara itu, pengawasan dan akuntabilitas dalam penggunaan kewenangan pejabat tersebut sangat lemah. (Klitgaard, 2002: 29)

Di Indonesia tindak pidana korupsi telah ada sejak dulu dan berkembang secara sistemik. Bagi banyak orang korupsi bukan lagi merupakan suatu pelanggaran hukum, melainkan sekedar suatu kebiasaan atau sesuatu yang dianggap biasa. Hal itu kemudian mendorong pemikiran untuk melakukan pemberantasan korupsi di Indonesia.

Pemberantasan korupsi di Indonesia sesungguhnya telah berjalan sejak puluhan tahun lalu. Bahkan, hampir sama dengan usia republik ini. Untuk mengatasi hal itu sejak dulu diterbitkan berbagai peraturan perundang-undangan dan pembentukan lembaga untuk melakukan pemberantasan korupsi. Namun, serangkaian peraturan perundang-undangan itu menjadi tidak berarti apabila tidak

diiringi dengan kesungguhan untuk melakukan langkah konkret di ranah implementasi.

Singkat kata, korupsi merupakan kejahatan luar biasa (*extra ordinary crime*) karena tidak hanya merugikan keuangan negara, tapi juga menghambat pembangunan nasional. Dibutuhkan pola pemberantasan yang luar biasa pula untuk mengatasi hal itu. Atas dasar pemikiran itu, pada tahun 2003 dibentuk sebuah komisi independen bernama KPK. Komisi ini dibentuk dengan tujuan untuk mengatasi, menanggulangi, dan memberantas korupsi di Indonesia. Pembentukan KPK merupakan amanat Undang-Undang Nomor 30 tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.

Kelahiran KPK membawa kemajuan berarti dalam upaya pemberantasan korupsi di Indonesia. Hal ini antara lain dapat dilihat dari Indeks Persepsi Korupsi Indonesia yang terus mengalami perbaikan. Terakhir, Indeks Persepsi Korupsi Indonesia tahun 2011 berada pada level 3,0. Angka ini jauh lebih baik ketimbang Indeks Persepsi Korupsi Indonesia tahun 2004 ketika KPK baru terbentuk. Saat itu Indeks Persepsi Korupsi Indonesia masih berada pada level 2,0.

Indeks Persepsi Korupsi Indonesia pertama kali digagas pada tahun 2004 oleh Transparency International Indonesia. Dengan berkaca pada *Corruption Perception Index* yang dikeluarkan Transparency International sebagai instrumen pengukuran tingkat korupsi global, maka Transparency International Indonesia memandang penting untuk membuat sebuah instrumen pengukuran korupsi di tingkat nasional.

Keberadaan instrumen pengukuran semacam ini tentu sangat dibutuhkan paling tidak dalam tiga hal: (1) Menjadi acuan bagi lembaga penegak hukum untuk memprioritaskan kerja di daerah-daerah yang diketahui rawan korupsi; (2) Menjadi sebuah bentuk apresiasi terhadap daerah-daerah yang sudah melakukan inisiatif pemberantasan korupsi lokal. Sebaliknya, menjadi sebuah peringatan bagi daerah yang usaha pemberantasan korupsi masih belum maksimal, dan (3) Memberikan pencerahan bagi masyarakat tentang situasi korupsi di daerah-daerah seluruh Indonesia.

Seperti telah kita ketahui bersama penilaian indeks ini menggunakan skala 0-10 di mana nilai 0 mengindikasikan tingkat persepsi terhadap korupsi yang tinggi dan 10 mengindikasikan tingkat persepsi terhadap korupsi yang rendah sehingga reformasi belum menurunkan tingkat korupsi di Indonesia. Data di bawah ini menunjukkan indeks persepsi korupsi Indonesia tahun 2003-2011:

TABEL I.1

Indeks Persepsi Korupsi Indonesia 2003-2011

TAHUN	IPK
2003	1,9
2004	2,0
2005	2,2
2006	2,4
2007	2,3
2008	2,6
2009	2,8

2010	2,8
2011	3,0

Sumber: Transparency International Indonesia

Kemajuan dalam upaya pemberantasan korupsi selama keberadaan KPK juga dapat dilihat dari capaian-capaian kinerja komisi itu. Berdasarkan siaran pers akhir tahun KPK tahun 2011, dalam hal penyelamatan aset/kekayaan negara jumlah total yang berhasil diselamatkan dalam tahun 2011 ini sebesar Rp152.957.821.529.773. Jumlah itu terdiri atas penyelamatan potensi kerugian negara akibat pengalihan hak barang milik negara sebesar Rp532.198.228.000 dan penyelamatan keuangan negara dan kekayaan negara dari sektor hulu migas sebesar Rp152.425.623.301.773.

Dari angka itu diperkirakan jumlah kerugian negara akibat korupsi setiap tahun diperkirakan menembus angka triliunan rupiah. Padahal jika kerugian negara itu bisa diselamatkan, maka uang tersebut dapat digunakan untuk pembangunan dan kesejahteraan rakyat. Menurut hasil kalkulasi KPK jumlah kerugian negara tersebut dapat dialokasikan untuk: (1) Memberikan 1,57 juta unit rumah sederhana gratis; (2) Memberikan 14,3 miliar liter susu gratis kepada anak rawan gizi; (3) Memberikan sekolah gratis kepada 271 juta anak sekolah dasar selama satu tahun; (4) Memberikan sekolah gratis kepada 221 juta anak sekolah menengah pertama selama satu tahun; (5) Memberikan 18,5 miliar liter beras gratis bagi penduduk rawan pangan; (6) Membangun 1,24 juta unit ruang kelas sekolah dasar atau membangun 1,19 juta unit ruang kelas sekolah menengah pertama, dan (7) Memberikan 31,4 juta komputer untuk sekolah-sekolah. (Zaenuddin, 2011: 108-109)

Tingkat kepatuhan Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN) juga terus mengalami kenaikan. Jika pada tahun 2010 tingkat kepatuhan para penyelenggara negara dalam menyampaikan LHKPN sebesar 70,26 %, maka pada tahun 2011 naik menjadi 79,95%.

Di samping itu, dalam kurun waktu delapan tahun berkiprah (2004-2012) KPK telah melakukan penyelidikan 480 kasus, penyidikan 278 kasus, dan penuntutan/vonis 222 kasus. Jumlah total tersangka dari kasus-kasus itu sebanyak 332 orang dengan rincian 65 anggota DPR/DPRD, 31 orang kepala daerah/wakil kepala daerah, tujuh orang komisioner, enam orang menteri/setingkat menteri, lima orang hakim, dan 218 orang berlatar belakang lain.

Selain data-data di atas kita juga dapat melihat melalui pemberitaan di media massa tidak sedikit pejabat negara masuk jeratan hukum KPK. Mereka terdiri dari anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), gubernur, walikota, bupati, mantan menteri hingga aparat penegak hukum. Kasus dugaan suap di Kementerian Pemuda dan Olahraga, kasus dugaan suap di Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi, dan kasus cek pelawat terkait pemilihan Miranda Goeltom sebagai Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia merupakan segelintir contoh kasus-kasus besar yang ditangani oleh KPK. Dapat dikatakan upaya pemberantasan korupsi yang dilakukan KPK menyentuh semua lini ketatanegaraan, baik eksekutif, legislatif, dan yudikatif.

I.1.2. Peran Media dalam Pemberantasan Korupsi

Atas jasa media yang gencar mempublikasikan prestasi gemilang yang dicapai oleh KPK, publik pun tersentak tidak percaya bercampur rasa kagum

dengan capaian-capaian KPK tersebut. Kepercayaan masyarakat pada lembaga penegak hukum yang sempat pudar tumbuh kembali pada lembaga baru produk reformasi ini dan harapan pun membumbung tinggi akan keberadaan KPK.

Melalui dukungan pemberitaan media baik cetak, elektronik dan online yang begitu intensif mengenai pemberantasan korupsi dan sepak terjang KPK, akhirnya seakan muncul kesamaan persepsi di publik bahwa setiap usaha untuk melemahkan KPK tergolong upaya yang *pro* koruptor yang mendukung korupsi terus merajaela di negeri ini. Upaya yang mendukung koruptor dalam kacamata publik juga dinilai membawa konsekuensi berupa perlawanan balik dari para koruptor (*corruptor fights back*). Perlawanan balik itu terwujud dalam berbagai bentuk usaha untuk melemahkan KPK, diantaranya rencana melakukan revisi terhadap Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi guna memangkas kewenangan KPK, penangkapan mantan Ketua KPK Antasari Azhar karena diduga terlibat pembunuhan Direktur PT Putra Rajawali Banjarn Nasrudin Zulkarnaen, dan penahanan terhadap dua komisioner KPK jilid II (2006-2011) Bibit Samad Rianto dan Chandra M Hamzah atas tuduhan penyalahgunaan wewenang.

Kemudian pada periode kepemimpinan KPK jilid III kini (2011-2016) bentuk lain dari perlawanan balik dari para koruptor juga dapat disimak dari berita mengenai isu perpecahan di pimpinan KPK jilid III. Isu perpecahan pimpinan KPK dapat dikatakan sebagai bentuk baru dari perlawanan balik dari para koruptor. Jika selama ini perlawanan balik dari para koruptor dilakukan dengan membuat jebakan hukum kepada para komisioner KPK, maka kali ini dilakukan dengan menciptakan ketidakkompakan di dalam tubuh KPK. Isu mengenai

keretakan di antara para komisioner KPK bermula dari tersiarnya kabar melalui *Blackberry Mesenger* salah seorang anggota DPR, Akbar Faisal, mengenai perseteruan antara Ketua KPK Abraham Samad dan jajaran pimpinan KPK lain terkait dorongan untuk menindaklanjuti penuntasan kasus dugaan suap Wisma Atlet. Dikabarkan terjadi ketegangan antara Abraham Samad dengan dua pimpinan KPK lain Busyro Muqoddas dan Bambang Widjojanto terkait keputusan Abraham Samad dalam kasus dugaan suap Wisma Atlet. Bahkan, dikabarkan dalam sebuah kesempatan rapat mengenai hal itu terjadi insiden gebrak meja yang dilakukan Abraham Samad sehingga mengakibatkan salah satu kaki meja di ruangan ketua KPK patah. Isu perpecahan itu kian terdengar kencang di ruang publik tatkala Abraham Samad tampil sendiri mengumumkan penetapan status Angelina Sondakh menjadi tersangka tanpa didampingi pimpinan-pimpinan lain. Selain itu ada pula peristiwa ketidaksetujuan Komisioner KPK Busyro Muqoddas dan Bambang Widjojanto terhadap pemulangan dua orang penyidik bernama Hendy Kurniawan dan Moch Irwan Susanto ke Markas Besar Polri yang dilakukan Abraham Samad yang juga ditenggarai menjadi salah satu sumber perpecahan di jajaran pimpinan KPK. Kemudian melalui berita di media juga kita mengetahui peristiwa penolakan DPR untuk menyetujui anggaran pembangunan gedung baru KPK, meski pengajuannya sudah dilakukan sejak tahun 2008 lalu.

Semua rentetan peristiwa-peristiwa diatas yang tersaji melalui media ditambah dengan catatan prestasi gemilang KPK yang berhasil menangkap para koruptor dari berbagai kalangan. telah membentuk opini pada publik akan citra positif KPK sebagai lembaga penegak hukum yang dapat dipercaya. Di sisi lain, jika terjadi hal-hal yang menghambat kinerja KPK dalam upaya pemberantasan

korupsi maka publik akan menilai telah terjadi upaya untuk mengecilkan dan mematikan eksistensi KPK. Persepsi dan opini seperti inilah yang kemudian membuat keberpihakan publik terhadap KPK begitu tinggi, rasa memiliki yang begitu besar, dan pada gilirannya menimbulkan dukungan kuat dari publik terhadap KPK.

Harus diakui dukungan publik secara tidak langsung telah membuat KPK mampu mempertahankan eksistensi dari berbagai bentuk upaya pelemahan. Jika pada periode kepemimpinan KPK jilid II (2006-2011), dukungan publik terhadap KPK ditandainya dengan besarnya dukungan untuk menolak kriminalisasi terhadap pimpinan KPK di tahun 2010, yang dikenal dengan “Gerakan Cicak VS Buaya,” seakan menganalogikan perseteruan antara KPK dengan pihak kepolisian dalam hal wewenang penyadapan. Kemudian pada periode KPK yang ada saat ini, kita juga kembali melihat besarnya dukungan publik pada peristiwa pemulangan sejumlah penyidik KPK yang berasal dari kepolisian. Dukungan publik atas peristiwa ini kemudian dikenal sebagai gerakan “Save KPK,” yang akhirnya mampu mengumpulkan massa dalam jumlah yang cukup besar dari berbagai kalangan di depan gedung KPK yang akhirnya mendesak pemerintah dalam hal ini Presiden mengambil langkah-langkah penyelamatan terhadap KPK.

Partisipasi dan dukungan publik yang tinggi terhadap keberadaan KPK juga terlihat pada saat terjadi penolakan persetujuan pemberian anggaran untuk pembangunan gedung baru bagi KPK oleh parlemen. Sontak kita melihat publik berdatangan ke KPK dan menggalang dana secara sukarela untuk membantu KPK. Dukungan publik ini dikenal dengan gerakan “Koin Untuk KPK.”

Dari sejumlah peristiwa yang telah dipaparkan diatas mengenai besarnya dukungan publik terhadap eksistensi KPK tentu hal ini tidak muncul secara tiba-tiba. Dukungan ini muncul karena adanya rasa percaya. Rasa percaya muncul karena publik mengikuti pemberitaan intensif di media yang mengulas prestasi-prestasi yang telah dicapai oleh KPK dalam pemberantasan korupsi di Indonesia.

Dalam konteks mengatasi berbagai upaya pelemahan KPK, dukungan publik tentu tidak cukup jika tidak disertai dengan upaya konkret KPK untuk mempertahankan terus eksistensinya dengan citra diri yang positif. Salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi dan citra diri sebagai lembaga pemberantasan korupsi paling terpercaya adalah dengan melakukan *media relations* melalui juru bicara dan biro humas KPK.

I.1.3 Arti Penting Juru Bicara

Kehadiran seorang juru bicara dan biro humas handal menjadi sebuah kebutuhan penting bagi organisasi dengan tanggung jawab besar seperti KPK untuk memiliki strategi yang tepat dalam melakukan *media relations* (hubungan dengan media), karena sesungguhnya merekalah garda terdepan yang melakukan aktivitas komunikasi kepada publik melalui media.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, juru bicara adalah orang yang memiliki pekerjaan memberikan keterangan resmi kepada umum; pembicara yang mewakili suara kelompok atau lembaga tertentu; penyambung lidah. (Tim Pusat Bahasa, 2008)

Sementara itu, Nimmo memiliki pandangan menarik mengenai juru bicara. Bagi Nimmo, juru bicara dalam sebuah organisasi biasanya bukan profesional

dalam komunikasi. Namun, ia cukup terlibat dalam aktifitas politik maupun aktifitas komunikasi sehingga dapat disebut aktivis politik dan semi profesional dalam komunikasi politik. Berbicara untuk kepentingan yang terorganisasi serupa dengan peran politikus yang menjadi wakil partisan, yaitu mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi dan tawar-menawar untuk pemeriksaan yang menguntungkan. Juru bicara juga memiliki titik kesamaan dengan jurnalis karena melaporkan keputusan dan kebijakan kepada anggota suatu organisasi. (Nimmo, 2005)

Berpijak dari definisi dan elaborasi itu, maka juru bicara dapat diartikan sebagai pihak atau seseorang yang mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi atau lembaga untuk berbicara atau menyampaikan pesan berupa kebijakan-kebijakan organisasi yang memiliki kaitan dengan pihak luar.

Dalam konteks KPK, juru bicara merupakan pihak yang mewakilkan lembaga antirasuah tersebut dalam tugasnya menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan, mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK, dan juga untuk menjaga citra baik KPK di mata publik.

Akan tetapi, tujuan-tujuan itu tidak akan dapat terealisasi jika seorang juru bicara tidak memahami dengan baik fungsi dan peran yang harus ia jalankan. Karena itu, penting bagi seorang juru bicara untuk memahami dengan baik fungsi dan peran mereka dalam sebuah organisasi.

I.1.4 Strategi Media Relations Juru Bicara dan Biro Humas KPK

Sementara itu, selain juru bicara, keberadaan biro humas di sebuah organisasi juga tidak kalah penting, terutama dalam pelaksanaan strategi *media relations* dari organisasi bersangkutan. Pertemuan asosiasi-asosiasi humas di seluruh dunia bulan Agustus 1978 mendefinisikan humas sebagai seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksi setiap kemungkinan, konsekuensi dari setiap kegiatan, memberikan masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi serta mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak. (Anggoro, 2002: 2)

Sedangkan Soemirat (2005: 112) mendefinisikan humas sebagai salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari sebuah organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. Berdasarkan definisi-definisi humas tersebut, maka peneliti berkesimpulan bahwa humas merupakan fungsi manajemen terencana dan berkelanjutan sebuah organisasi untuk mendapatkan pengertian dan dukungan dari mereka yang memiliki kaitan atau hubungan dengan organisasi bersangkutan.

Uraian dari latar belakang inilah yang kemudian menjadi dasar pemikiran untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi *media relations* juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik. Dalam penelitian ini akan digunakan teori humas, teori *media relations*, dan teori opini publik sebagai landasan teori dan pisau analisa.

Teori humas digunakan untuk mengetahui arti penting keberadaan biro humas di KPK dalam kaitan penciptaan citra positif lembaga antikorupsi tersebut. Sementara, penggunaan teori *media relations* diperlukan untuk menjelaskan relasi antara juru bicara dan biro humas KPK dengan media massa sebagai salah satu saluran penting komunikasi untuk menyampaikan berbagai kegiatan program kerja KPK dan kelancaran aktivitas komunikasi kepada publik.

I.1.5 Pembentukan Opini Publik

Penggunaan teori mengenai opini publik juga penting dilakukan dalam penelitian ini mengingat permasalahan mengenai peran juru bicara KPK sangat terkait erat dengan pembentukan opini publik. Hal itu dikarenakan seorang juru bicara KPK memainkan peran sebagai pihak pemberi informasi mengenai kebijakan-kebijakan KPK dan mengklarifikasi isu-isu atau masalah yang sedang dihadapi guna menjaga citra KPK, baik di dalam maupun di luar organisasi.

William Albiq (1956: 6) mendefinisikan opini publik sebagai suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan. Opini publik merupakan buah dari interaksi antar individu dalam masyarakat. Secara ringkas dapat dikatakan pula bahwa opini publik merupakan suatu pendapat yang memiliki kesamaan dan dinyatakan oleh sejumlah besar orang yang diperoleh melalui diskusi sebagai jawaban atas pertanyaan dan permasalahan terkait kepentingan umum. Permasalahan itu tersebar luas melalui media massa.

Meskipun penelitian ini membahas strategi *media relations* juru bicara dan biro humas dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik, bukan berarti tidak memiliki keterkaitan dengan kajian komunikasi politik. Secara

sederhana, komunikasi politik berkaitan dengan bagaimana menjelaskan proses politik dari perspektif komunikasi. Penjelasan itu menunjukkan bahwa dalam komunikasi politik terdapat komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), saluran (*channel*), komunikan (*communicant, receiver, recipient*), dan efek (*effect, impact, influence*). Hal itu selaras dengan apa yang dikatakan Harold Lasswell dalam “The Structure and Function of Communication in Society” bahwa untuk dapat dengan tepat memahami komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *who says what in which channel to whom with what effect?* (Hikmat, 2010: 6)

Komunikasi politik beririsan dengan ranah komunikasi yang berlangsung dalam wilayah komunikasi pribadi, komunikasi kelompok, atau komunikasi massa. Dalam lingkup lebih jauh lagi, maka hal itu berkaitan pula dengan sejumlah metode yang lazim digunakan dalam ranah komunikasi, tidak terkecuali humas. Dengan penjelasan itulah maka penelitian ini dapat dikatakan pula memiliki keterkaitan dengan kajian komunikasi politik.

1.2 Batasan dan Perumusan Masalah

Untuk lebih memudahkan penelitian yang akan dilakukan, maka peneliti perlu membatasi permasalahan dalam penelitian ini pada strategi *media relations* melalui juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *media relations* juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik?

2. Bagaimana peran juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan batasan dan rumusan masalah seperti di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi *media relations* juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik.
2. Mengetahui peran juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini terdiri dari lima bab. Masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab sesuai dengan keperluan kajian yang akan dilakukan dengan perincian sebagai berikut:

Bab I : Dikemukakan tentang latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Dijelaskan mengenai teori humas, teori *media relations*, teori opini publik, dan teori juru bicara sebagai landasan teori dalam melakukan penelitian ini.

Bab III: Dijelaskan tentang metodologi penelitian yang mencakup metode penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan unit analisis.

Bab IV: Mengemukakan hasil penelitian meliputi strategi *media relations* juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik.

Bab V : Merupakan bab terakhir yang menjadi penutup tesis ini meliputi kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Humas

Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat. Humas merupakan sebuah terjemahan dari *public relations*. Sebagian dari kita mungkin seringkali mendengar berbagai nama lain dari humas, seperti *public affairs*, *public information*, dan *corporate communications*. Akan tetapi, apa pun nama yang digunakan pada dasarnya apa yang dijalankan adalah konsep dan fungsi hubungan masyarakat dari sebuah organisasi, baik organisasi berskala besar maupun organisasi berskala kecil. Lalu, apa sesungguhnya definisi humas itu sendiri?

2.1.1 Definisi Humas

Pertemuan asosiasi-asosiasi humas di seluruh dunia bulan Agustus 1978 mendefinisikan humas sebagai seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksi setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatan, memberikan masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi serta mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayak luas. (Anggoro, 2002: 2)

Sementara itu, Jefkins (2003: 10) mengatakan humas adalah seluruh bentuk komunikasi terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antar suatu organisasi dengan khalayak luas dalam rangkan mencapai tujuan-tujuan tertentu berlandaskan rasa saling pengertian dan memahami. Sejalan dengan itu, Soemirat

(2005: 112) mendefinisikan humas sebagai salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari sebuah organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama.

Definisi lain mengenai humas juga diberikan Seitel (2004: 4), “*public relations is a planned process to influence public opinion, through sound character and proper performance, based on mutually satisfactory two-way communication.*”

Tidak jauh berbeda dengan definisi-definisi terdahulu, Seitel mencoba menjabarkan bahwa pekerjaan humas merupakan sebuah proses terencana untuk mempengaruhi opini publik melalui karakter dan performa yang layak berdasarkan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan.

Berdasarkan definisi-definisi humas di atas, maka dapat dipahami bahwa humas merupakan salah satu usaha untuk menciptakan hubungan harmonis dan menguntungkan antara organisasi dengan publik. Humas merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan maupun perusahaan nonkomersial yang tidak mencari keuntungan. Tidak peduli apakah organisasi tersebut berada di sektor pemerintahan maupun sektor swasta.

2.1.2 Peran Humas

Sebagai salah satu bagian dari sebuah organisasi, humas tentu memiliki peran vital dan tidak dapat dipandang kecil. Menurut Ruslam (2010: 26), paling tidak ada empat peran dari humas dalam sebuah organisasi. *Pertama*, komunikator. Humas harus mampu memainkan peran sebagai komunikator, baik

secara langsung maupun tidak langsung, melalui media massa dan lisan atau tatap muka dan lain-lain. *Kedua, relationship.* Humas memiliki peran dalam membangun hubungan positif antara organisasi yang diwakili dengan publik. *Ketiga, back up management.* Humas juga harus berperan dalam melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia, dan lain-lain. Semua itu bertujuan untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok organisasi. *Keempat, good image maker.* Menciptakan citra atau publikasi positif mengenai organisasi yang diwakili merupakan peran penting lain dari humas.

2.1.3 Fungsi Humas

Secara garis besar humas memiliki fungsi untuk memberikan informasi dan penjelasan kepada publik mengenai kebijakan-kebijakan yang diambil dan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh organisasi dimana humas itu berada sekaligus sekaligus memberikan pengertian kepada publik dan mengusahakan adanya hubungan harmonis antara organisasi dengan publik.

Sementara itu, Rachmadi (1994: 77-78) mengungkapkan fungsi humas secara lebih rinci. *Pertama,* memberikan penerangan dan pendidikan kepada publik tentang kebijakan, langkah-langkah, dan tindakan organisasi serta memberikan pelayanan berupa informasi yang diperlukan secara terbuka, jujur, dan objektif. *Kedua,* memberikan bantuan kepada media massa berupa bahan-bahan informasi mengenai kebijakan, langkah-langkah dan tindakan organisasi, termasuk fasilitas peliputan kepada mereka. *Ketiga,* mempromosikan kemajuan yang telah dicapai organisasi kepada publik. *Keempat,* melakukan monitoring

pendapat umum tentang organisasi untuk kemudian menyampaikan tanggapan publik dalam bentuk umpan balik (*feedback*) kepada organisasi bersangkutan sebagai input.

2.1.4 Ruang Lingkup Humas

Ruang lingkup tugas humas terbagi menjadi dua bagian. *Pertama*, publik internal. Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari organisasi itu sendiri dan mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan negatif di dalam masyarakat sebelum suatu kebijakan dijalankan oleh organisasi. *Kedua*, publik eksternal. Yang dimaksud dengan publik eksternal adalah publik umum. Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif dari publik terhadap organisasi yang diwakili. (Jefkins, 2004: 20-21)

Kedua jenis publik itu merupakan sasaran utama dari tugas-tugas humas untuk dapat menciptakan keselerasan dan membangun hubungan harmonis dengan melakukan komunikasi dua arah. Dengan begitu diharapkan apa yang diinginkan organisasi bersangkutan dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh mereka. Demikian juga sebaliknya organisasi dapat menerima dan mengerti dengan baik apa yang diinginkan publik dari internal maupun publik eksternal.

2.2 Pengertian Juru Bicara

Seperti halnya organisasi-organisasi lain, KPK memiliki tanggung jawab untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan informasi secara terbuka kepada publik. Namun, bagaimana cara dan siapa yang mengendalikan proses komunikasi

tersebut? Apakah KPK dapat begitu saja secara bebas menyampaikan informasi yang dimilikinya untuk konsumsi publik?

Pemilahan informasi mutlak harus dilakukan oleh KPK dengan berbagai pertimbangan strategi dalam upaya pemberantasan korupsi. Diperlukan strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat memberikan hasil lebih efektif. Jika pesan dapat dipahami dan diterima dengan baik otomatis KPK akan mendapatkan dukungan populer dari publik. Kehadiran seorang juru bicara handal menjadi sebuah kebutuhan tersendiri bagi organisasi dengan tanggung jawab besar seperti KPK.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, juru bicara adalah orang yang memiliki pekerjaan memberikan keterangan resmi kepada umum; pembicara yang mewakili suara kelompok atau lembaga tertentu; penyambung lidah. (Tim Pusat Bahasa, 2008)

Sementara itu, Nimmo memiliki pandangan menarik mengenai juru bicara. Bagi Nimmo, juru bicara dalam sebuah organisasi biasanya bukan profesional dalam komunikasi. Namun, ia cukup terlibat dalam aktifitas politik maupun aktifitas komunikasi sehingga dapat disebut aktivis politik dan semi profesional dalam komunikasi politik. Berbicara untuk kepentingan yang terorganisasi serupa dengan peran politikus yang menjadi wakil partisan, yaitu mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi dan tawar-menawar untuk pemeriksaan yang menguntungkan. Juru bicara juga memiliki titik kesamaan dengan jurnalis karena melaporkan keputusan dan kebijakan kepada anggota suatu organisasi. (Nimmo, 2005)

Berpijak dari definisi dan penjelasan itu dapat diartikan juru bicara merupakan pihak atau seseorang yang mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi atau lembaga untuk berbicara atau menyampaikan pesan berupa kebijakan-kebijakan organisasi yang memiliki kaitan dengan pihak luar.

Dalam konteks KPK, maka seorang juru bicara merupakan pihak yang mewakilkan lembaga antirasuah tersebut dalam tugas menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan, mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK, dan juga untuk menjaga citra baik KPK di mata publik.

2.2.1 Peran Juru Bicara

Seperti telah peneliti ungkapkan di atas, beberapa alasan KPK untuk mengangkat seorang juru bicara adalah untuk mencapai tujuan organisasi dalam rangka menyampaikan kebijakan-kebijakan KPK, mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK, dan juga untuk menjaga citra baik KPK di mata publik. Akan tetapi, tujuan-tujuan itu tidak akan dapat terealisasi jika seorang juru bicara tidak memahami dengan baik fungsi dan peran yang harus ia mainkan.

Karena itu, penting bagi seorang juru bicara untuk memahami dengan baik fungsi dan peran mereka sendiri di dalam sebuah organisasi. Terkait hal itu, Effendy (1992: 119) mengungkapkan peran yang harus dimainkan seorang juru bicara dalam sebuah organisasi sebagai berikut:

Peranan sebagai juru bicara memiliki persamaan dengan peranan sebagai penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Letak perbedaannya yakni dalam hal cara. Jika dalam peranan sebagai penghubung ia menyampaikan informasi secara

antarpersona atau kontak pribadi dan tidak selalu resmi, maka dalam peranan sebagai juru bicara tidak selamanya secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi. Dalam peranan sebagai juru bicara itu ia juga harus mengkomunikasikan informasi kepada orang-orang berpengaruh yang melakukan pengawasan terhadap organisasinya. Kepada khalayak di luar organisasi (*external public*) ia memberikan informasi dalam rangka mengembangkan organisasinya. Ia meyakinkan khalayak bahwa organisasinya telah melakukan tanggung jawab sosial. Ia meyakinkan pula para pejabat pemerintahan bahwa organisasinya berjalan sesuai dengan peraturan.

2.2.2 Fungsi Juru Bicara

Tidak dapat dimungkiri bahwa dalam usaha pencapaian tujuan dan berbagai sasaran tidak ada organisasi atau lembaga, baik lembaga pemerintah maupun lembaga nonpemerintah, yang dapat bergerak dalam suasana terisolasi. Artinya, tidak ada organisasi yang akan mampu mencapai tujuan tanpa memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak di luar organisasi atau lembaga bersangkutan.

Salah satu fungsi juru bicara adalah menyampaikan informasi-informasi mengenai kebijakan-kebijakan dan kegiatan organisasi kepada publik. Dengan begitu diharapkan pihak bersangkutan memiliki pengetahuan, pengertian, dan pemahaman mengenai organisasi tersebut sehingga berujung pada pemberian dukungan. Lebih lanjut mengenai hal ini diungkapkan Siagian (1998: 53) sebagai berikut:

Kebijaksanaan dan kegiatan organisasi perlu dijelaskan kepada berbagai pihak dengan maksud agar berbagai pihak itu mempunyai pengertian yang tepat tentang kehidupan organisasi perusahaan yang bersangkutan. Pengertian yang tepat diharapkan bermuara pada pemahaman dan pemberian dukungan yang diperlukan, bertolak dari kepercayaan berbagai pihak tersebut terhadap kemampuan organisasi memenuhi berbagai kepentingan yang diwakili oleh pihak-pihak yang berkepentingan itu. Yang paling bertanggung jawab untuk berperan sebagai wakil dan juru bicara perusahaan adalah pimpinan perusahaan.

Selaras dengan itu, seorang juru bicara harus mengumpulkan informasi yang patut dijadikan berita yang kemudian dikembangkan menjadi informasi yang menjadi ketertarikan pers dan masyarakat mengenai organisasi itu. Dalam proses pengumpulan informasi juru bicara harus mengikuti dan mengetahui seluruh kegiatan organisasi dan mendampingi pimpinan organisasi bila bepergian agar mengetahui pandangan-pandangan, kebijakan, dan pemikiran-pemikiran pimpinan organisasi untuk disampaikan kepada pers dan dapat memberikan tanggapan terhadap apa yang menjadi ketertarikan pers dan masyarakat bila mereka bertanya.

Jika diletakkan dalam konteks KPK, maka dapat dikatakan bahwa juru bicara KPK merupakan wakil KPK yang ditunjuk untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan KPK dan mengklarifikasi isu-isu atau masalah yang sedang dihadapi untuk menjaga citra KPK, baik di dalam maupun di luar organisasi. Seorang juru bicara KPK harus memiliki pengetahuan yang memadai tentang berbagai kegiatan KPK sebagai pelaksanaan dari berbagai keputusan yang telah diambil para pimpinan KPK serta mengetahui komunikasi yang masuk dan ke luar organisasi, terutama komunikasi yang ditujukan pada pimpinan KPK.

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan juru bicara memiliki tugas untuk memberikan penjelasan mengenai kebijakan dan kegiatan organisasi. Dengan demikian fungsi utama juru bicara adalah sebagai pihak yang menyampaikan informasi dan memberikan penjelasan bila ada pertanyaan dari pihak luar organisasi guna menumbuhkan persepsi tepat dan dapat dipahami oleh berbagai pihak, terutama media massa. Media massa merupakan pihak yang memiliki peranan paling penting sebagai penghubung antara organisasi dan masyarakat. Media massa dapat membantu menyampaikan penjelasan mengenai

kebijakan dan kegiatan organisasi kepada masyarakat dalam rangka memperoleh dukungan bagi organisasi dalam usaha pencapaian tujuan-tujuan yang diinginkan.

Selain itu, juru bicara juga dapat berfungsi sebagai pengklarifikasi isu atau masalah tertentu mengenai organisasi yang berpotensi menimbulkan salah pengertian mengenai kebijakan dan kegiatan organisasi. Hal itu dapat dilakukan melalui konferensi pers yang diadakan organisasi tersebut. Dengan demikian dapat menciptakan citra positif organisasi.

2.2.3 Juru Bicara dan Penyampaian Informasi

Pemeliharaan hubungan baik ke luar maupun ke dalam organisasi dilakukan melalui proses komunikasi, baik lisan maupun tertulis. Kemunculan perselisihan, perbedaan paham, dan konflik seringkali disebabkan oleh tidak adanya komunikasi efektif antara pihak-pihak yang saling menjalin hubungan. Singkatnya, komunikasi efektif sangat mempengaruhi keberhasilan pemutusan kebijakan dalam suatu organisasi.

Merujuk pada definisi-definisi komunikasi diatas, maka ada sejumlah unsur-unsur penting sebagai prasyarat utama terjadinya komunikasi. Unsur-unsur itu adalah sebagai berikut: (1) Komunikator atau orang yang menyampaikan pesan; (2) Pesan atau pernyataan yang didukung lambang ; (3) Komunikan atau orang yang menerima pesan; (4) Media atau saluran yang mendukung penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, dan (5) Efek atau dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 1998, 6)

Komunikasi tidak akan terjadi bila tidak ada komunikator, dalam hal ini juru bicara. Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan melalui

lambang-lambang tertentu. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi di sebuah organisasi juru bicara memegang peranan sangat penting, terutama untuk mengendalikan arus komunikasi dan informasi mengenai organisasi tersebut. Seperti dijelaskan Effendy, komunikator memiliki fungsi pengutaraan pikiran dan perasaan dalam bentuk pesan agar komunikan menjadi paham sehingga berubah sikap, pendapat, atau perilaku. (Effendy, 1998, 16)

2.3 Definisi *Media Relations*

Salah satu pendekatan paling populer yang biasa dilakukan sebuah organisasi dalam menjaga citra positif adalah melakukan kegiatan *media relations*. Salah satu pendekatan paling populer yang biasa dilakukan sebuah organisasi dalam menjaga citra positif adalah melakukan kegiatan *media relations*. *Media relations* dapat didefinisikan sebagai bagian dari humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai saran komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. (Iriantara, 2005: 32)

Tidak jauh berbeda dengan definisi tersebut, ada definisi lain mengenai *media relations* sebagai alat pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan publikasi berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan publik. (Ruslan, 2006: 167-168)

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *media relations* adalah usaha untuk mencapai publikasi maksimal atas suatu pesan atau informasi organisasi dalam menciptakan pengetahuan dan pemahaman

publik terhadap organisasi bersangkutan dengan cara membina hubungan baik dengan kalangan pekerja media.

2.3.1 Bentuk-bentuk Kegiatan *Media Relations*

Menurut Ruslan (2006: 187-194), ada beberapa bentuk kegiatan *media relations*. *Pertama, press conference*. Konferensi pers merupakan pertemuan khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi atau sengaja diselenggarakan oleh humas suatu organisasi sekaligus sebagai upaya menjelaskan suatu permasalahan tertentu.

Kedua, press tour. Tur pers adalah dimana para wartawan dari berbagai media massa yang meliput sehari-hari di lingkungan suatu organisasi diajak melakukan wisata kunjungan menghadiri acara khusus atau peninjauan ke luar kota bersamaan dengan pejabat organisasi bersangkutan untuk meliput secara langsung kegiatan yang dilakukan tersebut.

Ketiga, press reception. Kegiatan ini berupa jamuan pers yang bersifat sosial menghadiri acara seremonial tertentu baik formal maupun informal, seperti acara buka puasa bersama.

Keempat, press briefing. Kegiatan *press briefing* berbentuk jumpa pers resmi yang dilakukan secara periodik tertentu seperti awal atau akhir bulan oleh pihak humas organisasi bersangkutan. Dalam pertemuan ini kedua belah pihak saling memberikan masukan dan informasi dalam suasana diskusi atau dialog.

Kelima, press statement. Pemberian keterangan pers dilakukan kapan dan dimana saja oleh narasumber organisasi bersangkutan tanpa undangan secara resmi terlebih dahulu.

Keenam, press interview. Wawancara biasanya datang dari inisiatif pihak wartawan setelah melalui perjanjian dengan narasumber terlebih dahulu. Hal itu dilakukan untuk meminta keterangan, komentar, dan pendapat mengenai suatu masalah aktual.

Ketujuh, press gathering. Sebuah acara pertemuan pers yang dirancang oleh pihak humas secara informal untuk menjaga hubungan baik antara pihak humas dan wartawan media massa.

Sementara itu, menurut Soemirat dan Ardianto (2003: 128-129) kegiatan *media relations* yang dapat dilakukan humas dalam rangka membina relasi dengan media massa terdiri dari beberapa kegiatan. *Pertama*, konferensi pers atau jumpa pers adakah sebuah aktivitas dimana diberikan penjelasan mengenai suatu permasalahan secara simultan oleh seorang pejabat organisasi bersangkutan kepada sekelompok wartawan sekaligus.

Kedua, press briefing. Kegiatan ini berbentuk jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara reguler oleh humas. Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan yang baru terjadi kepada wartawan. Para wartawan juga diberikan kesempatan untuk memberikan tanggapan atau pertanyaan apabila belum puas dan menginginkan keterangan lebih rinci.

Ketiga, press tour. Kegiatan ini diselenggarakan dengan mengunjungi daerah tertentu dan para wartawan diajak menikmati objek wisata di daerah tersebut.

Keempat, press release atau siaran pers sebagai sarana publikasi dengan menggunakan media massa agar informasi atau pesan organisasi dapat tersebar secara luas.

Kelima, special event atau peristiwa khusus sebagai suatu kekuatan humas penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan, dan memenuhi selera publik, seperti peresmian gedung dan peringatan ulang tahun organisasi.

Keenam, press luncheon. Dalam kegiatan ini humas mengadakan jamuan makan siang bagi para wartawan sehingga mereka memiliki kesempatan untuk dapat bertemu dengan pimpinan organisasi bersangkutan secara langsung.

Ketujuh, press interview atau wawancara pers secara pribadi dengan pimpinan organisasi bersangkutan.

Dari penjelasan mengenai kegiatan-kegiatan media relations tersebut, terdapat beberapa kegiatan media relations yang berbeda-beda meskipun juga ada beberapa kegiatan yang sama. Karena itu, untuk melakukan penelitian ini peneliti akan menggunakan sejumlah kegiatan dalam aktivitas *media relations*, seperti *press conference, press interview, press reception, dan press release.*

2.3.2 Manfaat Media Relations

Organisasi yang menjalankan dan mengimplementasikan *media relations* dapat dikatakan sangat membutuhkan dukungan publik dalam mencapai tujuan organisasi tersebut. Melalui kegiatan-kegiatan *media relations* hubungan antara organisasi dengan para wartawan diharapkan akan berjalan baik. Manfaat dari *media relations* pun dapat dirasakan oleh kedua belah pihak.

Menurut Wardhani (2008: 14), ada beberapa manfaat dari kegiatan-kegiatan *media relations*. *Pertama*, membangun pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab organisasi dan media massa. *Kedua*, membangun kepercayaan

timbang balik dengan prinsip saling menghormati dan menghargai serta kepercayaan. *Ketiga*, menyampaikan dan memperoleh informasi secara akurat jujur, dan mampu mencerahkan publik

2.3.3 Strategi-strategi *Media Relations*

Agar sebuah organisasi dapat secara maksimal melakukan *media relations*, maka diperlukan strategi-strategi tepat untuk melakukan hal tersebut. Menurut Iriantara (2005), ada tiga strategi utama dalam melakukan media relations. *Pertama*, mengelola relasi dengan media massa. Hal ini penting dilakukan untuk menunjang segala tugas-tugas humas organisasi. Pengelolaan relasi secara baik dengan media massa dimaksudkan agar organisasi bersangkutan dapat melakukan komunikasi kepada publik. Patut diingat dalam mengelola relasi dengan media massa, humas bukan menjalin hubungan baik dengan wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di lingkungan organisasi dimana humas itu berada, tetapi lebih jauh lagi juga dengan institusi media massa tempat para wartawan itu bekerja.

Dalam menjalin relasi yang baik, maka hal terpenting yang harus diingat adalah hubungan antara kedua belah pihak merupakan hubungan saling membutuhkan. Karena itu, agar hubungan itu dapat terjalin dengan baik harus ada komunikasi secara intens antara kedua belah pihak yang berkaitan dengan tugas-tugas pokok masing-masing profesi.

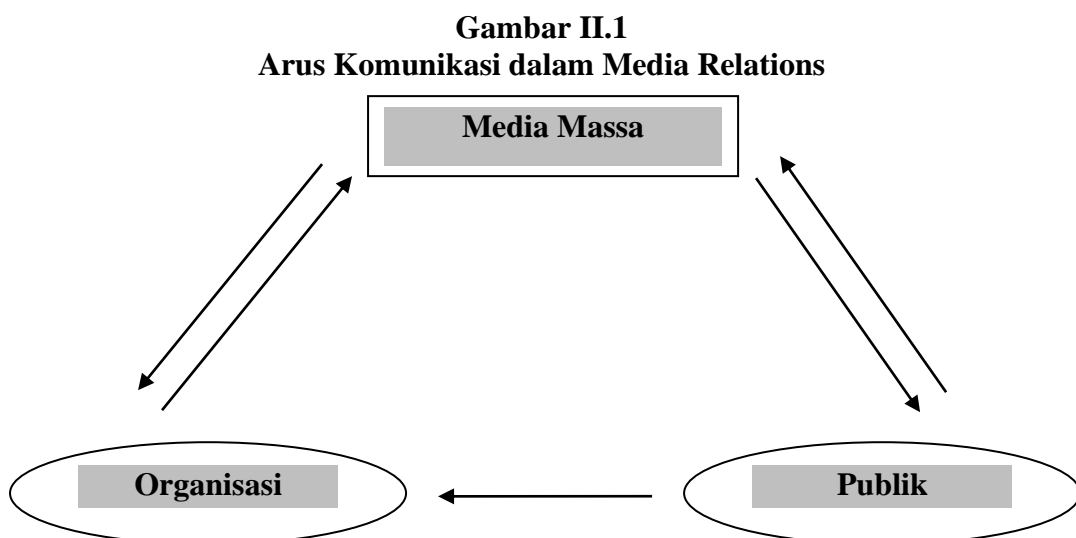
Kedua, pengembangan strategi. Setelah relasi dengan media massa terjalin dan terpelihara dengan baik, maka humas sebuah organisasi harus terus mengembangkan strategi yang telah ada. Hal itu penting dilakukan untuk

memaksimalkan hasil-hasil yang telah dicapai selama ini. Pengembangan strategi dapat dilakukan dengan cara mengembangkan materi-materi informasi humas untuk media massa, menambah jumlah kuota media massa yang bertugas di lingkungan organisasi bersangkutan, mempromosikan organisasi sebagai sumber informasi terpercaya mengenai suatu masalah, dan mempromosikan figur tertentu yang dimiliki organisasi sebagai juru bicara

Ketiga, mengembangkan jaringan merupakan strategi lain yang tidak kalah penting untuk dilakukan dalam *media relations*. Beberapa cara untuk mengembangkan jaringan adalah dengan memiliki kontak dengan organisasi lain, dan mengembangkan jaringan media massa mulai dari tingkat lokal, nasional hingga internasional.

2.3.4 Arus Komunikasi dalam *Media Relations*

Secara sederhana apabila digambarkan arus komunikasi dalam media relations akan berbentuk sebagai berikut:



Sumber: Iriantara, 2005: 32

Gambar di atas menunjukkan organisasi menyampaikan pesan, informasi, dan citra melalui media massa kepada publik. Sementara itu, publik dapat pula menyampaikan aspirasi, harapan, keinginan, dan informasi kepada organisasi bersangkutan melalui media massa. Meskipun demikian, publik juga dapat menyampaikan secara langsung melalui saluran komunikasi yang tersedia antara publik dan organisasi.

2.3.5 Prinsip-prinsip *Media Relations*

Jefkins (2004: 116) memaparkan enam prinsip yang harus diperhatikan dalam melakukan media relations. Keenam prinsip itu adalah memahamai dan melayani media massa, membangun reputasi sebagai pihak yang dapat dipercaya, menyediakan salinan informasi dengan baik, melakukan kerja sama dalam penyediaan materi, menyediakan fasilitas pendukung verifikasi, dan membangun hubungan personal.

2.4 Citra

Mendapat citra positif di mata publik merupakan tujuan utama dari humas di organisasi. Terbangunnya citra positif di mata masyarakat sudah pasti akan mendatangkan banyak keuntungan bagi organisasi bersangkutan. Akan tetapi, sebelum membicarakan lebih jauh mengenai citra positif sebuah organisasi perlu terlebih dahulu diketahui apa sesungguhnya definisi citra?

2.4.1 Definisi Citra

Secara etimologi, citra berasal dari bahasa sansekerta yang memiliki arti gambar. Kemudian dikembangkan menjadi “gambaran” sebagai padanan kata *image* dalam bahasa Inggris

Pengertian citra itu sendiri sebenarnya abstrak, tetapi wujud dari citra itu dapat dirasakan dari penilaian berupa rasa hormat dari publik terhadap organisasi. Organisasi bersangkutan dilihat sebagai organisasi yang baik, dapat dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan. (Ruslan, 1995: 66).

Sedangkan Katz, sebagaimana dikutip Soemirat (2005: 113), mengartikan citra sebagai cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan memiliki citra sebanyak jumlah orang yang memandang.

2.4.2 Citra dan *Media Relations*

Seperti telah diungkapkan di atas *media relations* merupakan salah satu kegiatan utama yang dijalankan oleh humas sebuah organisasi dalam rangka membina dan mengembangkan hubungan baik dengan pekerja media. Dalam praktek di lapangan humas membutuhkan media massa untuk menginformasikan pesan yang berhubungan dengan organisasi dimana humas tersebut berada. Pesan-pesan itu tentu membawa berbagai pengaruh pada citra publik terhadap organisasi bersangkutan, bisa berupa citra yang positif atau negatif.

Dalam konteks itu, salah satu upaya humas organisasi memperoleh citra positif dari masyarakat, diperlukan hubungan yang baik dan harmonis dengan para pekerja media, mulai dari wartawan hingga pemimpin redaksi media

tersebut. Hal itu dikarenakan wartawan dan pemimpin redaksi sangat berhubungan erat dengan pemberitaan-pemberitaan melalui media. Pemberitaan di media dapat mempengaruhi penilaian, pandangan, dan citra publik terhadap organisasi.

2.5 Opini Publik

Penjelasan teori mengenai opini publik penting dilakukan dalam penelitian ini mengingat permasalahan mengenai peran juru bicara KPK sangat erat kaitannya dengan opini publik. Hal itu dikarenakan seorang juru bicara KPK memainkan peran sebagai pihak pemberi informasi mengenai kebijakan-kebijakan KPK dan mengklarifikasi isu-isu atau masalah yang sedang dihadapi untuk menjaga citra KPK, baik di dalam maupun di luar organisasi.

Namun, sebelum sampai pada pembahasan lebih jauh mengenai opini publik, maka perlu terlebih dahulu diuraikan definisi mengenai opini dan publik. Uraian mengenai definisi masing-masing kata itu juga penting dilakukan agar kita memperoleh pemahaman secara utuh tentang opini publik.

2.5.1 Definisi Opini Publik

Definisi sederhana terhadap opini diberikan Robert E Lane dan David O Sears. Lane dan Sears mendefinisikan opini sebagai jawaban atas pertanyaan atau permasalahan yang dihadapi dalam situasi tertentu. (Lane, 1964: 8)

Tidak jauh berbeda dengan Lane dan Sears, Young (1953: 431) memberikan definisi opini sebagai berikut:

An opinion is a belief somewhat stronger or more intense than a mere notion or impression but less strong than positive knowledge based

on complete or adequate proof. Opinions is really a belief about some serious topic. Opinion implies careful thought and consideration. It is founded on some kind of information or evidence. It is not necessary that opinion should always be correct.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa opini merupakan pendapat atau ungkapan ekspresi yang dikemukakan seseorang kepada orang lain. Opini dapat dikemukakan melalui kata-kata, isyarat, atau cara-cara lain yang dapat dimengerti

Selain memberikan definisi mengenai opini, Young juga memberikan definisi mengenai publik sebagai berikut:

The public is not held together by face or shoulder to shoulder contacts; a number of people scatter in space react to stimulus which is provided by indirect and mechanical means of communication. (Young, 1953: 431)

Lebih jauh mengenai publik, Rosenau mengemukakan bahwa publik memiliki tiga tingkatan dengan kemampuan dan kapasitas berbeda satu sama lain. *Pertama*, lapisan atas atau biasa dikenal sebagai pembuat opini publik (*opinion making public*). Tingkat pertama ini tidak hanya terdiri atas orang-orang yang mampu mengemukakan opini secara terbuka, tetapi juga mampu mempengaruhi opini orang lain. *Kedua*, adalah lapisan menengah (*attentive public*). Tingkat kedua ini terdiri atas orang-orang yang memiliki ketertarikan dan minat untuk aktif mengamati perkembangan informasi di media massa. Mereka mampu menetapkan opini sendiri, tapi tidak mampu melakukan mobilisasi dukungan orang lain untuk mendukung opininya. *Ketiga*, adalah lapisan bawah (*mass public*). Tingkat ketiga ini terdiri atas orang-orang yang memiliki daya partisipasi rendah. Keterlibatan mereka lebih dimotivasi oleh hubungan emosional, bukan rasional. (Resenau, 1961)

Dari berbagai penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa publik merupakan sekelompok individu yang memiliki perhatian terhadap suatu masalah tertentu dan dapat berpikir secara rasional untuk melakukan penilaian atau memberikan tanggapan mengenai suatu masalah. Di samping itu, publik tidak harus berkumpul secara fisik dan pendapat mereka tidak mutlak dikatakan sebagai pendapat mayoritas.

Uraian mengenai definisi opini dan publik seperti telah peneliti lakukan di atas akan memudahkan kita untuk memahami secara utuh tentang opini publik. William Albiq mendefinisikan opini publik sebagai suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan. Opini publik merupakan buah dari hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. (Albiq, 1956: 6)

Secara ringkas dapat dikatakan opini publik merupakan suatu pendapat yang memiliki kesamaan dan dinyatakan oleh sejumlah besar orang yang diperoleh melalui diskusi sebagai jawaban atas pertanyaan dan permasalahan terkait kepentingan umum. Permasalahan itu tersebar luas melalui media massa. Pendapat individu-individu itu memberikan pengaruh terhadap orang banyak dalam jangka waktu tertentu di mana dapat bersifat positif, negatif, atau netral.

2.5.2 Karakteristik Opini Publik

Sebagai sebuah fenomena sosial dan politik di bidang ilmu komunikasi, opini publik tentu memiliki karakteristik-karakteristik tertentu. Allport mencatat ada 12 karakter opini publik: (1) Opini publik merupakan perilaku manusia secara individu; (2) Dikemukakan secara verbal; (3) Melibatkan banyak individu; (4) Situasi dan objek dikenal secara luas; (5) Memiliki nilai penting bagi banyak

orang; (6) Pendukung opini publik bersedia memberikan tindakan; (7) Dilakukan secara sadar; (8) Dilakukan melalui ekspresi; (9) Pendukung opini publik tidak harus berada di tempat sama; (10) Memiliki sifat atau mendukung sesuatu; (11) Mengandung unsur-unsur pertentangan, dan (12) Sebagai perilaku umum opini publik cukup kuat untuk menghasilkan efektifitas dalam mencapai tujuan. (Allport, 1937: 7-23)

2.5.3 Pembentukan Opini Publik

Kemunculan opini publik dapat dilakukan melalui perencanaan dan tidak melalui perencanaan. Kemunculan opini publik yang tidak melalui perencanaan tentu tidak memiliki tujuan dan target tertentu. Ia muncul secara alamiah sekadar untuk memberikan informasi kepada publik. Sementara itu, opini publik melalui perencanaan muncul secara terorganisir atas dasar keinginan untuk mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat atau sengaja untuk mempertahankan opini lain yang telah terlebih dahulu berkembang di masyarakat. (Helena, 2007: 58)

Terkait hal itu, Cutlip dan Center menjelaskan secara ringkas proses pembentukan opini publik. *Pertama*, sejumlah orang menyadari suatu situasi dan masalah yang memerlukan pemecahan. Orang-orang ini kemudian mencari beberapa alternatif pemecahan masalah dengan didasarkan pada fakta yang mereka dapatkan. *Kedua*, beberapa alternatif lain sebagai solusi pemecahan masalah ditemukan sehingga terjadi diskusi mengenai kemungkinan penerimaan salah satu atau beberapa alternatif. *Ketiga*, pengambilan keputusan dilakukan

berdasarkan pilihan terhadap salah satu atau beberapa alternatif yang disetujui melalui pelaksanaan keputusan yang telah diambil sehingga terbentuk suatu kelompok baru dan kesadaran kelompok. *Keempat*, berdasarkan keputusan dirumuskan suatu rencana pelaksanaan dan tindakan dalam bentuk program sebagai konsep kerja guna mengumpulkan dukungan lebih luas, terutama dari kelompok lain. (Cutlip, Center, and Brown, 2009)

Alur proses pembentukan opini juga pernah dikemukakan oleh Erikson, Luttbeg, dan Tedin. *Pertama*, muncul isu yang dirasakan sangat relevan bagi kehidupan orang banyak. *Kedua*, isu tersebut relatif baru sehingga memunculkan kekebunaran standar penilaian atau standar ganda. *Ketiga*, ada tokoh pengemuka opini (*opinion leaders*) yang juga memiliki ketertarikan dengan isu tersebut, seperti politisi atau akademis. *Keempat*, mendapatkan perhatian pers sehingga informasi dan reaksi terhadap isu tersebut diketahui secara luas. (Erikson, Luttbeg, and Tedin, 1998)

2.5.4 Opini Publik dan Media Massa

Tidak dapat dihindari, media massa memegang peranan penting dalam pembentukan opini publik. Hal itu dikarenakan media massa terlibat dalam pembentukan wacana-wacana yang mengkonstruksikan dan mendekonstruksikan peristiwa-peristiwa.

Dalam konteks komunikasi politik, media massa memiliki posisi dan peran sebagai mediasi atau penyampai berbagai pesan dari pihak-pihak di luar sekaligus sebagai pengirim pesan yang disusun oleh para wartawan kepada publik. Pada titik ini maka dapat dilihat keterkaitan antara opini publik dan komunikasi politik.

Menurut Arifin (2010: 119), saat ini merupakan era mediasi (*the age of mediation*) dimana media memainkan peranan sangat penting sehingga hampir tidak mungkin segala bidang kehidupan dapat dipisahkan dari media massa. Dukungan media massa terhadap sebuah peristiwa tertentu tidak hanya didasarkan pada asumsi besarnya peristiwa tersebut, tetapi juga dari nilai berita peristiwa bersangkutan. Nilai berita itu terutama berkaitan dengan kepentingan media massa dan kepentingan publik sebagai konsumen media.

Pada umumnya proses pembentukan opini dimulai dengan pemuatan atau penyiaran berita melalui media massa. Kemudian jika berita itu dimuat berkali-kali dan mengalami pengembangan, pendalaman topik bahasan, maka akan sangat mungkin mendorong munculnya daya tarik publik.

Maka dapat disimpulkan bahwa media massa sangat memiliki peran dalam proses pembentukan opini publik. Selain masalah teknis –seperti peletakkan berita, penempatan berita, jumlah berita, pemilihan narasumber, dan penyampain berita–media massa juga dapat menciptakan *frame* bagi publik dalam menentukan sikap dan opini terhadap suatu isu atau peristiwa tertentu.

Meskipun penelitian ini membahas strategi media relations juru bicara dan biro humas dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik, bukan berarti tidak memiliki keterkaitan dengan kajian komunikasi politik. Secara sederhana, komunikasi politik berkaitan dengan bagaimana menjelaskan proses politik dari perspektif komunikasi. Penjelasan itu menunjukkan bahwa dalam komunikasi politik terdapat komunikator (communicator, source, sender), pesan (message), saluran (channel), komunikan (communicant, receiver, recipient), dan efek (effect, impact, influence). Hal itu selaras dengan apa yang dikatakan Harold

Lasswell dalam “The Structure and Function of Communication in Society” bahwa untuk dapat dengan tepat memahami komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *who says what in which channel to whom with what effect?* (Hikmat, 2010: 6)

Komunikasi politik beririsan dengan ranah komunikasi yang berlangsung dalam wilayah komunikasi pribadi, komunikasi kelompok, atau komunikasi massa. Dalam lingkup lebih jauh lagi, maka hal itu berkaitan pula dengan sejumlah metode yang lazim digunakan dalam ranah komunikasi, tidak terkecuali humas. Dengan penjelasan itulah maka penelitian ini dapat dikatakan pula memiliki keterkaitan dengan kajian komunikasi politik.

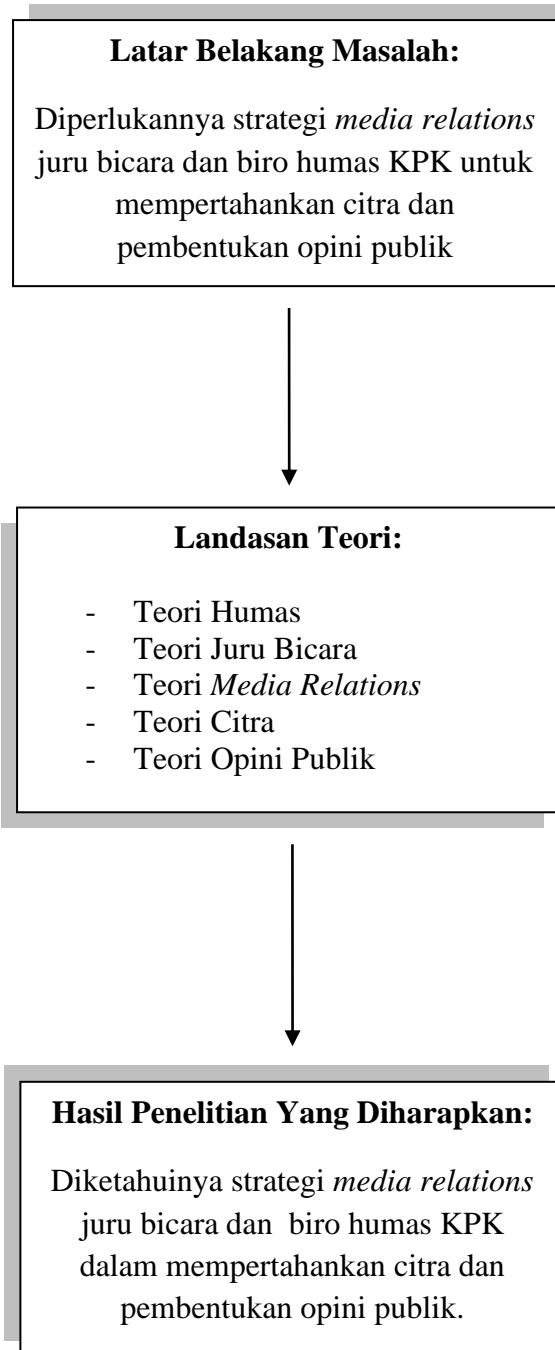
2.6 Kerangka Berpikir

Dari kerangka berpikir yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat dijelaskan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah diperlukannya strategi media relations juru bicara dan biro humas KPK untuk mempertahankan citra dan pembentukan opini publik. Dalam melakukan penelitian dan pembahasan mengenai hal itu peneliti menggunakan sejumlah teori, seperti teori humas, teori juru bicara, teori media relations, teori citra, dan teori opini publik.

Dari penelitian dan pembahasan dengan menggunakan teori-teori di atas, maka peneliti berharap dapat menemukan hasil penelitian berupa diketahuinya strategi media relations juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik. Selain itu, dapat ditemukan juga peran juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik. Gambar di bawah ini menunjukkan alur sederhana kerangka berpikir tersebut:

Gambar II.2

Alur Kerangka Berpikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Metodologi

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif muncul sebagai jawaban terhadap penelitian kuantitatif yang sangat bersandar pada paradigma positivisme. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mendasarkan diri pada suatu fenomena yang tidak bergantung pada pengukuran-pengukuran variabel. Oleh karena itu, penelitian kualitatif terkait erat dengan teknik pengumpulan data. Secara umum data kualitatif dituangkan dalam bentuk pernyataan. Pernyataan itu sendiri diperlakukan sebagai data deskriptif tentang pelukisan suatu hal. (Wimmer and Dominick, 2003: 108-109)

Neumann mengungkapkan beberapa ciri penelitian kualitatif sebagai berikut: (1) *Construct social reality (cultural meaning)*; (2) *Focus on interactive process (events)*; (3) *Authenticity is key*; (4) *Values are present and explicit*; (5) *Situationally constrained*; (6) *Few cases*; (7) *Thematic analysis*, dan (8) *Researcher is involved*. (Neumann, 2011)

Ada tiga perbedaan utama antara data hasil penelitian kualitatif dan data hasil penelitian kuantitatif. *Pertama*, data hasil penelitian kualitatif merupakan data mentah dari dunia empiris. Data kualitatif itu berupa uraian terinci, kutipan langsung, dan dokumentasi kasus. Data ini dikumpulkan sebagai suatu cerita terbuka (*open-ended narrative*) tanpa mencoba mencocokkan suatu gejala dengan kategori baku yang telah ditetapkan terdahulu sebagaimana jawaban pertanyaan

dalam kuesioner. *Kedua*, data hasil penelitian kualitatif adalah tangkapan atas perkataan subyek penelitian dalam bahasa mereka sendiri. Pengalaman orang diterangkan secara mendalam menurut makna kehidupan, pengalaman, dan interaksi sosial dari subyek penelitian itu sendiri. Dengan demikian, peneliti dapat memahami masyarakat menurut pengertian mereka sendiri. Hal ini berbeda dengan penelitian kuantitatif yang membakukan pengalaman responden ke dalam kategori-kategori baku peneliti. *Ketiga*, data hasil penelitian kualitatif bersifat mendalam dan rinci sehingga analisis data kualitatif bersifat spesifik, terutama untuk meringkas data dan menyatukan dalam suatu alur analisis yang mudah untuk dipahami pihak lain. Hal ini berbeda dengan data kuantitatif yang relatif lebih sistematis, terbakukan, dan mudah disajikan dalam format yang ringkas. (Sitorus, 1998)

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena kajian ilmu komunikasi politik yang menjadi wilayah kajian dalam penelitian ini merupakan disiplin ilmu yang senantiasa berkembang dinamis. Karena itu, penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif akan menghasilkan data yang lebih deskriptif dan mendalam. Selain itu, juga ada keuntungan lain, yakni untuk lebih dapat menyesuaikan diri dengan fakta di lapangan dalam upaya mengumpulkan data. Temuan penelitian ini merupakan hasil interaksi antara peneliti dan masalah yang diteliti.

3.2 Metodologi Penelitian

Salah satu metode penelitian dalam pendekatan kualitatif adalah studi kasus. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Denzin and Lincoln (2000, 3):

Qualitative research involves the studied use and collection of a variety of empirical material –case study ; personal experience; introspection ; life story; interview; artifact cultural texts and productions; observational, historical, instructional, and visual– that describe routine and problematic moments and meanings in individual's lives.

Sesuai dengan kutipan di atas, peneliti memilih untuk menggunakan metode penelitian studi kasus, yaitu metode penelitian yang mengacu pada bentuk-bentuk pertanyaan mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*). Yin mendefinisikan metode penelitian studi kasus sebagai berikut:

A case study is an empirical inquiry that investigate a contemporary phenomenon in real life context, when the boundaries between the phenomenon and the context are not clearly evident, and in which multiple source of evidences are used. (Wimmer and Dominick, 2003: 129)

Yin juga mengajukan tiga syarat bagi metode penelitian studi kasus: (1) Meneliti fenomena kontemporer dalam konteks sosial; (2) Terdapat batasan-batasan antara fenomena dan konteks bukti, dan (3) Sumber beragam (*multiple sources*). (Yin, 2000: 10)

Kemudian Robert E State menekankan metode penelitian studi kasus berusaha untuk mencari pemahaman mengenai isu tertentu yang ada di dalam sebuah kasus. Suatu kasus dapat dipilih untuk diteliti karena peneliti berpikir dapat menggunakan itu untuk pemahaman lebih lanjut terhadap masalah, isu, atau konsep tertentu. (Schwandt, 1997: 23)

Sementara itu, menurut Bungin ada tiga keunggulan dari metode penelitian studi kasus: (1) Studi kasus dapat memberikan informasi penting mengenai hubungan antarvariabel serta proses-proses yang memerlukan penjelasan dan pemahaman lebih luas; (2) Studi kasus memberikan kesempatan untuk memperoleh wawasan mengenai konsep-konsep dasar perilaku manusia, dan (3) Studi kasus dapat menyajikan data-data dan temuan-temuan yang sangat berguna sebagai dasar untuk membangun latar permasalahan bagi perencanaan penelitian lebih besar dan mendalam bagi pengembangan ilmu-ilmu sosial. (Bungin, 2003: 20-23)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan dua sumber data, yaitu data primer dan data skunder.

Data Primer

Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi. Data ini harus dicari melalui narasumber atau responden, yaitu orang yang kita jadikan sebagai subyek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi dan data. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data ini adalah melalui wawancara dan observasi. (Narimawati, 2008: 98)

Wawancara mendalam merupakan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik

yang diteliti dan bertujuan untuk melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut. (Nazir, 1998: 234)

Agar mendapatkan data yang diharapkan, maka peneliti menggunakan teknik *interview guide* melalui pembuatan panduan pertanyaan wawancara untuk menggali data dari narasumber sehingga mendapatkan pemahaman mendalam. Keberadaan *interview guide* dalam wawancara membuat fokus penelitian tetap terjaga dan menjadi lebih sistematis. (Patton, 2002: 343-344)

Selain itu, data primer juga dapat dilakukan melalui teknik observasi dengan mengamati secara langsung objek penelitian dengan mencatat gejala-gejala yang ditemukan dilapangan untuk melengkapi data- data yang diperlukan

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan data. Data ini dapat diperoleh peneliti melalui studi kepustakaan dengan mengumpulkan data yang diperoleh antara lain dari buku-buku, jurnal ilmiah, surat kabar, dan majalah yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti. (Narimawati, 2008: 94)

3.3.1 Panduan Wawancara

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menggunakan panduan wawancara untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Untuk memperoleh data dan informasi ini maka panduan wawancara pun terbagi 2, dengan penjelasan sbb:

3.3.1.1 Panduan Wawancara Untuk Subyek Penelitian

Panduan wawancara ini dibuat untuk mengetahui data-data yang berasal dari KPK yang berfungsi sebagai pelaku (subyek) yang akan menjelaskan apakah selama ini mereka menjalankan strategi media relations dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik. Panduan Wawancara ini ditujukan kepada Ketua KPK, Juru Bicara KPK dan Biro Humas KPK, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel III.1
Tabel Panduan Wawancara Subyek Penelitian

1. Sejak berdiri pada tahun 2004 hingga saat ini, bagaimana anda menilai peran strategis yang telah dijalankan oleh KPK dalam pemberantasan korupsi di Indonesia?
2. Bagaimanaha anda merespons berbagai upaya yang datang dari pihak luar yang ingin melemahkan keberadaan KPK?
3. Apakah KPK memiliki strategi khusus untuk menghadapi upaya pelemahan institusi KPK?
4. Apakah strategi itu merupakan hasil rapat pimpinan Komisi Pemberantasan Korupsi atau merupakan kebijakan biro humas Komisi Pemberantasan Korupsi secara mandiri?
5. Bagaimana awal keberadaan Juru Bicara di KPK?
6. Apa saja pesan komunikasi yang telah disampaikan Komisi Pemberantasan Korupsi kepada publik terkait masalah perlawanan balik koruptor (*corruptor fights back*)?
7. Bagaimana peran biro humas dan juru bicara Komisi Pemberantasan Korupsi dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi tersebut?
8. Bagaimana Komisi Pemberantasan Korupsi melihat peran media massa dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi tersebut?
9. Bagaimana relasi media yang selama ini dijalin oleh KPK
10. Bagaimana KPK melihat dukungan publik yang selama ini respons publik terhadap kiprah Komisi Pemberantasan Korupsi dalam pemberantasan korupsi di Indonesia?

3.3.1.2 Panduan Wawancara Untuk Narasumber (*Informan*) Penelitian

Selain membuat panduan wawancara yang ditujukan untuk subyek penelitian, peneliti juga menyusun panduan wawancara yang ditujukan bagi sejumlah narasumber (*informan*) yang berada di luar institusi KPK. Narasumber (*informan*) ini adalah para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang ada di wilayah pemberantasan korupsi yakni pihak-pihak seperti Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Parlemen (DPR), Aktivis LSM Anti Korupsi, dan Media Massa. Panduan wawancara disajikan dalam tabel berikut:

Tabel III.2
Panduan Wawancara Narasumber (*Informan*) Penelitian

1. Bagaimana anda melihat persoalan tindak pidana korupsi di Indonesia secara umum?
2. Bagaimana anda melihat pemberantasan tindak pidana korupsi di Inonesia selama ini oleh KPK?
3. Bagaimana anda melihat kiprah Komisi Pemberantasan Korupsi sejak hingga saat ini?
4. Bagaimana anda melihat berbagai kewenangan dan elemen pendukung yang dimiliki Komisi Pemberantasan Korupsi selama ini? Kewenangan dan elemen pendukung apa lagi yang perlu dimiliki Komisi Pemberantasan Korupsi?
5. Bagaimana anda melihat respons publik terhadap kiprah Komisi Pemberantasan Korupsi dalam pemberantasan korupsi di Indonesia?
6. Bagaimana anda melihat respons pejabat pemerintahan dan politisi terhadap kiprah Komisi Pemberantasan Korupsi dalam pemberantasan korupsi di Indonesia?
7. Bagaimana anda melihat perlawanan balik yang datang dari pihak luar yang dinilai dapat melemahkan institusi KPK?
8. Kejadian apa saja yang anda nilai sebagai bagian dari upaya pelemahan KPK pada masa kepemimpinan yang ada saat ini?
9. Apakah respons Komisi Pemberantasan Korupsi selama ini dalam menghadapi berbagai upaya pelemahan institusinya sudah cukup baik?
10. Bagaimana anda melihat pesan-pesan komunikasi yang disampaikan Komisi Pemberantasan Korupsi selama ini efektif kepada publik?

11. Bagaimana anda melihat peran biro humas dan juru bicara Komisi Pemberantasan Korupsi dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi tersebut?
12. Bagaimana anda melihat peran media massa dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi Komisi Pemberantasan Korupsi tersebut?
13. Apakah Komisi Pemberantasan Korupsi perlu memiliki strategi komunikasi khusus? Bagaimana bentuk strateginya?

3.4 Unit Analisis Data

Yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah Komisi Pemberantasan Korupsi.

3.5 Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam tesis ini adalah para pemangku kepentingan yang berada di wilayah pemberantasan korupsi, yakni Ketua KPK, Juru Bicara KPK, dan Biro Humas KPK. Mereka adalah pihak yang diasumsikan mengetahui strategi komunikasi politik Juru Bicara dan Biro Humas KPK. Sementara pemangku kepentingan lainnya yang berfungsi sebagai *informan* (narasumber) dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang bertindak selaku penangkap pesan dari aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh KPK. Penentuan *informan* ini tidak didasarkan pada jumlah tertentu melainkan dianggap mampu mewakili unsur-unsur yang ada di masyarakat. Peneliti melakukan wawancara terhadap Wakil Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, Wakil Ketua Komisi III DPR, Aktivist Anti Korupsi, Pimpinan Media Massa dan para jurnalis yang meliput di

KPK. Penjabaran lengkap mengenai subyek penelitian dan posisi informan (narasumber) dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel III.3
Subyek dan Narasumber Penelitian

No	Nama	Jabatan	Fungsi	Keterangan
1	Johan Budi SP	Juru Bicara KPK/ Kepala Biro Humas KPK	Subyek	Mengetahui strategi media relations KPK dalam pembentukan citra dan opini publik
2	Priharsa Nugraha	Kepala bagian pemberitaan, publikasi, dan pelayanan informasi biro humas KPK	Subyek	Mengetahui strategi media relations KPK dalam pembentukan citra dan opini publik
3	Abraham Samad	Komisioner KPK	Subyek	Mengetahui strategi media relations KPK dalam pembentukan citra dan opini publik
4	Denny Indrayana	Wakil Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, RI	Informan	Mewakili Pemerintah, Penangkap Pesan Komunikasi yang dilakukan oleh KPK
5	Tjatur Sapto Edy	Wakil Ketua Komisi III DPR	Informan	Mitra Kerja KPK, Penangkap Pesan Komunikasi yang dilakukan oleh KPK

6	Danang Widyoko	Koordinator Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM Anti Korupsi, Indonesia Corruption Watch (ICW)	Informan	Mewakili publik, Penangkap Pesan Komunikasi yang dilakukan oleh KPK
7	Wahyu Muryadi	Pemimpin Redaksi Majalah TEMPO	Informan	Mewakili publik, Penangkap Pesan Komunikasi yang dilakukan oleh KPK
8	Billy Khaeruddin	Jurnalis Harian KOMPAS	Informan	Mewakili publik, Penangkap Pesan Komunikasi yang dilakukan oleh KPK
9	Dolly Ramadhon	Jurnalis Sindo Trijaya Radio	Informan	Mewakili publik, Penangkap Pesan Komunikasi yang dilakukan oleh KPK

Selain melakukan wawancara, peneliti juga mengkaji dokumen-dokumen KPK yang memiliki kaitan dengan strategi media relations KPK dalam mempertahankan citra dan pembentukan opini publik.

3.6 Prosedur Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan paling penting dalam penyelesaian suatu penelitian ilmiah. Seluruh data yang telah berhasil dikumpulkan tidak akan memiliki makna dan tidak berarti jika tidak dilakukan analisis. Karena itu, analisis data dimaksudkan untuk memberikan arti, makna, dan nilai yang terkandung di dalam data-data tersebut.

Ada sejumlah definisi mengenai analisis data. Menurut Patton, analisis data merupakan proses mengatur urutan data serta mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. (Patton, 1984: 268)

Sementara itu, Bogdan dan Taylor mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. (Bogdan and Taylor, 1975: 79)

Definisi analisis data versi Patton sangat menitikberatkan pada pengorganisasian data. Sementara itu, definisi analisis data milik Bogdan dan Taylor lebih menekankan maksud dan tujuan dari analisis data itu sendiri. Dari kedua definisi itu dapat disimpulkan analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis sebagaimana disarankan oleh data. Pada prinsipnya analisis data kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Salah satu teknik analisis data kualitatif paling populer diperkenalkan oleh Miles dan Huberman.

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga data menjadi jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi ada tiga, yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. (Miles and Huberman, 1984)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, menyinkronkan yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. (Miles and Huberman, 1984)

Tahap-tahap dalam reduksi data meliputi sebagai berikut: (1) Meringkaskan data kontak langsung dengan orang, kejadian, dan situasi di lokasi penelitian. Pada tahap ini peneliti juga memilih dan meringkas dokumen-dokumen yang relevan; (2) Melakukan pengkodean; (3) Pembuatan catatan obyektif. Peneliti perlu mencatat sekaligus mengklasifikasikan dan mengedit jawaban atau situasi sebagaimana adanya; (4) Membuat catatan reflektif dengan cara menuliskan apa yang terpikir oleh peneliti dalam kaitan dengan catatan obyektif tersebut. Namun, harus dipisahkan antara catatan obyektif dan catatan reflektif; (5) Membuat catatan marginal berupa komentar peneliti mengenai substansi; (6) Penyimpanan data dengan diperhatikan pemberian label, memiliki format seragam, dan menggunakan angka indeks dengan sistem terorganisasi baik; (7) Pembuatan memo berupa teoritisasi atau konseptualisasi ide dimulai dengan pengembangan pendapat atau porposisi; (8) Analisis antarlokasi. Hal ini dilakukan jika ada kemungkinan studi dilakukan pada lebih dari satu lokasi., dan (9) Pembuatan ringkasan sementara antar lokasi. Isi dari ringkasan ini lebih bersifat matriks mengenai ada tidaknya data yang dicari pada setiap lokasi. (Miles and Huberman, 1984).

Penyajian data adalah kegiatan menyusun sekumpulan informasi sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah dipahami dan merencanakan kerja penelitian selanjutnya. Pada tahap penyajian data ini peneliti berusaha untuk menyusun data relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu. Proses dari hal itu dapat dilakukan dengan cara menampilkan data dan membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian. Penyajian data secara baik merupakan salah satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid. Bentuk-bentuk penyajian data hasil penelitian kualitatif antara lain, teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk terpadu sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat, atau justru perlu melakukan analisis kembali. (Miles and Huberman, 1984)

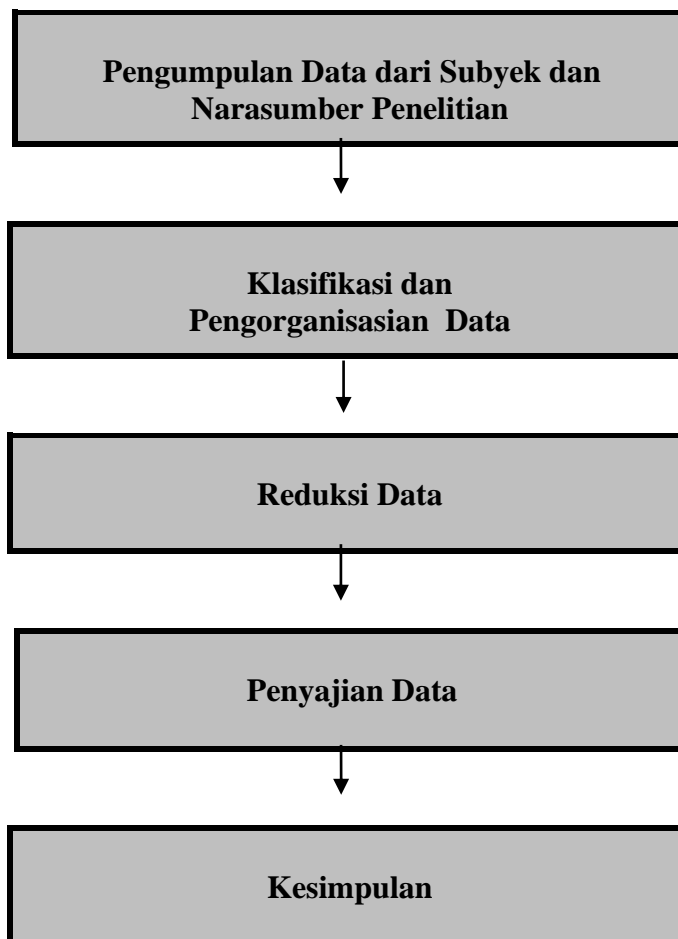
Langkah selanjutnya adalah tahap penarikan kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti pendukung. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti ini dinamakan verifikasi data. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung bukti-bukti kuat atau konsisten dengan kondisi yang ditemukan saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang diperoleh dapat dikatakan kredibel. Langkah verifikasi yang dilakukan peneliti sebaiknya masih tetap terbuka untuk menerima masukan data. Meskipun demikian, pada tahap ini

peneliti sebaiknya sudah memutuskan antara data yang memiliki makna dengan data yang tidak diperlukan atau tidak bermakna. (Miles and Huberman, 1984)

Penarikan kesimpulan penelitian kualitatif diharapkan merupakan temuan baru. Temuan itu dapat berupa deskripsi mengenai suatu objek yang sebelumnya belum jelas menjadi jelas setelah dilakukan penelitian. Temuan itu juga dapat berupa hubungan kausal, hipotesis, atau teori. (Miles and Huberman, 1984)

Dari berbagai penjelasan diatas, maka tabel sederhana yang menggambarkan analisa data dalam penelitian ini disajikan pada tabel III.4.mengenai Tahap Analisis Data

Tabel III.4
Tahap Analisis Data



Analisis hasil penelitian dilakukan berdasarkan data informasi yang dikumpulkan melalui proses wawancara terhadap subyek dan narasumber yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3.7 . Keterbatasan Penelitian

Dalam setiap penelitian, selalu akan dijumpai keterbatasan. Keterbatasan ini menggambarkan hal-hal yang tidak dapat dijangkau selama penelitian. Adapun untuk penelitian mengenai: “Strategi Media Relations Juru Bicara dan Biro Humas KPK dalam Mempertahankan Citra dan Pembentukan Opini” ini, keterbatasan yang peneliti temukan adalah banyaknya jumlah narasumber dan media yang sejatinya bisa dimunculkan sebagai sumber data dan informasi penelitian, mengingat isu pemberantasan korupsi saat ini mendapatkan perhatian yang begitu besar di masyarakat. Namun mengingat terbatasnya waktu penelitian dan juga ketersediaan waktu para narasumber ini, maka pemilihan narasumber lebih didasarkan pada asumsi bahwa mereka telah mewakili berbagai pemangku kepentingan yang ada di wilayah pemberantasan korupsi.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

4.1 Subyek Penelitian

4.1.1 Konteks Sosial Politik Kelahiran KPK

Di Indonesia tindak pidana korupsi telah ada sejak dulu dan berkembang secara sistemik. Bagi banyak orang korupsi bukan lagi merupakan suatu pelanggaran hukum, melainkan sekedar suatu kebiasaan atau sesuatu yang dianggap biasa. Hal itu kemudian mendorong pemikiran untuk melakukan pemberantasan korupsi di Indonesia.

Pemberantasan korupsi di Indonesia sesungguhnya telah berjalan sejak puluhan tahun lalu. Bahkan, hampir sama dengan usia republik ini. Untuk mengatasi hal itu sejak dulu diterbitkan berbagai peraturan perundang-undangan dan pembentukan lembaga untuk melakukan pemberantasan korupsi. Sejarah mencatat paling tidak ada enam lembaga pemberantasan korupsi yang pernah dibentuk, yaitu operasi militer tahun 1957, tim pemberantasan korupsi tahun 1967, operasi tertib tahun 1977, tim optimalisasi penerimaan negara dari sektor pajak tahun 1987, tim gabungan pemberantasan tindak pidana korupsi tahun 1999, dan tim pemberantasan tindak pidana korupsi tahun 2005.

Peningkatan transparansi penyelenggara negara telah menjadi perhatian pemerintah sejak tahun 1957. Semangat itu tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 48 Tahun 1957. Bahkan, kepala staf angkatan darat saat itu Abdul Haris Nasution selaku penguasa militer menetapkan Peraturan Penguasa Militer Nomor Prt/PM/06/1957 tentang Pemberantasan Korupsi. Salah satu aspek

penting dalam peraturan itu adalah membentuk suatu unit kerja yang bertugas menilik harta benda setiap orang yang disangka, didakwa atau sepatutnya disangka melakukan korupsi, termasuk harta benda suami, istri, anak atau badan/institusi yang diurus pelaku bersangkutan. Pada era orde baru lahir Keputusan Presiden Nomor 52 Tahun 1970 tentang Pendaftaran Kekayaan Pribadi Pejabat Negara/Pegawai Negeri/Anggaran Bersenjata Republik Indonesia. Pada awal era reformasi dibentuk Komisi Pemeriksa Kekayaan Penyelenggara Negara dengan berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara Yang Bersih Kolusi Korupsi dan Nepotisme. Komisi Pemeriksa Kekayaan Penyelenggara Negara berhasil meletakkan fondasi dasar bagi mekanisme pelaporan kekayaan penyelenggara negara. Selain itu, dibentuk juga lembaga sejenis lain seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan Tim Gabungan Pemberantas Tindak Pidana Korupsi. (Jasin, 2012)

Kehadiran berbagai peraturan perundang-undangan dan lembaga pemberantasan korupsi itu ternyata tidak cukup mampu membawa Indonesia menjadi negara bersih dari tindak pidana korupsi. Ada beberapa faktor utama penyebab hal itu, yakni: (1) Dasar hukum untuk melaksanakan tugas dan fungsi dalam pemberantasan korupsi tidak kuat; (2) Program pemberantasan korupsi tidak dilakukan secara sistematis dan terintegrasi; (3) Lembaga pemberantasan korupsi yang dibentuk tidak memiliki mandat atau tidak melakukan program pencegahan. Selain itu, penindakan tindak pidana korupsi dilaksanakan secara sporadis sehingga tidak menyurutkan pelaku korupsi lain dalam melakukan pelanggaran sama; (4) Tidak memiliki sistem sumber daya manusia baik, sistem

rekrutmen tidak transparan, program pendidikan dan pelatihan tidak dirancang untuk meningkatkan profesionalisme pegawai dalam bekerja sehingga tidak memiliki kompetensi yang cukup dalam melaksanakan tugas dalam pemberantasan korupsi, dan (5) Tidak didukung sistem manajemen keuangan yang transparan dan akuntabel. Sistem penggajian pegawai yang tidak memadai, mekanisme pengeluaran anggaran tidak efisien, dan pengawasan penggunaan anggaran lemah. (Jasin, 2012)

Singkatnya, korupsi merupakan kejahatan luar biasa (*extra ordinary crime*) karena tidak hanya merugikan keuangan negara, tapi juga menghambat pembangunan nasional. Dibutuhkan pola pemberantasan luar biasa pula untuk mengatasi hal itu. Atas dasar pemikiran itu, pada tahun 2003 dibentuk sebuah komisi independen bernama KPK. Komisi ini dibentuk dengan tujuan untuk mengatasi, menanggulangi, dan memberantas korupsi di Indonesia. Pembentukan KPK merupakan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.

4.1.2 Tugas, Wewenang, dan Kewajiban KPK

Sebagaimana diungkapkan di atas, KPK dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi. KPK diberikan amanat untuk melakukan pemberantasan korupsi secara profesional, intensif, dan berkesinambungan dengan tujuan untuk mewujudkan masyarakat adil, makmur, dan sejahtera. (Tim Penyusun Laporan Tahunan KPK 2011, 2011: 11)

KPK merupakan lembaga negara bersifat independen yang dalam melaksanakan tugas dan wewenang bebas dari kekuasaan manapun. Ada pun tugas KPK dimaksud, sebagaimana tercantum dalam Pasal 6 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, adalah: (1) Melakukan koordinasi dengan instansi yang berwenang melakukan pemberantasan tindak pidana korupsi; (2) Supervisi terhadap instansi berwenang melakukan pemberantasan tindak pidana korupsi; (3) Melakukan penyelidikan, penyidikan, dan penuntutan terhadap tindak pidana korupsi; (4) Melakukan tindakan-tindakan pencegahan tindak pidana korupsi, dan (5) Melakukan monitor terhadap penyelenggaraan pemerintahan negara.

Sementara itu, seperti tercantum dalam Pasal 7 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002, dalam menjalankan tugas koordinasi KPK diberikan kewenangan untuk: (1) Mengkoordinasikan penyelidikan, penyidikan, dan penuntutan tindak pidana korupsi; (2) Menetapkan sistem pelaporan dalam kegiatan pemberantasan tindak pidana korupsi; (3) Meminta informasi tentang kegiatan pemberantasan tindak pidana korupsi kepada instansi terkait; (4) Melaksanakan dengar pendapat atau pertemuan dengan instansi berwenang melakukan pemberantasan tindak pidana korupsi, dan (5) Meminta laporan instansi terkait mengenai pencegahan tindak pidana korupsi.

Sedangkan dalam menjalankan tugas supervisi, sebagaimana tercantum dalam Pasal 8 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002, KPK berwenang untuk melakukan pengawasan, penelitian, atau penelaahan terhadap instansi yang menjalankan tugas dan wewenang yang berkaitan dengan pemberantasan tindak pidana korupsi dan instansi yang melaksanakan pelayanan publik. Selain itu,

KPK juga dapat mengambil alih penyidikan atau penuntutan terhadap pelaku tindak pidana korupsi yang sedang dilakukan kepolisian atau kejaksaan. Kepolisian atau kejaksaan wajib menyerahkan tersangka dan seluruh berkas perkara beserta alat bukti dan dokumen lain yang diperlukan dalam waktu paling lama 14 hari kerja terhitung sejak tanggal diterima permintaan KPK.

Meskipun demikian, KPK tidak otomatis dapat melakukan pengambilalihan penyidikan dan penuntutan kasus atau perkara dari kepolisian atau kejaksaan. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 9 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002, pengambilalihan itu dapat dilakukan KPK atas sejumlah alasan tertentu, seperti laporan masyarakat mengenai tindak pidana korupsi tidak ditindaklanjuti, proses penanganan tindak pidana korupsi secara berlarut-larut atau tertunda-tunda tanpa alasan yang dapat dipertanggungjawabkan, penanganan tindak pidana korupsi ditujukan untuk melindungi pelaku tindak pidana korupsi; penanganan tindak pidana korupsi mengandung unsur korupsi, ada hambatan penanganan tindak pidana korupsi karena campur tangan lembaga-lembaga negara, dan keadaan lain yang menurut pertimbangan kepolisian atau kejaksaan penanganan tindak pidana korupsi sulit dilaksanakan secara baik dan dapat dipertanggungjawabkan.

Berbeda dengan organisasi antikorupsi di negara lain, KPK memiliki tugas dan wewenang dalam penyelidikan, penyidikan, dan penuntutan sebagaimana diamanatkan Pasal 11 dan 12 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002. Namun, tidak semua ranah korupsi dapat ditangani KPK. Komisi independen ini hanya menangani korupsi yang melibatkan aparat penegak hukum, penyelenggara negara, dan orang lain yang memiliki kaitan dengan

tindak pidana korupsi yang dilakukan aparat penegak hukum atau pejabat negara. Selain itu, juga harus merupakan kasus korupsi yang mendapat perhatian dan meresahkan masyarakat luas. Satu hal lain yang tidak kalah penting sebagai prasyarat agar kasus korupsi dapat ditangani KPK adalah mengenai jumlah kerugian yang ditimbulkan. Undang-undang mengamanatkan KPK hanya bisa menangani kasus korupsi jika menyangkut kerugian negara paling sedikit satu miliar rupiah.

Dalam melaksanakan tugas penyelidikan, penyidikan, dan penuntutan undang-undang memberikan berbagai kewenangan kepada KPK. Pasal 11 dan 12 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002 memaparkan kewenangan-kewenangan KPK adalah melakukan penyadapan dan merekam pembicaraan, memerintahkan kepada instansi terkait untuk melarang seseorang bepergian ke luar negeri, meminta keterangan kepada bank atau lembaga keuangan lain tentang keadaan keuangan tersangka atau terdakwa yang sedang diperiksa, dan memerintahkan kepada bank atau lembaga keuangan lain untuk memblokir rekening yang diduga hasil dari korupsi.

Selain itu, seperti tercantum dalam Pasal 12 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002, KPK juga berwenang memerintahkan kepada pimpinan atau atasan tersangka untuk memberhentikan sementara tersangka dari jabatan, meminta data kekayaan dan data perpajakan tersangka atau terdakwa kepada instansi terkait, dan menghentikan sementara segala transaksi atau pencabutan sementara perizinan yang dilakukan atau dimiliki tersangka atau terdakwa yang diduga berdasarkan bukti awal yang cukup memiliki hubungan dengan tindak pidana korupsi yang sedang diperiksa.

Lalu, terkait dengan kerja sama dengan pihak penegak hukum dan instansi lain dalam proses penyelidikan, penyidikan, dan penuntutan KPK berwenang meminta bantuan interpol Indonesia atau instansi penegak hukum negara lain untuk melakukan pencarian, penangkapan, dan penyitaan barang bukti di luar negeri. Selain itu, KPK juga berwenang untuk meminta bantuan kepolisian atau instansi lain terkait untuk melakukan penangkapan, penahanan, penggeledahan, dan penyitaan dalam perkara tindak pidana korupsi yang sedang ditangani. Hal itu ditegaskan dalam Pasal 12 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002.

Sementara itu, dalam Pasal 13 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002, terkait langkah dan upaya pencegahan tindak pidana korupsi, KPK berwenang melakukan pendaftaran dan pemeriksaan terhadap laporan harta kekayaan pejabat negara, menerima laporan dan menetapkan status gratifikasi, menyelenggarakan program pendidikan antikorupsi pada setiap jenjang pendidikan, merancang dan mendorong terlaksananya program sosialisasi pemberantasan tindak pidana korupsi, melakukan kampanye antikorupsi kepada masyarakat umum, dan melakukan kerja sama bilateral atau multilateral dalam pemberantasan tindak pidana korupsi.

Dalam peningkatan efisiensi dan efektivitas serta mencegah tindak pidana korupsi di lembaga negara dan pemerintahan, Pasal 14 Undang-undang Nomor 30 tahun 2002 memberikan KPK tugas monitoring dengan kewenangan sebagai berikut: (1) Melakukan pengkajian terhadap sistem pengelolaan administrasi di semua lembaga negara dan pemerintah; (2) Memberikan saran kepada pimpinan lembaga negara dan pemerintah untuk melakukan perubahan

jika berdasarkan hasil pengkajian berpotensi korupsi, dan (3) Melaporkan kepada presiden, DPR, dan BPK jika saran KPK mengenai usulan perubahan itu tidak diindahkan.

Selain mengatur tugas dan wewenang KPK, Undang-undang Nomor 30 tahun 2002 juga mengatur sejumlah kewajiban KPK. Menurut Pasal 14 Undang-Undang Nomor 30 tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, kewajiban-kewajiban KPK dimaksud adalah sebagai berikut: (1) Memberikan perlindungan terhadap saksi atau pelapor yang menyampaikan laporan ataupun memberikan keterangan mengenai terjadinya tindak pidana korupsi; (2) Memberikan informasi kepada masyarakat yang memerlukan atau memberikan bantuan untuk memperoleh data lain yang berkaitan dengan hasil penuntutan tindak pidana korupsi yang ditangani; (3) Menyusun laporan tahunan dan menyampaikannya kepada presiden, DPR, dan BPK; (4) Menegakkan sumpah jabatan, dan (5) Menjalankan tugas, tanggung jawab, dan wewenang.

4.1.3 Struktur Organisasi KPK

Dalam hal aspek kelembagaan ketentuan mengenai struktur organisasi KPK diatur sedemikian rupa sehingga memungkinkan masyarakat luas tetap dapat berpartisipasi dalam aktivitas dan langkah-langkah yang dilakukan KPK. Selain itu, juga agar pelaksanaan program kampanye publik dapat dilakukan secara sistematis dan konsisten sehingga kinerja KPK dapat diawasi masyarakat luas. Berdasarkan Lampiran Peraturan Pimpinan KPK Nomor PER-08/XII/2008 tanggal 30 Desember 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja KPK, struktur organisasi KPK terdiri atas pimpinan, penasehat, deputi dan sekretasi jenderal,

direktur, dan kepala biro. Pimpinan KPK terdiri dari lima orang, yaitu seorang ketua merangkap anggota dan empat orang wakil ketua merangkap anggota. (Tim Penyusun Laporan Tahunan KPK 2011, 2011: 13)

Kelima pimpinan KPK itu merupakan pejabat negara. Mereka berasal dari unsur pemerintahan dan unsur masyarakat sehingga sistem pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap kinerja KPK dalam melakukan penyelidikan, penyidikan, dan penuntutan terhadap tindak pidana korupsi tetap melekat pada KPK. Sesuai Undang-undang Nomor 30 tahun 2002, pimpinan KPK memegang jabatan selama empat tahun dan dapat dipilih kembali hanya untuk sekali masa jabatan. (Tim Penyusun Laporan Tahunan KPK 2011, 2011: 13)

Pimpinan KPK membawahkan empat bidang terdiri atas bidang pencegahan, penindakan, informasi dan data, dan pengawasan internal dan pengaduan masyarakat. Masing-masing bidang itu dipimpin oleh seorang deputi. Sementara itu, dalam melaksanakan tugas dan wewenang KPK juga dibantu Sekretariat Jenderal yang dipimpin seorang sekretaris jenderal. Sekretaris jenderal KPK diangkat dan diberhentikan oleh Presiden Republik Indonesia, tapi bertanggung jawab kepada pimpinan KPK. (Tim Penyusun Laporan Tahunan KPK 2011, 2011: 13)

Untuk menjamin perkuatan pelaksanaan tugas dan wewenang KPK mengangkat tim penasehat yang terdiri atas empat anggota dan berasal dari berbagai bidang kepakaran. Tim penasehat ini berfungsi memberikan nasihat dan pertimbangan sesuai dengan bidang kepakaran masing-masing anggota

kepada KPK dalam pelaksanaan tugas dan wewenang KPK. (Tim Penyusun Laporan Tahunan KPK 2011, 2011: 13)

4.1.4 Komisioner KPK dari Masa ke Masa

Dalam struktur organisasi KPK dipimpin lima orang komisioner sebagai pimpinan dengan masa jabatan selama empat tahun dan dapat dipilih kembali hanya untuk sekali masa jabatan. Lima orang komisioner KPK itu dipilih DPR melalui uji kelayakan dan kepatutan (*test and proper test*). Sebelum sampai kepada tahapan uji kelayakan dan kepatutan calon-calon pimpinan KPK dijangar secara terbuka melalui panitia seleksi yang dibentuk pemerintah. Keanggotaan panitia seleksi terdiri atas unsur pemerintah dan unsur masyarakat.

Lebih lanjut mengenai pimpinan KPK diatur dalam Pasal 21 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2002. Pasal 21 Ayat 1 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2002 mengatakan KPK terdiri dari lima orang pimpinan, empat orang tim penasehat, dan pegawai-pegawai KPK sebagai pelaksan tugas. Kemudian Pasal 21 Ayat 2 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2002 disebutkan dari lima orang komisioner tersebut terdapat satu orang komisioner menjabat sebagai ketua dan empat orang komisioner lain menjabat sebagai wakil ketua. Sementara itu, Pasal 21 Ayat 5 Undang-undang Nomor 30 Tahun 2002 mengatakan bahwa dalam menjalankan fungsi sebagai pimpinan KPK lima orang komisioner bekerja secara kolektif kolegial.

Ada pun pimpinan KPK melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut: (1) Mengambil keputusan strategis dan memimpin pelaksanaan tugas KPK secara kolegial; (2) Menyiapkan kebijakan nasional dan kebijakan umum tentang

pemberantasan korupsi; (3) Membina dan melaksanakan kerjasama dengan instansi dan organisasi lain dalam pemberantasan korupsi; (4) Mengangkat dan memberhentikan seseorang untuk menjadi penasihat dan pegawai KPK; (5) Mengangkat dan memberhentikan pegawai untuk jabatan deputy, direktur, kepala biro, kepala sekretariat, kepala bagian dan koordinator sekretaris pimpinan, dan (5) Mengusulkan kepada presiden untuk mengangkat dan memberhentikan sekretaris jenderal. (“Profil Pimpinan” diakses tanggal 17 Februari 2013 dari <http://www.kpk.go.id/id/tentang-kpk/profil-pimpinan>)

Pimpinan KPK membawahi tim penasihat, deputy bidang pencegahan, deputy bidang penindakan, deputy bidang informasi dan data, deputy bidang pengawasan internal dan pengaduan masyarakat, dan sekretariat jenderal. Sementara itu, dalam hal pelaksanaan tugas pimpinan KPK bertanggung jawab kepada publik dan menyampaikan laporan secara terbuka dan berkala kepada presiden, DPR, dan BPK. (“Profil Pimpinan” diakses tanggal 17 Februari 2013 dari <http://www.kpk.go.id/id/tentang-kpk/profil-pimpinan>)

4.1.4.1 Era Taufiequrachman Ruki

Pada tanggal 16 Desember 2003, seorang alumni Akademi Kepolisian tahun 1971 Taufiequrachman Ruki dilantik menjadi Ketua KPK. Di bawah kepemimpinan Taufiequrachman Ruki KPK hendak memposisikan diri sebagai katalisator bagi aparat dan institusi lain untuk terciptanya pemerintahan baik dan bersih di Indonesia. Taufiequrachman Ruki didampingi empat orang wakil ketua, yaitu Amien Sunaryadi, Ery Riyana Hardjapamekas, Tumpak Hatorangan Panggabean, dan Sjahrudin Rasul.

Ketika itu KPK mencatat prestasi gemilang dalam pemberantasan tindak pidana korupsi berupa penyelamatan uang negara sebesar Rp. 161.899.419.710 dan penanganan 45 kasus perkara korupsi. Beberapa kasus besar yang berhasil ditangani KPK era Taufiequrachman Ruki antara lain pengadaan helikopter Rusia jenis MI-2 merek PLC Rostov di Aceh senilai Rp 10 miliar dengan tersangka Gubernur Nangroe Aceh Darussalam Abdullah Puteh, kasus suap terhadap anggota BPK senilai Rp 229, 8 juta dengan tersangka anggota KPU Mulyana W Kusumah korupsi dana konsentrasi Departemen Kelautan dan Perikanan senilai Rp 15 miliar dengan tersangka Menteri Kelautan dan Perikanan Rokhmin Damhuri divonis 7 tahun penjara, kasus suap pada pengadaan lahan Komisi Yudisial Rp 600 juta dengan tersangka Irawadi Joenoes, dan korupsi anggaran Kabupaten Kutai Kartanegara senilai Rp 113 miliar dengan tersangka Bupati Kutai Kartanegara Syaukani Hassan Rais. KPK di bawah kepemimpinan Taufiequrachman Ruki juga mengalami sejumlah serangan dan hambatan seperti judicial review pasal penyadapan pada undang-undang KPK oleh Mulyana W Kusumah, pimpinan KPK sempat berjalan sendiri-sendiri, dan pimpinan dan Karyawan KPK sempat tidak bergaji karena sistem anggaran belum rapi. (Majalah Tempo, 31 Desember 2012-6 Januari 2013: 68)

4.1.4.2 Era Antasari Azhar

Kontroversi saat menjabat sebagai kepala Kejaksaan Negeri Jakarta Selatan yang gagal mengeksekusi Tommi Soeharto tidak menghalangi langkah Antasari Azhar menjadi Ketua KPK. Antasari Azhar berhasil mengungguli

calon lain Chandra M Hamzah dengan memperoleh 41 suara dalam pemungutan suara di Komisi III DPR. Antasari Azhar didampingi empat orang wakil ketua, yaitu Bibit Samad Riyanto, Chandra M Hamzah, Haryono Umar, dan Mochammad Jasin.

Ketika itu KPK mencatat prestasi gemilang dalam pemberantasan tindak pidana korupsi berupa penyelamatan uang negara sebesar Rp 134.7 miliar, penyelamatan aset negara Rp 152.9 triliun, dan penanganan 135 kasus perkara korupsi. Salah satu kasus besar yang berhasil ditangani KPK saat itu adalah penangkapan Jaksa Urip Tri Gunawan dan Artalyta Suryani dalam kaitan penyuaan kasus Bantuan Likuiditas Bank Indonesia Syamsul Nursalim. (Majalah Tempo, 31 Desember 2012-6 Januari 2013: 68)

Di masa itu KPK juga mengalami sejumlah serangan dan hambatan serius, antara lain penetapan status tersangka dan penahanan terhadap Antasari Azhar dalam kasus pembunuhan Nasrudin Zulkarnaen, usul pembubaran KPK yang dilontarkan sejumlah anggota DPR, kriminalisasi terhadap Bibit Samad Riyanto dan Chandra M Hamzah, Kepala Bareskrim Komisaris Jenderal Susno Duadji menyerang KPK karena penyadapan yang dilakukan KPK, dan Komisi III DPR mengulur-ulur penunjukan pelaksana tugas pimpinan KPK setelah Antasari Azhar dicopot dari jabatan ketua KPK. (Majalah Tempo, 31 Desember 2012-6 Januari 2013: 68)

4.1.4.3 Era Tumpak Hatorangan Panggabean

Pada tanggal 6 Oktober 2009, Presiden SBY melantik Tumpak Hatorangan Panggabean sebagai pelaksana tugas sementara KPK. Pengangkatan

itu berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (Perpu) Nomor 4 Tahun 2009. Pengangkatan Tumpak Hatorangan Panggabean dilakukan untuk mengisi kekosongan pimpinan KPK setelah Antasari Azhar dinonaktifkan dan diberhentikan akibat tersangkut kasus pembunuhan terhadap Nasrudin Zulkarnaen.

Di bawah kepemimpinan Tumpak Hatorangan Panggabean KPK berhasil menjerat mantan Menteri Sosial Bachtiar Chamsyah sebagai tersangka dalam kasus dugaan korupsi pengadaan mesin jahit dan impor sapi. Selain itu, KPK juga berhasil menetapkan Gubernur Kepulauan Riau Ismet Abdullah sebagai tersangka kasus dugaan korupsi pengadaan mobil kebakaran. Pada tanggal 15 Maret 2010, Tumpak Hatorangan Panggabean diberhentikan dengan Keputusan Presiden Nomor 33/P/2010 karena perpanjangan Perpu Nomor 4 Tahun 2009 ditolak DPR.

4.1.4.4 Era Busyro Muqoddas

Penolakan DPR terhadap perpanjangan Perpu Nomor 4 Tahun 2009 mengenai pengangkatan Tumpak Hatorangan Panggabean sebagai ketua KPK mengharuskan Presiden SBY bersama DPR mengangkat seorang pimpinan KPK baru secara defenitif. Pada tanggal 25 November 2010, Busyro Muqoddas terpilih sebagai pimpinan KPK setelah melalui proses pemungutan suara di DPR mengalahkan calon lain Bambang Widjojanto. Dari 55 suara anggota Komisi III DPR ada 34 suara diberikan kepada Busyro Muqoddas. Sedangkan Bambang Widjojanto memperoleh 20 suara. Ada pun satu suara *abstain*. Kemudian dalam pemilihan ketua KPK Busyro Muqoddas juga menggungguli anggota-anggota

KPK lain dengan mengumpulkan 43 suara. Sementara itu, Bibit Samad Riyanto mengumpulkan 10 suara, Mochammad Jassin dua suara, Chandra M Hamzah dan Haryono Umar tidak mendapatkan suara.

Di bawah kepemimpinan Busro Muqoddas KPK berhasil menuntaskan beberapa kasus besar, seperti korupsi alih fungsi hutan lindung di Pulau Bintan, Riau, dengan tersangka anggota Komisi VI DPR Al-Amin Nasution, korupsi pengadaan mobil pemadam kebakaran dengan Menteri Dalam Negeri Hari Sabarno, kasus cek pelawat pemilihan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia dengan tersangka 23 orang anggota DPR periode tahun 1999-2004, dan kasus korupsi pembangunan Wisma Atlet, Palembang, Sumatera Selatan dengan tersangka mantan bendahara Partai Demokrat Muhammad Nazaruddin. (Majalah Tempo, 31 Desember 2012-6 Januari 2013: 68)

4.1.4.5 Era Abraham Samad

Pada tanggal 2 Desember 2011, komposisi pimpinan KPK jilid III terbentuk. Empat nama muncul sebagai pimpinan KPK baru berdasarkan hasil voting dari 56 anggota Komisi III DPR. Keempat nama itu adalah Abraham Samad, Bambang Widjojanto, Adnan Pandu Praja, dan Zulkarnain. Kemudian dalam pemilihan ketua KPK Abraham memenangkan voting dengan meraih suara sebesar 43 suara. Lima orang komisioner KPK jilid III ini digadagadag sebagai *the dream team* lantaran sama-sama memiliki latar belakang ilmu hukum dan jam terbang cukup panjang di bidang hukum baik sebagai akademisi, aktivis, praktisi maupun pejabat di institusi-institusi penegakan hukum.

Abraham Samad sebelum menjadi ketua KPK bergelut di bidang hukum sebagai aktivis antikorupsi sekaligus pendiri *Anti Corruption Committee*. *Anti Corruption Committee* merupakan sebuah lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam kegiatan pemberantasan korupsi, terutama di Sulawesi Selatan.

Busyro Muqqodas bukan merupakan nama baru di lingkungan KPK. Mantan ketua Komisi Yudisial ini pernah menjadi ketua KPK menggantikan Antasari Azhar. Di lingkungan akademisi Busyro memiliki pengalaman menjadi pembantu dekan fakultas hukum Universitas Islam Indonesia selama kurun waktu tahun 1986-1990.

Bambang Widjojanto tercatat pernah menjabat sebagai ketua dewan pengurus Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia (YLBHI) periode 1995-2000. Selain itu, doktor ilmu hukum lulusan Universitas Padjajaran ini juga dikenal vokal menyuarakan pemberantasan korupsi di Indonesia.

Adnan Pandu Praja selama dua periode pernah menjadi anggota Kopolnas. Peraih gelar master ilmu hukum dari University of Technology, Australia, ini juga pernah menjabat sebagai wakil sekretaris umum Himpunan Konsultan Hukum Pasar Modal.

Sementara itu, Zulkarnaen pernah menjabat sebagai staf ahli jaksa agung sebelum menjadi komisioner KPK. Sejak lama ia memang dikenal memiliki rekam jejak panjang sebagai pejabat internal di lingkungan kejaksaan, seperti kejaksaan Sumatera Utara.

Di bawah kepemimpinan Abraham Samad KPK berhasil menuntaskan beberapa kasus besar, seperti kasus cek pelawat pemilihan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia dengan tersangka Miranda Gultom dan Nunun Nurbaeti,

kasus suap pembangunan Wisma Atlet Palembang dengan tersangka Angelina Sondakh, kasus suap pengalokasian dana penyesuaian infrastruktur daerah Rp 6,25 miliar dengan tersangka Wa Ode Nurhayati, kasus korupsi pengadaan Al-Qur'an di Kementerian Agama dengan tersangka Zulkarnaen Djabar, kasus korupsi pengadaan simulator SIM dengan tersangka Gubernur Akademi Kepolisian Inspektur Jenderal Djoko Susilo, dan kasus korupsi proyek Sekolah Olahraga Nasional di Bukit Hambalang, Bogor, senilai 2,5 triliun dengan tersangka Andi Alfian Mallarangeng dan Anas Urbaningrum. (Majalah Tempo, 31 Desember 2012-6 Januari 2013: 68)

Di masa kepemimpinan Abraham Samad KPK juga tidak lepas dari berbagai serangan dan hambatan, seperti isu perpecahan di jajaran pimpinan KPK, penarikan penyidik dari KPK yang dilakukan Polri sehingga menghambat penuntasan sejumlah kasus penting, keberatan DPR terhadap rencana pembangunan gedung baru KPK, dan rencana penangkapan terhadap Novel Baswedan oleh Polda Bengkulu.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Penilaian Kinerja KPK dalam Pemberantasan Korupsi

Kelahiran KPK membawa kemajuan berarti dalam upaya pemberantasan korupsi di Indonesia. Hal ini antara lain dapat dilihat dari Indeks Persepsi Korupsi Indonesia yang terus mengalami perbaikan. Terakhir, Indeks Persepsi Korupsi Indonesia tahun 2011 berada pada level 3,0. Angka ini jauh lebih baik ketimbang Indeks Persepsi Korupsi Indonesia tahun 2004 ketika KPK baru

terbentuk. Saat itu Indeks Persepsi Korupsi Indonesia masih berada pada level 2,0.

Kemajuan dalam upaya pemberantasan korupsi selama keberadaan KPK juga dapat dilihat dari capaian-capaian kinerja komisi itu. Berdasarkan siaran pers akhir tahun KPK tahun 2011, dalam hal penyelamatan aset/kekayaan negara jumlah total yang berhasil diselamatkan dalam tahun 2011 sebesar Rp152.957.821.529.773. Jumlah itu terdiri atas penyelamatan potensi kerugian negara akibat pengalihan hak barang milik negara sebesar Rp532.198.228.000 dan penyelamatan keuangan negara dan kekayaan negara dari sektor hulu migas sebesar Rp152.425.623.301.773.

Dari angka itu diperkirakan jumlah kerugian negara akibat korupsi setiap tahun diperkirakan menembus angka triliunan rupiah. Padahal jika kerugian negara itu bisa diselamatkan, maka uang tersebut dapat digunakan untuk pembangunan dan kesejahteraan rakyat. Menurut hasil kalkulasi KPK jumlah kerugian negara tersebut dapat dialokasikan untuk: (1) Memberikan 1,57 juta unit rumah sederhana gratis; (2) Memberikan 14,3 miliar liter susu gratis kepada anak rawan gizi; (3) Memberikan sekolah gratis kepada 271 juta anak sekolah dasar selama satu tahun; (4) Memberikan sekolah gratis kepada 221 juta anak sekolah menengah pertama selama satu tahun; (5) Memberikan 18,5 miliar liter beras gratis bagi penduduk rawan pangan; (6) Membangun 1,24 juta unit ruang kelas sekolah dasar atau membangun 1,19 juta unit ruang kelas sekolah menengah pertama, dan (7) Memberikan 31,4 juta komputer untuk sekolah-sekolah. (Zaenuddin, 2011: 108-109)

Tingkat kepatuhan Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN) juga terus mengalami kenaikan. Jika pada tahun 2010 tingkat kepatuhan para penyelenggara negara dalam menyampaikan LHKPN sebesar 70,26%, maka pada tahun 2011 naik menjadi 79,95%.

Di samping itu, dalam kurun waktu delapan tahun berkiprah (2004-2012) KPK telah melakukan penyelidikan 480 kasus, penyidikan 278 kasus, dan penuntutan/vonis 222 kasus. Jumlah total tersangka dari kasus-kasus itu sebanyak 332 orang dengan rincian 65 anggota DPR/DPRD, 31 orang kepala daerah/wakil kepala daerah, tujuh orang komisioner, enam orang menteri/setingkat menteri, lima orang hakim, dan 218 orang berlatar belakang lain.

Selain data-data di atas kita juga dapat melihat melalui pemberitaan di media massa tidak sedikit pejabat negara masuk jeratan hukum KPK. Mereka terdiri dari anggota DPR, gubernur, walikota, bupati, mantan menteri hingga aparat penegak hukum. Kasus dugaan suap di Kementerian Pemuda dan Olahraga, kasus dugaan suap di Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi, dan kasus cek pelawat terkait pemilihan Miranda Goeltom sebagai Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia merupakan segelintir contoh kasus-kasus besar yang ditangani oleh KPK. Dapat dikatakan upaya pemberantasan korupsi KPK menyentuh semua lini ketatanegaraan baik eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Publik pun tersentak bercampur rasa kagum dengan sejumlah pencapaian positif KPK. Kepercayaan publik terhadap lembaga penegak hukum yang sempat pudar kembali tumbuh.

Keberadaan KPK juga mendapatkan apresiasi dari berbagai pihak, termasuk jajaran birokrasi pemerintahan dan lembaga legislatif yang selama ini menjadi salah satu tempat asal sebagian besar tersangka korupsi hasil investigasi KPK. Wakil Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, Deny Indrayana, sebagai salah satu unsur dari jajaran pemerintah yang dijadikan sebagai narasumber oleh peneliti mengungkapkan hal sebagai berikut:

Kami melihat pemberantasan korupsi semakin ada peningkatan, regulasi juga semakin baik, institusi pemberantasan korupsi dalam hal ini KPK semakin baik. Hal ini antara lain ditandai dengan Indeks Persepsi Korupsi Indonesia yang dikeluarkan dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan dan perbaikan. (Deny Indrayana, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Pentingnya keberadaan KPK sebagai institusi penegak hukum hasil reformasi dalam melakukan pemberantasan korupsi di Indonesia juga ditunjang oleh adanya iklim kebebasan pers atau media yang semakin bebas yang berfungsi melahirkan pengawasan penting bagi sistem anti korupsi. Hal ini seperti diungkapkan lebih lanjut oleh Deny Indrayana kepada peneliti sebagai berikut:

Kami melihat pemberantasan korupsi makin ada peningkatan. Regulasi makin baik, institusi pemberantasan korupsi dalam hal ini KPK makin baik, partisipasi publik makin tinggi, pers makin bebas, dan Indonesia makin demokratis. Semakin demokratis ini penting, karena semakin anti korupsi. Negara koruptif terjadi pada negara yang lebih otoriter. (Deny Indrayana, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Apresiasi bernada positif juga datang dari lembaga legislatif selaku mitra kerja KPK. Sebagai contoh, Tjatur Sapto Edy selaku wakil ketua Komisi III DPR mengapresiasi pencapaian-pencapaian KPK selama ini. Meskipun demikian, politisi Partai Amanat Nasional itu memberikan catatan penting terhadap keberadaan KPK. Tjatur mengatakan sebagai berikut:

Sangat wajar bila prestasi KPK melebihi lembaga-lembaga penegak hukum lain. Wewenang dan anggaran sangat besar dibanding penegak hukum lain. Tapi kalau kita buat *apple to apple* kewenangan, anggaran, dan prestasi, maka saya kira apa yang diperoleh KPK ini belum maksimal. (Tjatur Sapto Edy, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Kepercayaan masyarakat pada lembaga penegak hukum yang sempat pudar tumbuh kembali pada lembaga baru produk reformasi ini dan dukungan pun membumbung tinggi akan keberadaan KPK. Mengenai dukungan publik yang begitu tinggi pada upaya pemberantasan korupsi yang dilakukan oleh KPK, Komisioner KPK, Abraham Samad mengatakan:

Kalau saya lihat dukungan masyarakat itu luar biasa. Saya harus jujur mengatakan bahwa KPK bisa tetap kokoh sampai sekarang karena adanya dukungan publik yang besar. Seandainya dukungan publik tidak terlalu besar, *trust* tidak ada, maka saya pikir mungkin bisa dikatakan KPK sudah bisa digilas/ terkubur. Tapi karena adanya dukungan besar dari masyarakat, KPK masih bisa menjalankan fungsi-fungsi pemberantasan korupsi sampai saat ini. (Abraham Samad, Hasil Wawancara 28 Januari 2013)

Keberadaan media massa yang begitu massif saat ini membuat media media yang ada berupaya memberikan informasi yang menjadi kebutuhan publik. Pemberitaan mengenai KPK dan keberhasilan menangkap koruptor menjadi berita yang menyedot perhatian publik paling tinggi. Bisa dikatakan saat ini informasi pemberantasan korupsi dianggap penting oleh publik. Menanggapi fenomena ini, Pemimpin Redaksi Majalah Tempo, Wahyu Muryadi mengatakan pendapatnya sebagai berikut:

Kalau bagi kami dari sisi praktisi media atau jurnalis, isu korupsi itu adalah isu yang sangat serius. Kami yakin negara ini salah satunya menjadi *bobrok* karena memang yang namanya kejahatan luar biasa ini (*extra ordinary crime*) ini makin menjadi-jadi, makin gawat di tanah air ini, masuk ke segala sendi-sendi kehidupan, baik itu di sektor eksekutif, legislatif dan bahkan di yudikatif. Media dalam hal ini khususnya

Majalah Tempo tidak tinggal diam. Ketika kami terbit kembali pada akhir tahun 1998, kami memutuskan salah satu agenda setting atau isu-isu yang kami prioritaskan adalah isu mengenai korupsi.” (Wahyu Muryadi, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Berbagai prestasi KPK dalam melakukan pemberantasan korupsi diberitakan dengan begitu intensif. Hal ini diakui oleh Wahyu Muryadi yang mengatakan hal itu sebagai pilihan strategis dari setiap media yang ada saat ini, termasuk Tempo.

Kita selalu tunjukkan dukungan untuk KPK untuk terus konsisten memberantas korupsi dengan menyajikan pemberitaan yang bertubi-tubi mengenai korupsi ini, soal upaya-upaya busuk yang dilakukan oleh politikus busuk itu. Kami sajikan semuanya untuk publik dari halaman muka (*cover*), dalam berita maupun dalam opini media kami. Kami (Tempo) *kan* media yang nyaris konsisten, tanpa henti sambung menyambung terus memberitakan soal urgensi penguatan KPK.” (Wahyu Muryadi, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Sebagaimana dalam penjelasan sebelumnya yang menyebutkan keberadaan KPK yang menjadi satu-satunya lembaga penegak hukum yang masih dapat dipercaya, membuat dukungan publik begitu tinggi. Dukungan ini tentu harus dibayar mahal oleh KPK dengan kemampuan untuk terus menjaga kinerjanya dalam pemberantasan korupsi. Koordinator Lembaga Anti Korupsi, ICW (Indonesia Corruption Watch), Danang Widyoko, memiliki komentarnya sebagai berikut:

Makin lama tugas KPK semakin berat, karena ekspektasi publik semakin meningkat. Kalau menangkap bupati atau gubernur sudah bukan lagi berita, bahkan mantan menteri bukan berita. Publik menginginkan lebih daripada itu. Kalau KPK menangkap gubernur atau bupati, pasti akan dianggap KPK tidak bekerja, kinerjanya turun. (Danang Widyoko, Hasil Wawancara 22 November 2012)

4.2.2. Kehadiran dan Peran Juru Bicara KPK

Kemajuan teknologi informasi di era modern seperti saat ini membuat ruang publik dibanjiri dengan berbagai informasi. Kini publik tidak lagi dihadapkan pada persoalan mencari informasi, tetapi lebih dihadapkan pada persoalan melakukan pemilahan-pemilahan informasi. Beragam informasi itu tersebar di mana-mana dengan menggunakan media massa sebagai saluran. Hal itu kemudian membuat media massa menjadi salah satu bagian paling penting di dalam kehidupan manusia. Tidak sedetik pun momen kehidupan luput dari pandangan media massa serta tidak secelah pun informasi terabaikan oleh media massa. Media massa dinilai memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pola pikir dan persepsi masyarakat dalam menilai sebuah informasi. Media massa dapat dikatakan menjadi sebuah ruang publik bagi masyarakat untuk memperoleh informasi dan mengemukakan pendapat mengenai isu-isu publik. Di samping itu, pemberitaan dalam media massa dapat mempengaruhi opini publik dan diskusi di dalam masyarakat mengenai sebuah isu publik.

Bersamaan dengan arus deras gelombang informasi di ruang publik dan perkembangan massif media massa, gerakan reformasi tahun 1998 juga turut mendorong munculnya tuntutan publik atas demokratisasi dan keterbukaan informasi. Dalam kondisi seperti itulah kehadiran dan peran seorang juru bicara untuk melakukan komunikasi publik secara efektif muncul menjadi sebuah kebutuhan penting bagi sebuah institusi. Di tengah tuntutan publik atas demokratisasi dan keterbukaan informasi tersebut tentu bukan hal mudah untuk menjadi seorang juru bicara bagi sebuah institusi. Tidak jarang publik melihat

mereka sebagai pelindung institusi tempat mereka bernaung atau penghalang bagi informasi yang sebenarnya.

Di samping itu, dari sisi institusi tempat mereka bernaung juru bicara juga dibebankan tugas dan tanggung jawab cukup berat. Selain memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengatur proses komunikasi berupa lalu lalang informasi di internal dan eksternal institusi, mereka juga dibebankan tugas dan tanggung jawab untuk menjaga citra dan reputasi institusi bersangkutan. Tidak dapat dimungkiri citra dan reputasi merupakan salah satu hal penting bagi sebuah institusi. Apabila citra dan reputasi sebuah institusi terbangun secara positif, maka secara tidak langsung institusi tersebut akan memperoleh berbagai keuntungan, seperti dukungan dan kepercayaan publik. Puncak dari semua itu seluruh kegiatan dan sepak terjang institusi tersebut akan senantiasa menuai apresiasi publik.

Di Indonesia arti penting kehadiran peran juru bicara mulai mengemuka dan dikenal secara luas sejak Abdurrahman Wahid (Gus Dur) tampil menjadi kepala negara dan kepala pemerintahan pada tahun 1999. Segera setelah menjabat sebagai presiden, Gus Dur langsung mengangkat tiga orang juru bicara kepresidenan. Mereka adalah Wimar Witoelar, Adhi Massardi, dan Yahya Cholil Staquf. Fenomena kehadiran juru bicara kepresidenan menjadi semakin populer tatkala Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) menjabat sebagai presiden. Di periode pertama pemerintahan Presiden SBY mengangkat dua orang juru bicara kepresidenan. Mereka adalah Andi Alfian Mallarangeng dan Dino Patti Djalal. Kedua orang juru bicara itu masing-masing berperan sebagai juru bicara kepresidenan bidang dalam negeri dan bidang luar negeri.

Seorang juru bicara dituntut untuk tidak hanya mampu menjadi komunikator politik bagi institusi tempat ia bernaung, melainkan juga harus mampu menunjukkan teknik-teknik berkomunikasi secara diplomatis. Hal itu mencakup pemilihan kata secara tepat, melakukan pengalihan isu, dan lain-lain. Selain itu, juru bicara seringkali juga dituntut untuk bertindak sebagai benteng pertahanan bagi orang atau institusi tempat ia mengabdikan. Dengan begitu diharapkan kepentingan orang atau institusi tempat ia mengabdikan dapat diamankan. Juru bicara dapat diartikan sebagai pihak atau seseorang yang mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi atau lembaga untuk berbicara atau menyampaikan pesan berupa kebijakan-kebijakan organisasi yang memiliki kaitan dengan pihak luar. Juru bicara saat ini banyak digunakan di dalam institusi-institusi politik pemerintahan di berbagai negara. Juru bicara menjalankan peran dalam berbagai kegiatan komunikasi politik. Mereka berdiri di garis terdepan dalam kegiatan komunikasi politik yang dijalankan institusi-institusi politik pemerintahan.

Sebagian besar dari kita seringkali menyamakan juru bicara dengan humas. Padahal jika diteliti lebih jauh keduanya jelas sangat berbeda. Juru bicara merupakan komunikator resmi yang ditunjuk untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi kepada publik. Sedangkan humas merupakan pihak yang memiliki tugas lebih kompleks ketimbang juru bicara, seperti membina hubungan internal, membina hubungan eksternal, melakukan promosi, melakukan audit komunikasi, dan lain-lain.

Sebagaimana institusi-institusi lain KPK juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan informasi secara terbuka kepada publik. Hal itu jelas tidak perlu diperdebatkan lagi. Namun, bagaimana cara dan siapa yang mengendalikan proses komunikasi tersebut? Apakah KPK dapat begitu saja secara bebas menyampaikan informasi yang dimiliki untuk konsumsi publik?

Pemilahan informasi mutlak harus dilakukan KPK dengan berbagai pertimbangan strategi dalam upaya pemberantasan korupsi. Diperlukan strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat memberikan hasil lebih efektif. Jika pesan itu dapat dipahami dan diterima dengan baik otomatis KPK akan mendapatkan dukungan publik. Karena itu, kehadiran seorang juru bicara handal menjadi sebuah kebutuhan penting dan mendasar bagi organisasi dengan tanggung jawab besar seperti KPK.

Dalam konteks KPK juru bicara merupakan pihak yang mewakili lembaga antikorupsi itu dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan KPK kepada publik, mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK kepada publik, dan juga untuk menjaga citra baik KPK di mata publik. Selain itu, sudah menjadi rahasia umum jika sepak terjang KPK dalam pemberantasan korupsi tidak jarang mendatangkan konsekuensi berupa perlawanan balik dari koruptor. Perlawanan balik dari para koruptor terhadap KPK terwujud dalam berbagai bentuk, seperti rencana DPR melakukan revisi terhadap Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi guna memangkas kewenangan KPK, penangkapan mantan Ketua KPK Antasari Azhar karena

diduga terlibat pembunuhan Direktur PT Putra Rajawali Banjaran Nasrudin Zulkarnaen, dan penahanan terhadap dua komisioner KPK jilid II Bibit Samad Rianto dan Chandra M Hamzah atas tuduhan penyalahgunaan wewenang.

Semua bentuk perlawanan balik para koruptor itu bermuara pada satu tujuan utama untuk mengecilkan dan mematikan eksistensi KPK. Harus diakui dukungan publik secara tidak langsung telah membuat KPK mampu mempertahankan eksistensi dari berbagai bentuk perlawanan balik dari para koruptor sampai saat ini.

Namun, dukungan publik saja tidak cukup tanpa ada upaya dari KPK untuk melakukan komunikasi secara tepat. Hal ini dibutuhkan sebagai cara KPK untuk mempertahankan eksistensi dan citra diri sebagai lembaga pemberantasan korupsi paling terpercaya. Dalam konteks itu pula kehadiran seorang juru bicara menjadi sebuah kebutuhan penting dan mendasar bagi KPK.

Untuk memenuhi berbagai kebutuhan itu KPK kemudian mengangkat Johan Budi SP sebagai juru bicara. Di masa-masa awal berdirinya KPK sesungguhnya belum memandang penting kehadiran seorang juru bicara, tetapi seiring perjalanan waktu lembaga antirasuah tersebut mulai merasakan kebutuhan akan kehadiran seorang juru bicara untuk kepentingan membangun dan melakukan komunikasi kepada publik. Lebih lanjut mengenai hal ini Johan menjelaskan sebagai berikut:

Dari awal tidak dengan sengaja dirancang ada posisi juru bicara. Saya masuk KPK tahun 2005. Saya diangkat jadi juru bicara itu akhir tahun 2006. Pimpinan waktu itu memahami pentingnya juru bicara. Untuk bisa memberi masukan dan menyuarakan apa yang terjadi. Karena kita waktu itu prediksi bahwa ke depan pasti jika KPK serangannya pasti banyak memang harus satu suara keluar dari KPK. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Alasan mengenai keberadaan juru bicara KPK sebagai pengelola informasi yang akan disampaikan kepada publik, Ketua KPK Periode III saat ini, Abraham Samad menjelaskan kepada peneliti sebagai berikut:

Karena ada beberapa hal yang ingin kita komunikasikan kepada publik menyangkut penyidikan, yang memang sudah disepakati untuk tidak disampaikan langsung oleh pimpinan komisi karena ada hal-hal yang menurut kita menjadi wilayah-wilayah yang harus diproteksi oleh pimpinan. Pimpinan itu harus diproteksi. Oleh karena itu hal-hal yang ingin disampaikan kepada publik harus melalui juru bicara. Itu adalah bagian dari salah satu bentuk pertanggungjawaban publik, akuntabilitas, apa yang dilakukan KPK terhadap publik. Tapi di sisi lain KPK harus tetap memproteksi para komisionernya, oleh karena itu disitulah peran juru bicara untuk menyampaikan hal-hal apa yang sedang dan sudah dilakukan oleh KPK kepada publik. (Abraham Samad, Hasil Wawancara, 28 Januari 2013)

Lebih lanjut mengenai fungsi dan peran juru bicara KPK, Johan kembali menjelaskan secara rinci sebagai berikut:

Yang dilakukan oleh saya sebagai juru bicara bukan komunikasi politik, tetapi Komunikasi Publik, yakni bagaimana menjelaskan kepada publik perihal institusi KPK. Dalam kaitannya dengan pemberantasan korupsi. Jadi, juru bicara KPK adalah penasehat pimpinan dalam bidang bagaimana berkomunikasi kepada publik. Berkaitan dengan tugas dan wewenang yang dijalankan pimpinan. Kita setiap minggu memberikan analisis pemberitaan, memberikan saran, dan memberikan semacam *guidance* kepada pimpinan. Ini yang membedakan antara humas atau juru bicara KPK dengan humas departemen. Kalau departemen biasanya menteri yang menugaskan kepada humas bahwa saya akan *ngomong* begini. Jadi, humas *ngomong* atas perintah menteri. Kalau di sini timbal balik. Pimpinan bisa melakukan hal itu. Namun, juru bicara juga dapat memberikan saran kepada pimpinan agar tidak berkomentar mengenai suatu persoalan. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Dalam struktur organisasi kepala biro humas merangkap sebagai juru bicara. Dengan kata lain jabatan struktural juru bicara KPK adalah kepala biro humas. Juru bicara merupakan jabatan fungsional seorang kepala biro humas.

Dalam hal mewakili KPK untuk melakukan komunikasi kepada publik porsi juru bicara memang lebih besar ketimbang jajaran pimpinan. Johan memaparkan lebih lanjut mengenai hal itu sebagai berikut:

Pimpinan memberi ruang kepada juru bicara untuk memberikan masukan apa yang mesti dilakukan dalam konteks komunikasi kepada publik, bukan soal persoalan dan kebijakan KPK. Itu ruang juru bicara. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Sejalan dengan penjelasan Johan Budi tersebut, Ketua KPK Abraham Samad juga menjelaskan adanya pemberian ruang sekaligus batasan-batasan terhadap peran juru bicara dalam melakukan komunikasi mengenai suatu masalah kepada publik. Lebih jauh mengenai hal ini Abraham Samad mengungkapkan sebagai berikut:

Ada batasan-batasan yang digariskan untuk peran juru bicara. Ada satu *rule* atau ruang dimana juru bicara boleh bicara apa pun asalkan masih dalam ruang tersebut. Semua itu ada dalam *standard operating procedure* dan dikomunikasikan sebelum juru bicara melakukan komunikasi secara luas kepada publik. (Abraham Samad, Hasil Wawancara, 28 Januari 2013)

Menjadi seorang juru bicara dari salah satu institusi penting di bidang penegakan hukum dengan tanggung jawab besar seperti KPK tentu bukan perkara mudah. Karena itu, seorang juru bicara KPK mutlak harus memiliki kemampuan mumpuni dalam menghimpun dan memahami informasi menjadi penting. Mengenai hal ini Johan menegaskan sebagai berikut:

Nah untuk bisa menjadi juru bicara KPK itu harus di-*support* oleh kemampuan yang cukup, bukan hanya soal internal, tapi juga kemampuan menghimpun informasi. Yang kedua harus cepat memahami informasi tersebut. Namun, sebagai juru bicara tidak harus sarjana hukum, cukup tahu hukum. Saya tidak perlu tahu semua undang-undang dan pasal-pasal, tapi pakai logika saja. Prinsip lain tidak boleh bohong. Tapi tidak semua disampaikan. Beda *lho* bohong dengan tidak semua disampaikan. Kalau kita *ngomong* ada lima orang di tahan, tapi kita

ngomong tiga kan itu bohong. Kalau kita ngomong lima orang ditahan, tapi kita *enggak* kasih tau siapa-siapa kan *enggak* bohong itu. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Selain kemampuan dalam menghimpun dan memahami informasi, bekal pengalaman panjang sebagai wartawan juga diakui Johan sangat membantunya dalam menjalankan tugas sebagai juru bicara KPK. Apalagi saat berhadapan dengan kalangan pers. Lebih lanjut, ia menuturkan sebagai berikut:

Kalau kita pernah jadi wartawan kita akan tahu apa *sih* sebenarnya yang diinginkan oleh wartawan. Jika dia tanya begini kira-kira mengarah ke judul berita seperti apa. Saya dapat mengetahui hal itu karena lama menjadi wartawan hampir 15 tahun di Majalah *Tempo* dan *Forum*. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Kehadiran dan peran juru bicara bagi institusi penting seperti KPK juga mendapatkan pengakuan dari pihak luar atau dalam hal ini para penangkap pesan yang berada di luar KPK. Wakil Menteri Hukum dan HAM, Deny Indrayana selaku wakil dari pihak eksekutif mengatakan:

Memang disini kita melihat adanya tantangan, yakni dalam hal ini ada persoalan hukum yang harus dijawab pula dengan rambu-rambu hukum sementara disisi lain ada keingintahuan publik yang sangat tinggi. Disinilah komunikasi publik ini harus dilakukan dengan baik oleh seorang juru bicara KPK, yang mampu menjawab keingintahuan publik tanpa harus melanggar proses hukum yang sedang berjalan. Ini adalah tantangannya, memang tidak bisa mengungkapkan semua proses tapi komunikasi itu harus menjawab keingintahuan publik dengan jawaban yang tidak hanya bersifat normatif. Juru bicara KPK harus jitu mengelola dan meramu informasi yang dia punya sehingga layak diketahui oleh publik. (Deny Indrayana, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Sementara itu Komisi III DPR sebagai mitra kerja lembaga antikorupsi tersebut meski mengapresiasi kinerja komunikasi yang dilakukan oleh juru bicara KPK kepada publik, tapi dirinya juga memberikan catatan khusus sebagai berikut:

Untuk komunikasi dalam wilayah pembentukan citra untuk memperoleh dukungan publik, KPK memang sepertinya sudah berhasil Pencitraan yang dimaksud terkait dengan komunikasi kepada publik yang lebih banyak pada keberhasilan KPK pada aspek penindakan seperti penangkapan koruptor, namun KPK jarang sekali berkomunikasi mengenai aspek pencegahan korupsi, karena aspek penindakan bersifat populer. Inilah yang akhirnya lebih banyak diketahui oleh masyarakat.”(Tjatur Sapto Edy, Hasil Wawancara, 24 April 2013)

Tjatur juga memberikan catatan penting mengenai perlunya KPK mulai memikirkan regenerasi posisi juru bicara yang ada saat ini agar terdapat kontinuitas di KPK.

Mas Johan Budi itu udah senior di posisi itu, karena beliau dari awal KPK sudah berada disana. Saya kira harus membuat kader supaya ada kontinuitas di sana. Kalau kelamaan nanti saya khawatir ada persepsi lain dan macam-macam. (Tjatur Sapto Edy, Hasil Wawancara, 24 April 2013)

Dalam berbagai kesempatan juru bicara KPK berdiri sebagai ujung tombak dalam komunikasi yang dilakukan kepada publik. Ia kerap berhadapan dengan pihak-pihak luar yang ingin memperoleh informasi terbaru dari KPK. Ketua KPK, Abraham Samad mengatakan porsi bicara yang jauh lebih besar dari seorang juru bicara jika dibandingkan dengan komisioner lainnya di K dinilainya sebagai hal yang wajar karena merupakan konsekuensi dari tugas yang dipegangnya. Kepada peneliti, Abraham Samad menegaskan pernyataannya tentang hal ini:

Itu karena konsekuensi dari sebuah jabatan sebagai juru bicara dan memang tugas juru bicara adalah meluruskan informasi-informasi yang beredar di luar sana mengenai KPK. (Abraham Samad, hasil Wawancara 28 Januari 2013)

Sementara itu penilaian lain yang juga muncul dari kehadiran dan peran juru bicara KPK berasal dari pandangan aktivis anti korupsi, Danang Widyoko, Koordinator Indonesia Corruption Watch sebagai berikut:

Tugas juru bicara banyak, tetapi yang penting juga adalah menangkis isu-isu atau mengklarifikasi bila ada suatu peristiwa yang masih belum jelas dari KPK. Karena hal-hal seperti ini tidak bisa dilakukan oleh pimpinan KPK yang sebaiknya mengurus hal-hal yang lebih strategis. (Danang Widyoko, Hasil Wawancara, 22 November 2012)

Sebagai lembaga penegak hukum yang melakukan pemberantasan korupsi, pimpinan KPK tidak boleh berkomentar mengenai kasus yang ditanganinya. Pada titik inilah posisi juru bicara menjadi sangat penting, lebih jauh Danang menjelaskan:

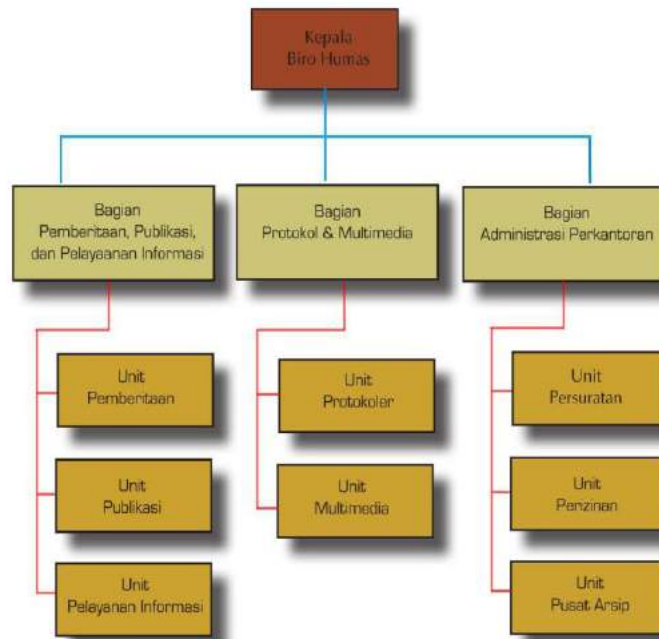
KPK tidak boleh berkomentar atas kasus yang ditangani. Itulah mengapa kehadiran juru bicara ini menjadi penting. Sebagaimana hakim yang tidak boleh berkomentar atas putusannya, begitupun pimpinan KPK yang tidak boleh berkomentar atas kasus korupsi yang ditanganinya, karena selain tidak etis, ini juga tidak taktis. (Danang Widyoko, Hasil Wawancara, 22 November 2012)

4.2.3 Kegiatan *Media Relations* Juru Bicara dan Biro Humas KPK

Biro humas merupakan unsur penunjang pelaksanaan tugas di bidang hubungan masyarakat yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada pimpinan KPK melalui sekretaris jenderal. Biro humas bersama juru bicara KPK memiliki peran strategis sebagai unsur penunjang pelaksanaan tugas di bidang hubungan masyarakat. Keduanya dituntut berperan aktif menjalin relasi baik dengan pihak luar sehingga tercapai tujuan untuk membangun, membina, dan menjaga citra positif. Salah satu relasi utama humas adalah media massa. Hubungan dengan media massa (*media relations*) menjadi sebuah keharusan dalam kegiatan humas agar dapat membangun citra baik organisasi di mata

publik. Tabel di bawah ini menunjukkan struktur biro humas KPK dan jalur koordinasinya dengan juru bicara KPK.

Tabel IV.1
Struktur Biro Humas KPK



Sumber: Biro Humas KPK

Tidak dapat dimungkiri saat ini media massa telah menjelma menjadi salah satu bagian paling penting di dalam kehidupan manusia. Tidak sedetik pun momen kehidupan luput dari pandangan media massa dan tidak secelah pun informasi terabaikan media massa. Media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pola pikir dan persepsi masyarakat dalam menilai sebuah informasi. Media massa dapat dikatakan menjadi sebuah ruang publik bagi masyarakat untuk memperoleh informasi dan mengemukakan pendapat mengenai isu-isu publik. Pemberitaan di media massa juga dapat mempengaruhi

opini publik mengenai sebuah isu. Karena itu, kegiatan *media relations* harus dibangun dan dipelihara secara terus-menerus.

Dengan memahami dan menyadari peran penting media massa sebagai sarana untuk melakukan komunikasi kepada publik, maka biro humas dan juru bicara KPK melakukan sejumlah kegiatan *media relations*. Kegiatan-kegiatan itu bertujuan untuk membina hubungan harmonis dengan kalangan media massa dimana terdapat rasa saling pengertian, menghargai, menghormati antara kedua belah pihak. Juru bicara dan biro humas KPK menjadi tulang punggung utama dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut. Juru bicara turut menjadi bagian dari pelaksana kegiatan-kegiatan *media relations* dikarenakan, sebagaimana diungkapkan di atas, dalam struktur organisasi KPK saat ini kepala biro humas merangkap sebagai juru bicara.

Konferensi pers merupakan kegiatan *media relations* paling utama dari juru bicara dan biro humas KPK. Konferensi pers dilakukan KPK saat hendak memberikan informasi atau penjelasan resmi mengenai kasus-kasus yang tengah ditangani KPK untuk diketahui publik, seperti perkembangan penyelidikan, perkembangan penyidikan, dan penetapan tersangka terhadap seseorang.

Dalam setiap kegiatan konferensi pers biro humas KPK mengundang para wartawan dari berbagai media massa cetak dan elektronik, terutama para wartawan yang melakukan liputan sehari-hari di KPK. Biro humas KPK juga menyiapkan bahan pemberitaan serta menghadirkan juru bicara atau juga salah satu unsur pimpinan KPK sebagai narasumber. Konferensi pers seringkali memang dilakukan juru bicara dan salah satu unsur pimpinan KPK secara

bersama-sama. Namun, dalam beberapa kesempatan juga dapat dilakukan seorang diri oleh juru bicara atau salah satu unsur pimpinan KPK.

Mengenai hal ini kepala bagian pemberitaan, publikasi, dan pelayanan informasi biro humas KPK Priharsa Nugraha mengaku KPK tidak memiliki pertimbangan khusus saat memutuskan konferensi pers dilakukan juru bicara dan salah satu unsur pimpinan secara bersama-sama atau dilakukan seorang diri oleh salah satu di antara mereka:

Tidak ada alasan khusus karena tidak ada hal krusial di sana. Tidak ada juga perbedaan derajat saat menyampaikan info antara juru bicara dengan pimpinan. Karena yang disampaikan adalah sebuah informasi mengenai kebijakan yang sudah diambil. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Dalam melaksanakan konferensi pers KPK menggunakan formula standar 5 W (*what, who, where, when, why*) + 1 H (*how*) dengan rincian sebagai berikut: (1) *What* merupakan topik, tema, atau isu yang hendak ditampilkan dan diangkat dalam konferensi pers. Juru bicara KPK bersama humas mempersiapkan tema sesuai dengan informasi yang akan disampaikan kepada publik; (2) *Who* merupakan pihak narasumber dalam konferensi pers. Sebagaimana dipaparkan di atas juru bicara KPK tampil bersama salah satu unsur pimpinan KPK atau bisa juga seorang diri untuk menyampaikan informasi kepada publik; (3) *Where* merupakan tempat pelaksanaan konferensi pers. Juru bicara KPK bersama humas menentukan tempat pelaksanaan konferensi pers. Konferensi pers selalu bertempat di ruang konferensi pers gedung KPK; (4) *When* merupakan waktu pelaksanaan konferensi pers. Juru bicara KPK bersama humas menentukan kapan konferensi pers dilaksanakan, dan (5) *Why* adalah alasan mengapa KPK menyelenggarakan konferensi pers. Dalam hal ini juru

bicara bersama biro humas menentukan mengapa sebuah konferensi pers harus dilaksanakan. Pelaksanaan konferensi pers biasanya terkait dengan informasi atau penjelasan resmi mengenai kasus-kasus yang tengah ditangani KPK untuk diketahui publik, seperti perkembangan penyelidikan, perkembangan penyidikan, dan penetapan tersangka. Sementara itu, *how* berkaitan dengan bagaimana perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan dari sebuah kegiatan konferensi pers. Juru bicara KPK bersama humas melakukan pengaturan bagaimana kegiatan konferensi pers dapat berjalan baik dari awal sampai akhir acara.

Press interview merupakan kegiatan selanjutnya dari pengelolaan relasi dengan media massa yang dilakukan oleh juru bicara dan biro humas KPK. Dalam kegiatan *press interview* inisiatif datang dari wartawan untuk melakukan wawancara terhadap narasumber tertentu untuk dimintakan keterangan, pendapat, dan komentar mengenai suatu masalah aktual. *Doorstop* merupakan salah satu bentuk *press interview* yang biasa dilakukan pihak wartawan terhadap narasumber-narasumber di lingkungan internal KPK. *Doorstop* merupakan istilah di kalangan wartawan bagi sebuah wawancara yang dilakukan tiba-tiba dengan cara menghadang dan mengerubungi narasumber bersangkutan. Hampir selalu dalam setiap kesempatan setelah sebuah konferensi pers dilakukan juru bicara KPK juga diminta pihak wartawan untuk memberikan penjelasan-penjelasan tambahan melalui *doorstop*. Kesempatan *doorstop* ini pun dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan secara lebih mendalam mengenai suatu permasalahan yang mungkin belum secara jelas diungkapkan dalam konferensi pers.

Selain konferensi pers dan *press interview*, *press release* juga dilakukan juru bicara dan biro humas KPK dalam rangka pengelolaan relasi dengan media massa. Biro humas KPK membuat *press release* dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan KPK. *Press release* disusun oleh biro humas KPK sesuai dengan informasi kegiatan apa yang akan diberikan kepada publik. Setelah *press release* selesai disusun kemudian diberikan kepada para wartawan yang melakukan tugas liputan di KPK dengan tujuan agar diberitakan melalui media massa tempat mereka masing-masing bernaung. *Press release* selama ini memang lebih berisi informasi-informasi kegiatan dan hal-hal lain bersifat nonpenindakan. Sedangkan informasi-informasi seputar masalah-masalah penindakan seperti penetapan tersangka terhadap seseorang tidak disampaikan melalui *press release*, melainkan secara langsung melalui konferensi pers. Priharsa Nugraha menjelaskan hal itu sebagai berikut:

Press release lebih banyak mengenai informasi kegiatan atau hal-hal lain non-penindakan. Masalah-masalah penindakan seperti penetapan tersangka terhadap seseorang disampaikan langsung melalui konferensi pers. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Kegiatan *press reception* tidak luput juga dilakukan biro humas KPK. Seperti telah dijelaskan sebelumnya dalam bab II, *press reception* merupakan *event* bersifat sosial dimana berfungsi untuk meningkatkan kualitas hubungan antara organisasi dan media massa. Kegiatan dalam *press reception* dapat berupa kumpul bersama dalam peringatan ulang tahun organisasi, acara keagamaan, dan lain-lain.

Biro humas KPK juga tidak luput menyelenggarakan kegiatan *press reception* dalam rangka mempererat hubungan dengan para wartawan dari berbagai media massa yang melakukan tugas liputan sehari-hari di KPK.

Kegiatan *press reception* yang biasa diselenggarakan adalah buka puasa bersama. Mengenai hal ini Priharsa Nugraha mengatakan sebagai berikut:

Kita juga pernah mengadakan *press reception* dengan mengundang wartawan-wartawan di sini dalam acara buka puasa bersama ketika bulan Ramadhan. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Bentuk lain kegiatan pengelolaan relasi dengan media massa adalah dengan menggelar diskusi media. Diskusi media merupakan kegiatan *media relations* hasil inovasi biro humas dalam rangka membangun komunikasi dengan para wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di lembaga antikorupsi tersebut. Kegiatan diskusi media ini dilakukan secara reguler setiap bulan sebagai sarana berbincang-bincang secara informal antara pimpinan KPK dan wartawan. Tidak jarang diskusi media ini juga menghadirkan narasumber-narasumber dari luar KPK untuk mendiskusikan tentang sebuah tema tertentu. Mengenai hal ini Priharsa Nugraha menjelaskan sebagai berikut:

Kita merancang kegiatan diskusi media untuk *ngobrol-ngobrol* informal antara pimpinan dan media sekaligus juga meminta *feedback* kepada wartawan. Tidak semata-mata kegiatan tanya jawab atau wawancara. Kita lakukan reguler setiap bulan. Diskusi media itu didesain berbeda-beda, ada berupa pertemuan informal dan *knowledge sharing* dengan menghadirkan narasumber seperti Bapak Dahlan Iskan dan Bapak Denny Indrayana untuk mendiskusikan tentang sebuah tema guna mengembangkan wawasan wartawan. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Selain dengan para wartawan di lapangan, pengelolaan relasi dengan media massa juga dilakukan terhadap para pemimpin redaksi. Dalam hal ini KPK melakukan kegiatan kunjungan redaksi ke sejumlah media massa (*media visit*). Kegiatan kunjungan redaksi ke media massa dilakukan oleh biro humas dan juru bicara hingga pimpinan KPK. Dalam kegiatan kunjungan redaksi tersebut KPK memberikan pemaparan secara langsung dan mendalam kepada

pemimpin redaksi dan jajaran awak media massa bersangkutan mengenai berbagai hal, seperti program kerja, kasus yang tengah ditangani, dan pencapaian yang telah diraih KPK. Mengenai kegiatan kunjungan redaksi itu Priharsa Nugraha memaparkan lebih lanjut sebagai berikut:

Media visit dilakukan pimpinan KPK didampingi pak Johan dan humas. Tahun 2012, tujuh kali ke beberapa media massa seperti *TV One*, *Vivanews*, *Metro TV*, *Media Indonesia*, dan *Tempo*. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Kegiatan kunjungan redaksi membawa keuntungan dan manfaat positif bagi kedua belah pihak, baik KPK maupun media massa. Bagi KPK keuntungan dan manfaat positif itu berupa adanya kesempatan untuk memberikan penjelasan secara langsung dan mendalam kepada pemimpin redaksi atau pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh kuat terhadap materi pemberitaan di media massa bersangkutan.

Sebagaimana diketahui bersama secara prosedural sebuah informasi yang diperoleh seorang wartawan di lapangan akan menjadi tersaji menjadi berita di media massa apabila telah mendapatkan persetujuan dari redaktur dan pemimpin redaksi. Karena itu, menjalin relasi dengan para pemimpin redaksi menjadi salah satu kegiatan humas andalan dari KPK untuk mempertahankan citra dan pembentukan opini publik. Dengan mengelola relasi itu diharapkan dapat lebih meningkatkan rasa saling pengertian, saling memahami, dan saling menghormati antara kedua belah pihak.

Selain melakukan kegiatan-kegiatan *media relations* di atas pengelolaan relasi dengan para wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di KPK juga dilakukan dengan memberikan perlakuan baik kepada wartawan. Penyediaan sebuah ruangan pers yang dilengkapi pendingin ruangan, komputer,

dan jaringan internet untuk mempermudah kerja jurnalistik wartawan merupakan bagian dari usaha untuk memperlakukan secara baik wartawan yang menjalankan tugas jurnalistik sehari-hari di KPK.

Kegiatan dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa merupakan kegiatan kehumasan lain yang dilakukan KPK untuk menunjang efektifitas pengelolaan relasi dengan media massa. Dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa ditujukan untuk keperluan sumber informasi mengenai suatu peristiwa dan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan KPK untuk kemudian dilakukan analisis dan evaluasi. Selain itu, kegiatan dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa juga untuk memudahkan biro humas dalam melakukan pencarian berita yang telah terbit.

Setelah dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa dilakukan selama satu bulan, biro humas KPK melakukan evaluasi dan analisis. Kegiatan ini lazim disebut dengan monitoring media. Mengenai hal ini Priharsa memaparkan sebagai berikut:

Monitoring media juga dilakukan. Tahun 2012 total pemberitaan mengenai KPK di media massa di Indonesia adalah sebanyak 20.282 berita. Kita melakukan monitoring terhadap 24 media massa nasional dan lokal (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Kegiatan *monitoring media* itu dijadikan sebagai tolak ukur bagi KPK tentang sejauh mana tingkat keberhasilan dan pencapaian *media relations* juru bicara dan biro humas KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik. Mengenai upaya mempertahankan citra yang dilakukan oleh KPK, Priharsa menjelaskan sebagai berikut:

Kami tidak melakukan pencitraan karena secara umum tugas humas dari sisi aturannya itu netral. Artinya hanya mengkomunikasikan dan mempublikasikan kebijakan dan kegiatan KPK. Tapi dari sisi profesional ada *packaging*. Dari sisi penindakan kita menerapkan manajemen reputasi. Karena KPK ingin menunjukkan kepada publik bahwa apapun kebijakan dan penindakan yang dilakukan KPK dilakukan dalam koridor yang benar dan dengan dasar profesionalitas. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Manajemen reputasi yang dimaksud dalam pemberian informasi ini dilakukan dengan tidak memberikan informasi yang kontroversial dan menimbulkan bias. Priharsa menambahkan penjelasannya sebagai berikut:

Kami menjaga benar langkah-langkah KPK dalam konteks penindakan. Kami harus yakin apa yang dilakukan oleh KPK itu benar dalam koridor hukum yang ada. Menurut saya tantangan terbesar dari juru bicara dan humas dalam proses komunikasi ini adalah mengenai pengelolaan isu. Sehingga apa yang disampaikan oleh KPK menimbulkan daya tarik dari media dan masyarakat. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa selama ini kegiatan-kegiatan *media relations* telah dilakukan oleh juru bicara dan biro humas KPK. Dari temuan selama penelitian mengenai kegiatan-kegiatan *media relations* itu ada beberapa kegiatan merupakan hasil inovasi biro humas KPK, yaitu diskusi media dan *media visit*.

4.2.4 Strategi *Media Relations* Juru Bicara dan Biro Humas KPK

Baik Juru Bicara KPK maupun Biro Humas KPK sangat sadar terhadap peran penting media massa bagi lembaga antikorupsi tersebut. Dengan keberadaan media massa, baik cetak maupun elektronik, informasi-informasi bernilai penting dan harus diketahui publik dapat tersebar luas.

Sebagai lembaga penegak hukum andalan dalam pemberantasan korupsi di Indonesia, KPK dituntut untuk bersikap terbuka dalam memberikan informasi-informasi kepada publik. Karena itu, KPK melihat *media relations* sebagai hal penting untuk dilakukan.

Sebagaimana telah dipaparkan dalam Bab II, menurut Iriantara (2005) ada tiga strategi utama dalam melakukan *media relations*. *Pertama*, mengelola relasi dengan media massa. Hal ini penting dilakukan untuk menunjang segala tugas-tugas humas organisasi. Pengelolaan relasi secara baik dengan media massa dimaksudkan agar organisasi bersangkutan dapat melakukan komunikasi kepada publik. Patut diingat dalam mengelola relasi dengan media massa, humas bukan menjalin hubungan baik dengan wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di lingkungan organisasi dimana humas itu berada, tetapi juga dengan institusi media massa tempat para wartawan itu bernaung.

Dalam konteks KPK, seperti telah dijelaskan diatas, usaha pengelolaan relasi tersebut dilakukan dengan melakukan kegiatan kunjungan redaksi ke sejumlah media massa atau *media visit*. Kegiatan kunjungan redaksi ke media massa dilakukan biro humas dan juru bicara hingga pimpinan KPK. Dalam kegiatan kunjungan redaksi tersebut KPK memberikan pemaparan secara langsung dan mendalam kepada pemimpin redaksi dan jajaran awak media massa bersangkutan mengenai berbagai hal, seperti program kerja, kasus yang tengah ditangani, dan pencapaian yang telah diraih KPK. Kegiatan kunjungan redaksi membawa keuntungan dan manfaat positif bagi kedua belah pihak, terutama KPK. Bagi KPK keuntungan dan manfaat positif itu berupa adanya kesempatan untuk memberikan penjelasan secara langsung dan mendalam

kepada pemimpin redaksi atau pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh kuat terhadap materi pemberitaan di media massa bersangkutan.

Sebagaimana diketahui bersama, sebuah informasi yang diperoleh seorang wartawan di lapangan akan tersaji menjadi berita di media massa apabila telah mendapatkan persetujuan dari redaktur dan pemimpin redaksi. Karena itu, menjalin relasi dengan para pemimpin redaksi menjadi salah satu kegiatan humas andalan dari KPK untuk mempertahankan citra dan pembentukan opini publik.

Dengan mengelola relasi itu diharapkan dapat lebih meningkatkan rasa saling pengertian, saling memahami, dan saling menghormati antara kedua belah pihak. Mengenai harapan itu, Priharsa Nugraha menuturkan sebagai berikut:

Media visit dilakukan pimpinan KPK didampingi pak Johan dan humas. Tahun 2012, tujuh kali ke beberapa media massa seperti *TV One*, *Vivanews*, *Metro TV*, *Media Indonesia*, dan *Tempo*. Lalu juga ke media massa daerah. Dalam kegiatan ini KPK memberikan pemaparan secara langsung dan mendalam kepada pemimpin redaksi dan jajaran awak media massa bersangkutan mengenai berbagai hal, seperti program kerja dan kasus yang tengah ditangani KPK. Diharapkan dengan kunjungan ini kedua belah pihak dapat membangun hubungan yang baik. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Kemudian pengelolaan relasi dengan para wartawan di lapangan dilakukan dengan cara memberikan perlakuan baik kepada wartawan. Penyediaan ruangan pers dengan dilengkapi pendingin ruangan, komputer, dan jaringan internet untuk mempermudah kerja jurnalistik wartawan merupakan bagian dari usaha untuk memperlakukan secara baik wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di KPK.

Di samping itu, patut diingat pula jika pelaksanaan kegiatan-kegiatan *media relations* berupa konferensi pers, *press interview*, *press release*, dan *press*

reception juga merupakan bagian tidak terpisahkan dari usaha pengelolaan relasi dengan media massa.

Terkait dengan pelaksanaan kegiatan-kegiatan bersifat pengelolaan relasi dengan media massa sebagaimana dipaparkan di atas, biro humas KPK memiliki tim media yang cukup kompeten. Kepala bagian pemberitaan, publikasi, dan pelayanan informasi merupakan pihak paling berperan dalam seluruh kegiatan itu. Kepala bagian pemberitaan, publikasi, dan pelayanan informasi membawahi unit pemberitaan, publikasi, dan pelayanan informasi.

Kedua, melakukan pengembangan strategi. Mengembangkan strategi merupakan bagian dari strategi media relations selanjutnya setelah pengelolaan relasi dengan media massa telah dilakukan dengan baik. Penting bagi sebuah organisasi untuk melakukan pengembangan strategi dalam menjalankan kegiatan-kegiatan *media relations* tersebut. Dalam usaha untuk melakukan pengembangan strategi, biro humas KPK melakukan penambahan kegiatan *media relations*. Penambahan kegiatan *media relations* yang dilakukan biro humas KPK adalah diskusi media dan dokumentasi kliping pemberitaan-pemberitaan.

Kegiatan diskusi media ini dilakukan secara reguler setiap bulan sebagai sarana mengobrol informal antara pimpinan KPK dan wartawan. Mengenai hal ini Priharsa Nugraha menjelaskan sebagai berikut:

Kita merancang kegiatan diskusi media untuk ngobrol-ngobrol informal antara pimpinan dan media sekaligus juga meminta *feedback* kepada wartawan. Tidak semata-mata kegiatan tanya jawab atau wawancara. Kita lakukan reguler setiap bulan. Diskusi media itu didesain berbeda-beda, ada berupa pertemuan informal dan *knowledge sharing* dengan menghadirkan narasumber dari luar. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Sementara itu, dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa ditujukan untuk keperluan sumber informasi mengenai suatu peristiwa dan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan KPK untuk kemudian dilakukan analisis dan evaluasi. Selain itu, kegiatan dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa juga untuk memudahkan biro humas dalam melakukan pencarian berita yang telah dipublikasikan.

Setelah dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa dilakukan selama satu bulan, biro humas KPK melakukan evaluasi dan analisis. Kegiatan ini lazim disebut dengan monitoring media. Mengenai hal ini Priharsa memaparkan sebagai berikut:

Monitoring media juga dilakukan. Tahun 2012 lalu total pemberitaan mengenai KPK tercatat sebanyak 20.282 berita. Monitoring dilakukan terhadap 24 media massa nasional dan lokal (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Kegiatan monitoring media itu dijadikan sebagai tolah ukur bagi KPK tentang sejauh mana tingkat keberhasilan dan pencapaian strategi komunikasi juru bicara KPK bagi pembentukan opini publik dan mempertahankan citra organisasi di mata publik.

Ketiga, melakukan pengembangan jaringan. Pengembangan strategi merupakan hal penting bagi suatu organisasi mengingat jaringan ini merupakan modal sosial pendukung keberhasilan organisasi dalam menjalankan aktivitas. Strategi pengembangan jaringan yang dilakukan oleh biro humas KPK berupa menjalin hubungan dengan media-media baru, terutama di media massa lokal, yang sebelumnya tidak pernah melakukan liputan di lingkungan KPK. Biro humas KPK kemudian memasukkan mereka ke dalam data daftar relasi media massa. Hal itu tentu menguntungkan karena memperbesar peluang untuk

melakukan penyebaran informasi-informasi yang berhubungan dengan kinerja KPK dalam pemberantasan korupsi di Indonesia. Priharsa Nugraha menerangkan hal itu sebagai berikut:

Ketika melakukan media visit kita juga mengunjungi media-media massa daerah seperti *Suara NTB*, *Batam Post*, dan lain-lain. Mereka kemudian kita sertakan ke dalam daftar relasi media massa kita. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Dengan demikian membuka dan memperluas jaringan sebagai salah satu strategi telah turut dilakukan juru bicara dan biro humas KPK dalam kegiatan *media relations* ini.

4.2.5 Arus Komunikasi *Media Relations* Juru Bicara dan Biro Humas KPK

Sebagai salah satu lembaga penegak hukum utama di bidang pemberantasan korupsi, KPK tentu memiliki kepentingan untuk memberikan informasi-informasi dan mengirimkan citra positif kepada publik melalui media massa. Dalam konteks itu, juru bicara bersama biro humas KPK menjadi tulang punggung pelaksanaan tugas-tugas penyampaian informasi tersebut melalui sebuah arus komunikasi *media relations* sebagaimana terlihat di gambar II.1.

Informasi-informasi yang disampaikan tentu berhubungan dengan bidang penegakan hukum pemberantasan korupsi di Indonesia. Sebagai contoh, informasi mengenai penetapan tersangka terhadap seseorang. Informasi itu disampaikan kepada media massa melalui kegiatan konferensi pers dimana dalam kegiatan tersebut juru bicara menjadi narasumber utama. Dalam sejumlah kesempatan juru bicara dan salah satu unsur pimpinan KPK juga menjadi narasumber secara bersama-sama.

Informasi itu kemudian diterima oleh para wartawan yang melakukan tugas liputan di KPK untuk ditulis menjadi sebuah berita guna diterbitkan oleh media massa tempat mereka bekerja. Penerbitan berita itu pun kemudian sampai kepada publik.

Setelah mengetahui informasi mengenai penertapan tersangka terhadap seseorang tersebut, publik dapat memberikan respons berupa umpan balik (*feed back*) melalui media massa. Respon publik berupa umpan balik yang disampaikan melalui media massa itu selanjutnya diketahui oleh biro humas KPK melalui kegiatan monitoring media.

Dari bingkai arus komunikasi *media relations* tersebut dapat dipahami bahwa kegiatan *media relations* ditujukan untuk membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara KPK dengan publik dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

4.2.6 Pandangan Wartawan terhadap Juru Bicara dan Biro Humas KPK

Kegiatan juru bicara dan biro humas KPK tentu tidak dapat dilepaskan dari peranan wartawan. Wartawan merupakan orang yang ditugaskan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh informasi untuk kemudian diolah menjadi berita bagi media massa tempat ia bekerja. Apalagi, seperti telah diungkapkan di atas, dalam mengelola relasi dengan media massa KPK tidak hanya dengan para pemimpin redaksi media massa, tetapi juga dengan wartawan-wartawan media massa di lapangan. Karena itu, dalam penelitian ini peneliti juga melakukan wawancara terhadap para wartawan yang melakukan liputan di KPK.

4.2.6.1 Pemimpin Redaksi Majalah Mingguan Tempo

Narasumber pertama dari kalangan pers yang peneliti wawancarai adalah Wahyu Muryadi. Ia dikenal sebagai pemimpin redaksi majalah mingguan *Tempo*. Meskipun sehari-hari tidak menjalankan tugas peliputan di KPK, tetapi peneliti memandang penting untuk melakukan wawancara terhadap Wahyu Muryadi mengingat grup media *Tempo* memiliki perhatian lebih terhadap isu-isu tindak pidana korupsi ketimbang media-media massa lain.

Dalam wawancara dengan peneliti narasumber mengungkapkan sejumlah pandangan mengenai isu tindak pidana korupsi di mata para pekerja media massa, terutama majalah mingguan *Tempo*. Menurut Wahyu Muryadi, isu tindak pidana korupsi merupakan isu sangat serius di mata para pekerja media massa karena telah merasuki seluruh bidang kehidupan negara. Lebih lanjut, ia mengungkapkan sebagai berikut:

Kalau bagi kami dari kami praktisi media atau jurnalis terhadap isu korupsi itu adalah isu sangat serius. Kami yakin negara ini menjadi bobrok karena kejahatan luar biasa ini (*extraordinary crime*) ini semakin menjadi-jadi, semakin gawat, dan masuk ke dalam segala sendi-sendi kehidupan baik itu eksekutif, legislatif, dan yudikatif. (Wahyu Muryadi, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Sementara itu, terkait keberadaan juru bicara KPK pemimpin redaksi majalah mingguan *Tempo* ini juga memberikan penilaian positif. Keberadaan juru bicara KPK dipandang sangat membantu wartawan dalam memperoleh berbagai informasi. Lebih jauh, ia mengatakan sebagai berikut:

Ya. Saya melihat saudara Johan Budi sudah proporsional dan mulai berhati-hati karena ia mewakili institusi. Informasi juga diperoleh semua dari komisioner, penyidik, atau sumber-sumber lain yang memang harus kami rahasiakan demi keamanan mereka karena secara etika, kami terikat dengan komitmen untuk melindungi mereka. Jadi, sumber-sumber yang memang sangat terbuka untuk memberikan informasi dan kami anggap sangat kredibel. Kami mencoba menggabungkan semua

informasi secara menyeluruh sehingga tidak berat sebelah. (Wahyu Muryadi, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan juga untuk menggali informasi dari sumber-sumber lain di lingkungan KPK selain juru bicara KPK. Untuk itu menjalin kedekatan secara profesional dengan sumber-sumber informasi lain di lingkungan KPK menjadi penting untuk dilakukan sebagaimana dipaparkan kepada peneliti sebagai berikut:

Kedekatan dalam arti profesional dan emosional perlu dijalin dengan sumber-sumber lain di KPK. Profesional itu kita harus dekat dengan siapa pun sumber-sumber informasi sehingga disitulah kita mendapatkan info yang sangat dibutuhkan publik secara eksklusif. Tetapi ini bukan berarti *Tempo* diistimewakan daripada media lain. (Wahyu Muryadi, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

4.2.6.2 Wartawan Harian Umum Kompas

Billy Khaerudin merupakan wartawan senior berikutnya yang diwawancarai oleh peneliti. Billy merupakan salah satu wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di lingkungan KPK. Wartawan Harian Umum *Kompas* ini telah bertugas melakukan liputan di KPK sejak tahun 2010. Menurut Billy, keberadaan juru bicara KPK selama ini sangat membantu wartawan untuk memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan. Juru bicara dan pimpinan KPK menjadi dua sumber utama para wartawan untuk memperoleh informasi. Billy mengungkapkan hal tersebut sebagai berikut:

Sekarang dari siapa *sih* kita bisa mendapatkan informasi resmi di KPK? Pertama, juru bicara. Saya tidak tahu apakah ada ketentuan-ketentuan tertulis soal siapa yang boleh berbicara dengan media massa. Tetapi ketika KPK secara khusus menempatkan posisi juru bicara sebagai kepala biro dengan jabatan struktural, maka KPK sengaja memosisikan bahwa informasi resmi itu harus didapatkan dari juru bicara plus tentu saja pimpinan atau komisioner KPK. Jadi, untuk informasi-informasi yang berkaitan dengan kasus-kasus yang ditangani

saluran resmi cuma dua, yaitu juru bicara dan pimpinan. (Billy Khaerudin, Hasil Wawancara, 14 Februari 2013)

Juru bicara KPK selalu memberikan berbagai keterangan yang dibutuhkan wartawan. Selain itu, wartawan juga diberikan keleluasaan untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung. Meskipun demikian, juru bicara KPK tidak bisa bersikap terlampau terbuka dengan informasi-informasi yang ditanyakan oleh para wartawan. Lebih jauh, Billy mengungkapkan sebagai berikut:

Juru bicara biasa melakukan *up date* berita itu siang sampai sore hari. *Up date* itu hanya untuk informasi-informasi yang sangat formal punya kadar berita 5W+1H. Ketika ditanya bagaimana kasus ini, kenapa dia diperiksa, atau apa kaitan dia diperiksa, maka juru bicara akan menutup informasi karena menyangkut materi pemeriksaan juru bicara tidak diperkenankan *ngomong*. Konteks dan materi pemeriksaan diharapkan dapat diperoleh dari pimpinan. Karena pimpinan tidak mengetahui strategi komunikasi dengan wartawan kadang-kadang pimpinan suka *offside*, istilah kita teman-teman wartawan. Kita berharap Abraham Samad *offside*, Bambang Wijayanto *offside*, dan pimpinan-pimpinan lain *offside*. (Billy Khaerudin, Hasil Wawancara, 14 Februari 2013)

Sebagaimana diungkapkan di atas, salah satu upaya KPK –melalui juru bicara dan biro humas– untuk mengelola relasi secara baik dengan media massa adalah dengan memberikan ruangan pers dan fasilitas memadai bagi para wartawan. Ruang pers sebagai tempat wartawan berkumpul terletak di lantai dasar gedung KPK.

Penyediaan tempat ruangan pers yang dilengkapi pendingin ruangan, komputer, dan jaringan internet dimaksudkan untuk mempermudah kerja jurnalistik wartawan merupakan bagian dari usaha untuk memperlakukan secara baik wartawan yang menjalankan tugas jurnalistik sehari-hari di KPK. Billy sebagai salah satu wartawan yang melakukan tugas liputan di lingkungan KPK

juga mengapresiasi penyediaan ruangan pers di sana. Berikut penuturan narasumber kepada peneliti:

So far, kalau fasilitas ruangan pers cukup. Mungkin KPK menjadi pos liputan dengan jumlah wartawan terbanyak selain DPR dan Istana Presiden, sehingga memang terasa sangat sempit. Jumlah komputer juga dapat dikatakan masih terbatas. Fasilitas *wifi* dengan koneksi stabil paling dibutuhkan wartawan. Ini masih kurang dimiliki oleh KPK. Bagi KPK fasilitas ruang pers yang memadai bisa jadi sarana kampanye yang bagus untuk isu pemberantasan korupsi. (Billy Khaerudin, Hasil Wawancara, 14 Februari 2013)

4.2.6.3 Wartawan Sindo Trijaya Radio

Wartawan *Sindo Trijaya Radio* Dolly Ramadhon merupakan wartawan ketiga yang diwawancarai oleh peneliti. Sejak tahun 2010, ia melakukan tugas liputan sehari-hari di lingkungan KPK. Menurut Dolly, keberadaan juru bicara KPK sangat membantu wartawan untuk memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan. Juru bicara dan pimpinan KPK menjadi dua sumber utama para wartawan untuk memperoleh informasi. Lebih jauh, Dolly mengungkapkan sebagai berikut:

Juru bicara itu ibarat pintu masuk. Untuk kita wartawan dapat info pasti dari dia. Lalu bisa juga untuk pintu masuk buat info-info selanjutnya. Dari sisi kelengkapan, keakuratan, dan kelengkapan informasi yang disampaikan juga rata-rata sudah cukup membantu. (Dolly Ramadhon, Hasil Wawancara, 14 Februari 2013)

Juru bicara KPK selalu memberikan berbagai keterangan yang dibutuhkan wartawan. Para wartawan yang melakukan tugas liputan di KPK juga diberiberikan keleluasaan untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung. Tidak jauh berbeda dengan pandangan-pandangan narasumber dari kalangan wartawan terdahulu, Dolly juga melihat juru bicara KPK sebagai pihak resmi pemberi informasi mengenai kebijakan-kebijakan KPK kepada

publik, mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK kepada publik, dan juga untuk menjaga citra baik KPK di mata publik. Bahkan, Dolly berpendapat bila Johan Budi memiliki agenda untuk membentuk persepsi dan menghimpun dukungan publik. Berikut penuturan Dolly kepada peneliti:

Kelihatannya *sih* memang seperti ada agenda untuk membentuk persepsi dan membangun dukungan publik. Mungkin agar kerjanya tidak terkesan dan terlihat serampangan. Agar KPK dilihat memiliki cara prosedur sendiri untuk menjerat orang sebagai tersangka. (Dolly Ramadhan, Hasil Wawancara, 14 Februari 2013)

Sebagaimana Billy Khaeruddin, Dolly juga mengapresiasi penyediaan ruangan pers sebagai tempat wartawan berkumpul di lantai dasar gedung KPK. Penyediaan tempat ruangan pers yang dilengkapi pendingin ruangan, komputer, dan jaringan internet dimaksudkan untuk mempermudah kerja jurnalistik wartawan merupakan bagian dari usaha untuk memperlakukan secara baik wartawan yang menjalankan tugas jurnalistik sehari-hari di KPK. Lebih lanjut, Dolly memaparkan sebagai berikut:

Keberadaan ruangan pers di KPK berguna untuk kumpul dan bikin berita. Fasilitas lengkap juga mulai dari *wifi*, air minum sampai pendingin ruangan. Ada juga televisi yang bisa *live* dari sidang di pengadilan tipikor. Ruangan di sana juga bersih dan sepadan dengan jumlah wartawan yang meliput di sana. Begitu ada kerusakan pada fasilitas yang tersedia untuk wartawan, cepat sekali ditanggapi. (Dolly Ramadhan, Hasil Wawancara, 14 Februari 2013)

Dari penjelasan-penjelasan di atas diketahui usaha-usaha KPK, melalui juru bicara dan biro humas, dalam mengelola relasi dengan media massa sudah berjalan cukup baik. Hal itu antara lain dapat dilihat dari respons-respons positif yang dikemukakan oleh para wartawan dan pemimpin redaksi media massa yang peneliti jadikan narasumber.

Hubungan baik itu kemudian menumbuhkan rasa saling menghormati dan menghargai antara KPK dan media massa. Lebih dari itu, rasa saling memiliki di antara kedua belah pihak pun akan terbangun sehingga tidak ada keinginan untuk merusak hubungan baik tersebut.

Rasa penghargaan dan apresiasi itu tidak akan mungkin datang tanpa adanya hubungan baik antara organisasi dengan para wartawan selaku pekerja media massa yang tercipta melalui *media relations*. Pengelolaan relasi dengan media massa yang dilakukan KPK selama ini melalui juru bicara dan biro humas didasarkan pada kesadaran mengenai posisi dan peran vital media massa. Pengelolaan relasi itu dilakukan dengan berbagai cara mulai dari melakukan kunjungan media, pemberian fasilitas ruangan pers hingga kegiatan-kegiatan kehumasan yang dapat menjadi saluran komunikasi, seperti konferensi pers.

Dengan melakukan semua hal itu diharapkan berbagai kebijakan dan sepak terjang KPK yang bernilai positif di mata publik akan mendapatkan publisitas secara luas. Publisitas luas itu sendiri penting untuk memunculkan pemahaman baik dalam diri publik terhadap kinerja KPK.

Di samping itu, mengelola relasi baik dengan media massa juga mendatangkan keuntungan berupa adanya porsi pemberitaan secara obyektif dan berimbang. Media massa akan selalu memberikan ruang konfirmasi kepada KPK sebelum pihak media massa memberitakan suatu hal terkait KPK. Pengelolaan relasi dengan media massa juga dimaksudkan untuk memperoleh umpan balik dari publik mengenai kebijakan-kebijakan dan sepak terjang KPK selama ini. Umpan balik itu dapat berupa masukan, pendapat, saran, dan kritik yang bersifat konstruktif bagi peningkatan kinerja KPK di masa mendatang.

4.2.7 Mempertahankan Citra dan Membentuk Opini Publik Melalui *Media Relations*

Elaborasi di atas akan mengantarkan kita pemahaman bahwa apa sesungguhnya yang dilakukan KPK dalam berbagai kegiatan *media relations* bertujuan untuk memperoleh dukungan publik luas. Berangkat dari pemahaman ini maka juru bicara dan juga biro humas KPK secara bersama memainkan peran sangat penting dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik.

Juru bicara merupakan pihak yang berdiri paling depan dalam mewakili lembaga antikorupsi itu dalam penyampaian informasi kepada publik mengenai berbagai kebijakan KPK dan mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK. Sedangkan biro humas lebih kepada pengelolaan relasi dengan media massa agar informasi-informasi dan pesan-pesan sampai kepada publik.

Di tengah perkembangan media massa yang begitu pesat di Indonesia saat ini, pengelolaan *media relations* saat ini dianggap sebagai cara yang jitu untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari masyarakat. Wakil Menteri Hukum dan HAM, menanggapi fenomena ini Denny Indrayana menyatakan sebagai berikut:

Media massa memiliki peran vital dalam menyampaikan pesan-pesan publik tidak hanya sebagai sosialisasi, tetapi juga advokasi. Sebagai advokasi peran media massa sangat mujarab digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan dukungan dan tekanan kepada penyelenggaran negara dan aparat penegak hukum agar selalu bekerja profesional dalam menangani suatu kasus. Kemudian sebagai sosialisasi media massa dapat menjadi sarana publikasi bagi KPK untuk menunjukkan prestasi kepada publik. Publikasi mengenai hal itu akan menarik dukungan publik dengan cepat. (Deny Indrayana, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Mengenai peran vital media massa dalam mendorong terbentuknya dukungan publik terhadap KPK ini juga diakui oleh Abraham Samad sebagaimana dikatakan kepada peneliti sebagai berikut:

Kalau dari sisi pemberitaan di media massa, publik memang seperti memberikan porsi dan dukungan besar kepada KPK. Katakanlah media-media massa, seperti *Tempo*, *Media Indonesia*, dan *Kompas* menempatkan porsi pemberantasan korupsi sebagai prioritas. Itu sebagai salah satu apresiasi melihat KPK bekerja *on the track*. Tidak pernah ada sebelumnya dalam sejarah menjadikan menteri atau polisi yang sedang aktif sebagai tersangka. Tetapi biarkanlah capaian keberhasilan itu masyarakat yang memberikan penilaian, bukan KPK. (Abraham Samad, Hasil Wawancara, 28 Januari 2013)

Meski dalam penyampaian informasinya mengarah pada kepentingan untuk mempertahankan citra positif KPK di mata publik, namun secara kelembagaan KPK, terutama jajaran komisioner, mengaku tidak pernah berpikir untuk melakukan strategi-strategi khusus yang memiliki tujuan-tujuan pencitraan atau pun *agenda setting*. Penegasan itu diungkapkan Abraham Samad secara langsung kepada peneliti sebagai berikut:

Kalau saya tidak terlalu memahami mengenai hal itu. Mungkin teman-teman yang bekerja di bagian humas lebih mengetahui. Kalau pun ada mungkin secara umum saja seperti bagaimana cara merumuskan suatu masalah untuk dikomunikasikan sehingga masalah tersebut tidak menciptakan hiruk pikuk. Namun, dari pimpinan komisioner sendiri tidak ada agenda-agenda seperti itu. Tidak pernah melakukan strategi-strategi khusus yang bertujuan membentuk untuk pencitraan dan *agenda setting*. (Abraham Samad, Hasil Wawancara, 28 Januari 2013)

Membangun hubungan baik dengan berbagai pihak merupakan salah satu fungsi humas, termasuk biro humas KPK. Menjalani hubungan baik itu tidak saja ditujukan kepada publik, tetapi juga untuk relasi media massa. Humas sangat membutuhkan media massa untuk menginformasikan pesan-pesan yang berhubungan dengan organisasi kepada publik. Pesan-pesan itu tentu membawa berbagai pengaruh pada citra publik terhadap organisasi bersangkutan.

Dalam konteks itu, salah satu usaha juru bicara KPK dan biro humas KPK untuk memperoleh citra positif publik adalah dengan membangun sebuah hubungan yang baik dan harmonis dengan para pekerja media massa mulai dari wartawan hingga pemimpin redaksi media massa tersebut. Hal itu dikarenakan wartawan dan pemimpin redaksi sangat berhubungan erat dengan pemberitaan-pemberitaan media massa. Pemberitaan media massa itu sendiri dapat mempengaruhi penilaian, pandangan, dan citra publik terhadap organisasi bersangkutan.

Dengan memperhatikan besarnya pengaruh pemberitaan media dalam mempengaruhi penilaian, pandangan dan citra publik, maka juru bicara KPK dan biro humas membangun kedekatan dengan pihak wartawan melalui pemberian informasi yang seluas-luasnya seputar isu-isu pemberantasan korupsi yang dilakukan oleh KPK. Johan Budi menggambarkan kedekatannya dengan wartawan sebagai berikut:

Saya ingin menggambarkan betapa *mindset* orang terhadap wartawan itu sudah berbeda dan *mindset* orang terhadap humas itu sudah berbeda saat ini. Yang kami lakukan adalah pemberian informasi seluas-luasnya. Mengenai akses informasi, tidak ada lagi jarak antara wartawan dengan pimpinan KPK. Kapanpun wartawan bertanya, saya harus siap. Pernah setengah satu malam, telpon dari Ambon. Berarti jam tiga disana wartawannya tanya, "Bang, ada penangkapan enggak?". Sebagai juru bicara saya harus *ngomong* dan ikuti informasi yang berkembang, Iya, semacam update info. Pertanyaan singkat itu tetap harus dijawab *kan?*. *Enggak* mungkin *ngomong* besok *aja*. Ini hanya contoh bagaimana saya membangun kedekatan dengan cara memberikan akses seluas-luasnya terhadap informasi yang dibutuhkan oleh media. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Secara personal interaksi antara juru bicara KPK dengan kalangan wartawan yang bertugas secara khusus di KPK adalah sebagai berikut:

Cara saya membangun hubungan personal dengan para wartawan ini seperti misalnya kadang-kadang saya turun ke bawah (ke ruangan pers) dan sama sekali *nggak* ngomongin berita, *ya ngobrol aja*, sama tukar pikiran, memberikan pemahaman bagaimana *sih* posisi wartawan itu sebenarnya.” (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Adapun tujuan KPK dari ini semua adalah sebagai bagian dari upaya untuk memperoleh dukungan dari publik. Hal ini diakui oleh Johan Budi sebagai berikut:

Keseluruhan objektifnya itu ujungnya adalah mendapat dukungan masyarakat dalam pemberantasan korupsi. Tanpa adanya dukungan masyarakat, KPK tidak akan berhasil. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Berkenaan dengan tugasnya sebagai juru bicara KPK. Johan menjelaskan bahwa profesi juru bicara berarti menyiapkan diri untuk terjun dalam arena perang persepsi (*battle of perception*) di publik melalui pesan yang disampaikan di media massa. Lebih lanjut, ia menjelaskan:

Dalam konteks KPK dengan dukungan masyarakat berhadapan dengan pihak-pihak yang melawan KPK itu sebenarnya hanyalah perang persepsi (*battle of perception*). Semua itu terkait masalah persepsi. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Menurut Johan dalam arena peperangan persepsi, seorang juru bicara harus memiliki keahlian khusus. Keahlian yang dimaksud menurutnya adalah:

Ini yang namanya *special skills* atau bahasa umumnya ilmu *ngeles*. Ketika kami menghadapi serangan-serangan dari luar KPK yang berusaha untuk melemahkan KPK. Saya merubah kelemahan itu menjadi kelebihan dan kekuatan KPK. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Menurut Johan, seorang juru bicara harus memiliki kemampuan sebagai seorang *marketing*, kemampuan sebagai *sales* yang mampu untuk menjual suatu

produk dengan isi dan kemasan yang menarik. Ia memberikan salah satu contoh bagaimana menggunakan keahlian ini.

Pada saat terjadi penolakan terhadap rencana pembangunan gedung baru KPK dan pemulangan penyidik dari kepolisian secara besar-besaran, ada pihak yang mengatakan di sejumlah media bahwa KPK hanya menghabiskan uang negara dengan anggaran yang besar dan pengembalian uang yang kecil dari korupsi. Maka tugas saya sebagai juru bicara harus pintar membalikkan premis itu dengan mengatakan bahwa KPK itu tugasnya banyak, tidak hanya *nangkepin* koruptor. Pencegahan, penyidikan, pendidikan anti korupsi, yang hasilnya tidak berupa rupiah. Tetapi penyelamatan generasi yang hasilnya belum kelihatan sekarang. Justru seharusnya, KPK didukung. KPK bukan BUMN. Persepsi atau pemahaman seperti itulah yang terus kita *kapitalisasi*. Jadi, fokusnya tidak lagi soal kecilnya pengembalian uang negara oleh KPK dari para koruptor, tetapi pada tugas mulia KPK menyelamatkan masa depan negara ini. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Contoh berikutnya mengenai pembentukan persepsi dan opini publik terhadap KPK adalah saat terjadinya isu yang berhembus secara kencang mengenai perpecahan di tubuh pimpinan KPK. Johan lantas menjelaskan strategi pembentukan persepsi publik yang dilakukannya bersama biro humas KPK sebagai berikut:

Yang menarik *kan* bagaimana mengatasi tuduhan di publik oleh beberapa orang bahwa pimpinan KPK pecah. Kita *enggak* perlu *ngomong* apakah pecah benar apa *enggak* dari sisi komunikasi kepada publik. Tapi kita harus meyakinkan kepada publik bahwa pimpinan KPK *enggak* pecah. KPK tetap jalan. Pimpinan KPK bersifat kolektif kolegal. Itu *kan* hanya *statement*, tuduhan. *Nah* bagaimana saya sebagai juru bicara meng-*counter* itu. Saya buat konferensi pers dan kumpulkan semua pimpinan KPK dan kelima-limanya di sana, isu perpecahan pun lama-lama tidak kedengaran lagi, selesai. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Sebagaimana yang telah diuraikan dalam Bab II sebelumnya mengenai proses pembentukan opini publik. Opini publik terbentuk jika ada interaksi yang intensif antara proses penyampaian pesan di media dan publik. Dalam wilayah

ini tentu adalah sebuah tantangan bagi komunikator di KPK untuk menjadikan semua informasi yang berasal dari KPK atau mengenai isu pemberantasan korupsi ini penting untuk disampaikan kepada publik. Juru Bicara KPK Johan Budi menjelaskan mengenai strategi yang dimilikinya sebagai berikut:

Ya..yang pertama, Saya harus berpikir setiap hari bagaimana setiap isu-isu korupsi ini tetap menjadi perhatian masyarakat. Saya kasih contoh mengenai kasus BLBI, ini kan kasus yang nilainya besar tapi kenapa yang diberitakan secara live di stasiun TV adalah kasus lain yang nilai kerugiannya lebih kecil? Nah tugas Saya selaku juru bicara menjadikan informasi ini penting. Harus jadi isu utama. Lalu yang kedua adalah bagaimana kita menciptakan pemahaman pada publik bahwa setiap upaya yang dilakukan untuk menyerang dan melemahkan KPK sebagai bagian dari upaya yang pro-koruptor atau temannya koruptor, tanpa harus pihak KPK yang mengeluarkan pernyataan itu. Biarkan isu itu kemudian bergulir dan mengikuti proses yang ada. (Johan Budi, Hasil Wawancara, 26 Juni 2012)

Kepentingan KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik juga terbantu oleh peran aktif sejumlah lembaga-lembaga swadaya masyarakat (LSM) di bidang antikorupsi, seperti Indonesia Corruption Watch (ICW) dan Transparency International Indonesia (TII). Tidak jarang mereka berperan sebagai *opinion leader* bagi penggalangan dukungan publik terhadap KPK. Hal ini sejalan dengan teori pembentukan opini publik, sebagaimana dipaparkan dalam bab II, dimana *opinion leader* menjadi bagian tidak terpisahkan dari alur pembentukan opini.

Dalam hal penggalangan dukungan publik untuk KPK, lembaga-lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang pemberantasan korupsi memainkan peran itu secara nyata. Seperti dalam menghadapi upaya-upaya DPR dalam melakukan pembatasan wewenang KPK, kriminalisasi terhadap pimpinan KPK, penolakan terhadap pengadaan gedung baru untuk KPK dan

pemulangan sejumlah penyidik kepolisian di KPK. Khusus dalam ketiga kasus ini peran lembaga swadaya masyarakat secara nyata telah membantu upaya KPK dalam pembentukan opini publik, sehingga publik memberikan dukungannya untuk KPK. Peran mereka sebagai *opinion leader* berkontribusi terhadap datangnya dukungan publik secara lebih luas dan menjadi sorotan pemberitaan media massa.

Namun secara resmi KPK mengaku tidak pernah ada kerjasama antara KPK dan para *opinion leader* dalam hal ini LSM yang menggalang dukungan untuk KPK, sebagaimana diungkapkan Priharsa Nugraha berikut:

Secara kelembagaan tidak pernah ada komunikasi atau kerjasama resmi dengan teman-teman ICW dan lembaga-lembaga swadaya masyarakat lain. Namun, komunikasi secara *personal* mungkin saja. (Priharsa Nugraha, Hasil Wawancara, 6 Maret 2013)

Meskipun KPK mengaku tidak pernah ada kerja sama resmi di antara mereka, tetapi tidak dapat dimungkiri hubungan mereka direkatkan oleh kepedulian terhadap isu-isu pemberantasan korupsi di Indonesia. Koordinator ICW Danang Widyoko yang ditemui oleh peneliti menjelaskan lebih lanjut mengenai hal itu sebagai berikut:

Kami dipersatukan dalam isu-isu dan kasus korupsi. Di Jakarta kami punya *network* juga dengan teman-teman LSM lain, seperti TIL. Koalisi ini kecil dan muncul dalam konferensi-konferensi pers. Tetapi kalau sudah aksi-aksi besar mulai banyak yang datang dukungan pihak-pihak lain. Jadi, kalau dibilang untuk membantu KPK untuk membentuk opini untuk mendukung KPK, *ya* memang benar. (Danang Widyoko, Hasil Wawancara, 22 November 2012)

Selain itu, sebagaimana juga telah diungkapkan di atas perkembangan massif media massa di Indonesia juga membawa keuntungan tersendiri bagi KPK. Dewasa ini media massa telah menjelma menjadi salah satu bagian paling penting di dalam kehidupan manusia. Media massa dinilai memiliki kemampuan

untuk mempengaruhi pola pikir dan persepsi masyarakat dalam menilai sebuah informasi. Media massa dapat dikatakan menjadi sebuah ruang publik bagi masyarakat untuk memperoleh informasi dan mengemukakan pendapat mengenai isu-isu publik.

Di samping itu, pemberitaan dalam media massa dapat mempengaruhi opini publik dan diskusi di dalam masyarakat mengenai sebuah isu publik. Peran vital media massa ini sangat diakui Abraham Samad sebagaimana dikatakan kepada peneliti sebagai berikut:

Kalau dari sisi pemberitaan di media massa, publik memang seperti memberikan porsi dan dukungan besar kepada KPK. Katakanlah media- media massa, seperti *Tempo*, *Media Indonesia*, dan *Kompas* menempatkan porsi pemberantas korupsi sebagai prioritas. Itu sebagai salah satu apresiasi melihat KPK bekerja *on the track*. (Abraham Samad, Hasil Wawancara, 28 Januari 2013)

Senada dengan Abraham Samad, Wakil Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Denny Indrayana juga memiliki pendapat tidak jauh berbeda mengenai peran media massa. Mantan Ketua Pusat Kajian Anti-Korupsi Universitas Gadjah Mada (UGM) ini mengakui jika media massa memiliki peran vital dalam menyampaikan pesan-pesan kepada publik.

Karena semua pihak telah merasa bahwa agenda anti korupsi itu penting, lalu ditunjang oleh kinerja KPK yang baik serta sosialisasi kerja KPK kepada publik melalui media yang juga baik, semua ini menjadi satu adonan yang menyebabkan partisipasi publik semakin tinggi dan *ownership* publik terhadap KPK menjadi semakin tinggi. (Denny Indrayana, Hasil Wawancara, 11 Februari 2013)

Peran vital dan strategis media massa dalam mempengaruhi opini publik juga sangat disadari oleh para pegiat antikorupsi di Indonesia. Mereka memanfaatkan media massa untuk menggalang dukungan terhadap KPK sebagai

lembaga pemberantasan korupsi di Indonesia agar senantiasa memiliki citra baik di hadapan publik sebagaimana penjelasan Danang Widyoko kepada peneliti:

Ketika ada hal-hal mengancam eksistensi KPK secara sistematis kita desain proses dukungan terhadap KPK. Kita cermati arah media dan hubungi mereka. Lalu kita sediakan pembicara ahli-ahli hukum, ICW cukup sekali atau dua kali. Kita *drive* teman-teman di media massa. Itu salah satu strategi dalam konteks hubungan dengan media. (Danang Widyoko, Hasil Wawancara, 22 November 2012)

Menurut Danang, proses penggalangan dukungan publik tidak bisa serta merta dilakukan langsung oleh KPK dalam strategi komunikasinya. Mengenai hal ini Ia menjelaskan alasannya adalah sebagai berikut:

Setahu saya, Juru Bicara KPK memang berkomunikasi dengan para redaktur media. Saya sendiri kurang tahu persis apakah itu merupakan bagian dari strategi komunikasi yang dijalankan oleh KPK untuk memperoleh dukungan publik melalui media. Tapi sebagai lembaga negara KPK punya keterbatasan dalam mengerahkan bantuan dari masyarakat. Untuk itulah kami ada, tugas kami sebagai LSM yang meminta bantuan atau dukungan publik untuk KPK. (Danang Widyoko, Hasil Wawancara, 22 November 2012)

Kemudian mengenai peran media massa dalam menyampaikan pesan-pesan kepada publik mengenai pemberantasan korupsi yang sedang dilakukan KPK, sebagai bagian dari kalangan pekerja media massa Dolly, wartawan Sindo Trijaya Radio, juga sependapat jika dikatakan publik memberikan dukungan sangat kuat terhadap KPK. Selain menyampaikan pesan-pesan kepada publik mengenai pemberantasan korupsi yang sedang dilakukan KPK, media massa menjadi tempat untuk menghimpun dukungan publik secara luas kepada KPK. Berikut penuturan Dolly, mewakili kalangan wartawan mengenai besarnya dukungan publik untuk KPK:

Dukungan publik kuat karena orang sudah lelah dengan kasus-kasus korupsi yang terjadi. Apalagi jumlah sudah sangat besar dan melibatkan tokoh-tokoh yang sebelumnya dilihat publik baik. (Dolly Ramadhan, Hasil Wawancara, 14 Februari 2013)

4.3 Analisis Data

Dengan tujuan lebih memudahkan analisis data-data yang sudah tergambar melalui penjelasan-penjelasan diatas, maka peneliti mencoba mengklasifikasikan semua informasi baik yang berasal dari subyek maupun narasumber penelitian, mereduksi data-data itu sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat menjawab maksud dan tujuan penelitian. Penyajian data dalam bentuk tabel-tabel sederhana ini akan memudahkan proses analisa yang dilakukan

4.3.1 Analisis Terhadap Penilaian Kinerja KPK dalam Pemberantasan Korupsi di Indonesia

Menuurut hemat peneliti, sebelum melangkah lebih jauh untuk mengetahui strategi media relation yang dilakukan oleh Juru Bicara dan Humas KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik, maka hal yang dilakukan pertama adalah menganalisis penilaian terhadap kinerja KPK selama ini dalam pemberantasan korupsi.

Tabel IV.2
Analisis Penilaian Kinerja KPK dalam Pemberantasan Korupsi

No	Sumber	Penilaian
1.	Wakil Menteri Hukum dan HAM Deny Indrayana	Kami melihat pemberantasan korupsi semakin ada peningkatan, regulasi juga semakin baik, institusi pemberantasan korupsi dalam hal ini KPK semakin baik. Hal ini antara lain ditandai dengan Indeks Persepsi Korupsi Indonesia yang dikeluarkan dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan dan perbaikan.

		Regulasi makin baik, institusi pemberantasan korupsi dalam hal ini KPK makin baik, partisipasi publik makin tinggi, pers makin bebas, dan Indonesia makin demokratis. Semakin demokratis ini penting, karena semakin anti korupsi. Negara koruptif terjadi pada negara yang lebih otoriter.
2.	Wakil Ketua Komisi III DPR Tjatur Sapto Edy	<p>Sangat wajar bila prestasi KPK melebihi lembaga-lembaga penegak hukum lain.</p> <p>Wewenang dan anggaran sangat besar dibanding penegak hukum lain. Tapi kalau kita buat <i>apple to apple</i> kewenangan, anggaran, dan prestasi, maka saya kira apa yang diperoleh KPK ini belum maksimal.</p>
3.	Koordinator ICW (Indonesia Corruption Watch) Danang Widyoko	<p>Makin lama tugas KPK semakin berat, karena ekspektasi publik semakin meningkat.</p> <p>Kalau menangkap bupati atau gubernur sudah bukan lagi berita, bahkan mantan menteri bukan berita.</p> <p>Publik menginginkan lebih daripada itu. Kalau KPK menangkap gubernur atau bupati, pasti akan dianggap KPK tidak bekerja, berarti kinerjanya turun.</p>
4.	Pemimpin Redaksi TEMPO Wahyu Muryadi	Eksistensi KPK masih sangat dibutuhkan. Terbukti banyak hal-hal yang harusnya bisa diperankan dengan baik oleh kepolisian dan kejaksaan, termasuk dalam pengungkapan isu-isu korupsi, yang terjadi justru sebaliknya, <i>banyak masuk</i>

		<p><i>angin</i>, banyak urusan-urusan yang justru lemah, sehingga KPK jadi tumpuan yang sangat penting saat ini.</p> <p>KPK ini sumber yang mencokok para koruptor, yang mencakup nama-nama besar, mencakup duit-duit besar sehingga punya nilai berita yang tinggi.</p>
--	--	--

Penilaian atas kinerja KPK selama ini umumnya dinilai positif oleh para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang berinteraksi dengan KPK, baik itu dari unsur pemerintah, parlemen, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan Media Massa, yang secara umum mengaku merasa cukup puas terhadap keberadaan dan kinerja lembaga korupsi ini, sehingga menyatakan dukungannya untuk terus mendukung keberadaan KPK. Namun ditengah berbagai prestasi gemilang KPK dalam pemberantasan korupsi ada beberapa titik penting yang disinggung oleh lembaga swadaya masyarakat yang mengingatkan betapa harapan masyarakat terhadap KPK semakin tinggi, sehingga perlu adanya peningkatan kinerja KPK. Sementara itu dari kalangan parlemen, menilai bahwa kinerja KPK seharusnya bisa lebih baik dari apa yang sudah dicapai selama ini, mengingat besarnya anggaran yang dikeluarkan oleh negara untuk KPK dan wewenang yang dimilikinya begitu besar.

4.3.2. Analisis Peran Penting Media dalam Pemberantasan Korupsi

Pemberitaan media massa dapat mempengaruhi opini publik dan diskusi di dalam masyarakat mengenai sebuah isu publik. Dukungan publik atas keberadaan KPK memang harus diakui sangat besar. Dukungan publik yang besar terhadap KPK karena selama ini intensitas pemberitaan mengenai pemberantasan korupsi cukup gencar dan bertubi-tubi, sehingga membuat publik memiliki penilaian yang positif terhadap KPK.

Mengenai peran vital media massa yang membantu dalam proses pemberian dukungan dari publik ini juga diakui oleh komisioner KPK, Abraham Samad, yang mengatakan bahwa dari sisi pemberitaan di media massa, publik memang terlihat memberikan porsi dan dukungan yang besar terhadap KPK. Sejumlah media-media besar di negeri ini menempatkan porsi pemberantasan korupsi sebagai prioritas sebagai salah satu apresiasi melihat KPK bekerja pada jalur yang tepat. Tabel dibawah ini menjelaskan secara ringkas peran media massa dalam pemberantasan korupsi.

Tabel IV.3
Analisis Peran Media Massa dalam Pemberantasan Korupsi

No	Sumber	Penilaian
1.	Wakil Menteri Hukum dan HAM Deny Indrayana	Media massa memiliki peran vital dalam menyampaikan pesan-pesan publik tidak hanya sebagai sosialisasi, tetapi juga advokasi. Sebagai advokasi peran media massa sangat mujarab digunakan sebagai sarana menyampaikan

		<p>dukungan dan tekanan kepada penyelenggaran negara dan aparat penegak hukum agar selalu bekerja profesional dalam menangani suatu kasus.</p> <p>Kemudian sebagai sosialisasi media massa dapat menjadi sarana publikasi bagi KPK untuk menunjukkan prestasi kepada publik. Publikasi mengenai hal itu akan menarik dukungan publik dengan cepat</p>
2.	<p>Wakil Ketua Komisi III DPR Tjatur Sapto Edy</p>	<p>Media kita adalah yang paling bebas sedunia. Lebih bebas dari negara liberal manapun juga.</p> <p>KPK sebaiknya memanfaatkan momentum ini dengan tidak hanya untuk mencari popularitas dan dukungan semu dari masyarakat melalui komunikasi yang tidak substansial seperti informasi penangkapan koruptor.</p> <p>Kalau hanya itu terus yang diberitakan di media, maka tidak akan selesai pemberantasan korupsi yang kita lakukan karena tidak berupaya memperbaiki sistem.</p>
3.	<p>Koordinator ICW (Indonesia Corruption Watch) Danang Widyoko</p>	<p>Ketika ada hal-hal mengancam eksistensi KPK secara sistematis kita desain proses dukungan terhadap KPK. Kita cermati arah media dan hubungi mereka. Lalu kita sediakan pembicara ahli-ahli hukum, ICW cukup sekali atau dua kali. Kita <i>drive</i> teman-teman di media massa. Itu salah satu strategi dalam konteks hubungan dengan media.</p>

4.	Pemimpin Redaksi TEMPO Wahyu Muryadi	<p>Kalau bagi kami dari sisi praktisi media atau jurnalis, isu korupsi itu adalah isu yang sangat serius. Kami yakin negara ini salah satunya menjadi <i>bobrok</i> karena memang yang namanya kejahatan luar biasa ini (<i>extra ordinary crime</i>) ini makin menjadi-jadi, makin gawat di tanah air ini, masuk ke segala sendi-sendi kehidupan, baik itu di sektor eksekutif, legislatif dan bahkan di yudikatif.</p> <p>Media dalam hal ini khususnya Majalah Tempo tidak tinggal diam. Ketika kami terbit kembali pada akhir tahun 1998, kami memutuskan salah satu agenda setting atau isu-isu yang kami prioritaskan adalah isu mengenai korupsi.</p>
----	---	--

4.3.3 Analisis Peran Juru Bicara KPK

Juru Bicara KPK memegang peran penting sebagai jembatan informasi dari KPK kepada publik. juru bicara merupakan pihak yang mewakili lembaga antirasuah tersebut dalam tugasnya menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan, mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK, dan juga untuk menjaga citra baik KPK di mata publik.

Akan tetapi, tujuan-tujuan itu tidak akan dapat terealisasi jika seorang juru bicara tidak memahami dengan baik fungsi dan peran yang harus ia jalankan. Karena itu, penting bagi seorang juru bicara untuk memahami dengan baik fungsi dan peran mereka dalam sebuah organisasi. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa keberadaan juru bicara KPK selama ini bahkan bisa dibilang telah maksimal dalam menyampaikan informasi yang bisa diketahui oleh publik.

Fakta yang menguatkan analisa bahwa juru bicara KPK telah berusaha secara maksimal, terlihat dari pernyataan Abraham Samad yang mengatakan bahwa dalam beberapa hal menyangkut penyidikan, tidak dapat disampaikan langsung oleh pimpinan, karena ada wilayah pimpinan yang harus dilindungi, dan fungsi pelindung pimpinan inilah yang perannya dijalankan oleh seorang Juru Bicara KPK.

Sementara itu Johan Budi mengatakan bahwa perbedaan antara juru bicara yang ada di KPK dengan juru bicara yang pada umumnya ada di tempat lain adalah Juru bicara KPK adalah penasehat pimpinan dalam berkomunikasi kepada publik. Berkaitan dengan tugas dan wewenang yang dijalankan pimpinan, seorang juru bicara KPK setiap minggu memberikan analisis pemberitaan, memberikan saran, dan memberikan semacam petunjuk kepada pimpinan. Juru bicara juga dapat memberikan saran kepada pimpinan agar tidak berkomentar mengenai suatu persoalan yang sedang dihadapi oleh KPK.

Tabel IV.4
Analisis Peran Juru Bicara KPK

No	Sumber	Penilaian
1.	Wakil Menteri Hukum dan HAM Deny Indrayana	<p>Kita melihat adanya tantangan, yakni dalam hal ini ada persoalan hukum yang harus dijawab pula dengan rambu-rambu hukum sementara disisi lain ada keingintahuan publik yang sangat tinggi.</p> <p>Disinilah komunikasi publik ini harus dilakukan dengan baik oleh seorang juru bicara KPK, yang mampu menjawab keingintahuan</p>

		<p>publik tanpa harus melanggar proses hukum yang sedang berjalan.</p> <p>Ini adalah tantangannya, memang tidak bisa mengungkap semua proses tapi komunikasi itu harus menjawab keingintahuan publik dengan jawaban yang tidak hanya bersifat normatif.</p> <p>Juru bicara KPK harus jitu mengelola dan meramu informasi yang dia punya sehingga layak diketahui oleh publik</p>
2.	Wakil Ketua Komisi III DPR Tjatur Sapto Edy	<p>Mas Johan Budi itu udah senior di posisi itu, karena beliau dari awal KPK sudah berada disana. Saya kira harus membuat kader supaya ada kontinuitas di sana. Kalau kelamaan nanti saya khawatir ada persepsi lain dan macam-macam.</p>
3.	Koordinator ICW (Indonesia Corruption Watch) Danang Widyoko	<p>Tugas juru bicara banyak, tetapi yang penting juga adalah menangkis isu-isu atau mengklarifikasi bila ada suatu peristiwa yang masih belum jelas dari KPK. Karena hal-hal seperti ini tidak bisa dilakukan oleh pimpinan KPK, yang sebaiknya mengurus hal-hal yang lebih strategis.</p>
4.	Pemimpin Redaksi TEMPO Wahyu Muryadi	<p>Saya melihat saudara Johan Budi sebagai juru bicara KPK sampai saat ini sudah proporsional dan mulai berhati-hati karena ia mewakili institusi penegak hukum.</p>
5.	Wartawan KOMPAS Billy Khaeruddin	<p>Sekarang dari siapa <i>sih</i> kita bisa mendapatkan informasi resmi di KPK? Pertama, juru bicara. Saya tidak tahu apakah ada ketentuan-ketentuan tertulis soal siapa yang</p>

		boleh berbicara dengan media massa. Tetapi ketika KPK secara khusus menempatkan posisi juru bicara sebagai kepala biro dengan jabatan struktural, maka KPK sengaja memosisikan bahwa informasi resmi itu harus didapatkan dari juru bicara plus tentu saja pimpinan atau komisioner KPK. Jadi, untuk informasi-informasi yang terkait dengan kasus yang ditangani saluran resmi cuma dua, yaitu juru bicara dan pimpinan.
6.	Wartawan SINDO Trijaya Radio Dolly Ramadhon	Juru bicara itu ibarat pintu masuk. Untuk kita wartawan dapat info pasti dari dia. Lalu bisa juga untuk pintu masuk buat info-info selanjutnya. Dari sisi kelengkapan, keakuratan, dan kelengkapan informasi yang disampaikan juga rata-rata sudah cukup membantu.

4.3.4 Analisis Strategi *Media Relations* Juru Bicara dan Biro Humas KPK dalam Mempertahankan Citra dan Membentuk Opini Publik

Dengan berpijak dari data-data temuan hasil penelitian di atas dan teori-teori *media relations* dapat dilakukan analisis apakah berbagai kegiatan *media relations* juru bicara dan biro humas KPK selama ini telah selaras dengan strategi-strategi *media relations*. Meski tidak mengakui secara jelas strategi apa yang digunakan oleh KPK dalam menjalin relasi dengan media, namun dari gabungan pernyataan Ketua, Juru Bicara dan Biro Humas KPK telah mencerminkan secara tidak langsung bahwa KPK sudah menjalankan strategi *media relations* seperti yang sudah diterangkan sebelumnya dalam Bab II, dimana ada tiga strategi *media relations* yang digunakan, yaitu:.

Pertama, mengelola relasi dengan media massa. Hal ini penting dilakukan untuk menunjang segala tugas-tugas humas organisasi. Pengelolaan relasi secara baik dengan media massa dimaksudkan agar organisasi bersangkutan dapat melakukan komunikasi kepada publik.

Dalam konteks KPK, seperti telah dijelaskan diatas, usaha pengelolaan relasi tersebut dilakukan dengan melakukan kegiatan kunjungan redaksi. Kegiatan kunjungan redaksi ke media massa dilakukan biro humas dan juru bicara hingga pimpinan KPK. Dalam kegiatan itu KPK memberikan pemaparan secara langsung dan mendalam kepada pemimpin redaksi dan jajaran awak media massa bersangkutan mengenai berbagai hal, seperti program kerja, kasus yang tengah ditangani, dan pencapaian yang telah diraih KPK. Kunjungan redaksi dijadikan sebagai kesempatan bagi KPK untuk memberikan penjelasan secara langsung dan mendalam kepada pemimpin redaksi atau pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh kuat terhadap materi pemberitaan di media massa bersangkutan.

Kemudian pengelolaan relasi dengan para wartawan di lapangan dilakukan dengan cara memberikan perlakuan baik kepada wartawan. Penyediaan ruangan pers dengan dilengkapi pendingin ruangan, komputer, dan jaringan internet untuk mempermudah kerja jurnalistik wartawan merupakan bagian dari usaha untuk memperlakukan secara baik wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di KPK.

Pelaksanaan kegiatan-kegiatan *media relations* seperti konferensi pers, *press interview*, *press release*, dan *press reception* juga merupakan bagian tidak terpisahkan dari usaha pengelolaan relasi dengan media massa. Konferensi pers

dilakukan KPK saat hendak memberikan informasi atau penjelasan resmi mengenai kasus-kasus yang tengah ditangani KPK untuk diketahui publik, seperti perkembangan penyelidikan, perkembangan penyidikan, dan penetapan tersangka terhadap seseorang.

Kemudian *press interview* merupakan kegiatan dimana wartawan melakukan wawancara terhadap narasumber tertentu untuk dimintakan keterangan, pendapat, dan komentar mengenai suatu masalah aktual. Selanjutnya *press release* merupakan aktivitas pemberian informasi mengenai kegiatan-kegiatan KPK kepada publik. Ada pun *press reception* merupakan *event* bersifat sosial dimana berfungsi untuk meningkatkan kualitas hubungan antara organisasi dan media massa. *Press reception* dapat berupa kumpul bersama dalam peringatan ulang tahun organisasi, acara keagamaan, dan lain-lain.

Kedua, melakukan pengembangan strategi. Mengembangkan strategi merupakan bagian dari strategi media relations selanjutnya setelah pengelolaan relasi dengan media massa telah dilakukan dengan baik. Penting bagi sebuah organisasi untuk melakukan pengembangan strategi dalam menjalankan kegiatan-kegiatan media relations tersebut.

Dalam usaha untuk melakukan pengembangan strategi, biro humas KPK melakukan penambahan kegiatan media relations. Penambahan kegiatan media relations yang dilakukan biro humas KPK adalah diskusi media dan dokumentasi kliping pemberitaan-pemberitaan. Kegiatan diskusi media ini dilakukan secara reguler setiap bulan sebagai sarana mengobrol informal antara pimpinan KPK dan wartawan. Dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa ditujukan untuk keperluan sumber informasi

mengenai suatu peristiwa dan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan KPK untuk kemudian dilakukan analisis dan evaluasi.

Ketiga, melakukan pengembangan jaringan. Pengembangan strategi merupakan hal penting bagi suatu organisasi mengingat jaringan ini merupakan modal sosial pendukung keberhasilan organisasi dalam menjalankan aktivitas.

Strategi pengembangan jaringan yang dilakukan oleh biro humas KPK berupa menjalin hubungan dengan media-media baru, terutama di media massa lokal, yang sebelumnya tidak pernah melakukan liputan di lingkungan KPK. Hal itu tentu menguntungkan karena memperbesar peluang untuk melakukan penyebaran informasi-informasi yang berhubungan dengan kinerja KPK dalam pemberantasan korupsi.

Pemaparan di atas menunjukkan bila juru bicara dan biro humas KPK sangat memahami dan memperhatikan rangkaian strategi *media relations*. Kegiatan-kegiatan *media relations* dari juru bicara dan biro humas KPK selama ini dapat dikatakan telah selaras dengan strategi-strategi *media relations*.

4.3.4 Analisis Strategi Mempertahankan Citra dan Pembentukan Opini Publik

Sebagai lembaga pemberantasan korupsi di Indonesia, KPK tentu memiliki kepentingan untuk memberikan informasi-informasi dan mengirimkan pesan-pesan kepada publik melalui media massa. Karena itu, *media relations* tidak luput dari perhatian biro humas KPK demi untuk memperoleh dukungan publik luas. Bersama juru bicara, biro humas KPK menjadi tulang punggung pelaksanaan tugas-tugas tersebut. Mereka memainkan peran sangat penting

dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik. Juru bicara merupakan pihak yang berdiri paling depan dalam mewakili lembaga antikorupsi itu dalam penyampaian informasi kepada publik mengenai berbagai kebijakan KPK dan mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK. Sedangkan biro humas lebih kepada pengelolaan relasi dengan media massa. Pengelolaan relasi dengan media massa merupakan salah satu fungsi biro humas KPK.

Berdasarkan hasil analisa terhadap data-data hasil temuan penelitian juga diketahui bahwa usaha-usaha KPK, melalui juru bicara dan biro humas, dalam mengelola relasi dengan media massa sudah berjalan cukup baik. Respons positif diberikan para pekerja media massa sebagaimana tercermin dalam wawancara peneliti dengan sejumlah wartawan dan pemimpin redaksi media massa.

Hubungan baik itu kemudian menumbuhkan rasa saling menghormati dan menghargai antara KPK dan media massa. Lebih dari itu, rasa saling memiliki di antara kedua belah pihak pun akan terbangun sehingga tidak ada keinginan untuk merusak hubungan baik tersebut.

Rasa penghargaan dan apresiasi itu tidak akan mungkin datang tanpa adanya hubungan baik antara organisasi dengan para wartawan selaku pekerja media massa yang tercipta melalui *media relations*. Pengelolaan relasi dengan media massa yang dilakukan selama ini melalui juru bicara dan biro humas didasarkan pada kesadaran mengenai posisi dan peran vital media massa.

4.3.5. Analisis Dukungan Publik Terhadap KPK

Tidak dapat dimungkiri media massa telah menjadi salah satu bagian paling penting dalam kehidupan manusia. Media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pola pikir dan persepsi publik dalam menilai sebuah informasi. Media massa dapat dikatakan menjadi sebuah ruang publik untuk memperoleh informasi dan mengemukakan pendapat mengenai isu-isu publik. Selain itu, pemberitaan dalam media massa dapat mempengaruhi opini publik mengenai sebuah isu publik.

Singkat kata, media massa memiliki peran dalam menginformasikan pesan-pesan dan memberitakan segala hal yang berhubungan dengan organisasi kepada publik. Semua itu kemudian berujung pada citra KPK di mata publik. Karena itu, dapat dimengerti jika juru bicara dan biro humas KPK giat membangun hubungan baik dan harmonis dengan para pekerja media massa melalui serangkaian kegiatan sebagaimana peneliti telah sebutkan di atas. Jika citra organisasi dapat terjaga dengan baik melalui pemberitaan-pemberitaan di media massa, maka opini publik terhadap KPK akan selalu berada dalam nada positif. Dampak dari citra dan opini publik yang positif ini adalah dukungan publik yang begitu kuat terhadap KPK. Jika terjadi hal-hal yang akan melemahkan keberadaan KPK, maka publik tak ragu untuk memberikan dukungannya.

Kepentingan KPK dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik juga terbantu oleh peran aktif sejumlah lembaga-lembaga swadaya masyarakat di bidang antikorupsi. Mereka cukup memainkan peranan penting sebagai *opinion leader* bagi penggalangan dukungan publik terhadap KPK. Hal

ini sejalan dengan teori pembentukan opini publik, sebagaimana dipaparkan dalam bab II, dimana *opinion leader* menjadi bagian tidak terpisahkan dari alur pembentukan opini.

Dalam hal penggalangan dukungan publik untuk KPK, mereka memainkan peran konkret. Seperti kriminalisasi terhadap pimpinan KPK, penolakan terhadap pengadaan gedung baru untuk KPK dan pemulangan sejumlah penyidik kepolisian di KPK, lembaga-lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang pemberantasan korupsi tersebut telah membantu upaya KPK dalam pembentukan opini publik sehingga publik memberikan dukungan untuk KPK. Peran mereka sebagai *opinion leader* turut berkontribusi terhadap datangnya dukungan publik secara lebih luas dan menjadi sorotan pemberitaan media massa.

Tabel IV.5
Analisis Penilaian Dukungan Publik Untuk KPK

No	Sumber	Penilaian
1.	Wakil Menteri Hukum dan HAM Deny Indrayana	Karena semua pihak telah merasa bahwa agenda anti korupsi itu penting, lalu ditunjang oleh kinerja KPK yang baik serta sosialisasi kerja KPK kepada publik melalui media yang juga baik, semua ini menjadi satu adonan yang menyebabkan partisipasi publik semakin tinggi dan <i>ownership</i> publik terhadap KPK menjadi semakin tinggi.
2.	Wakil Ketua Komisi III DPR Tjatur Sapto Edy	Dukungan publik yang diperoleh oleh KPK seharusnya digunakan untuk membereskan kejaksaan, membereskan DPR, membereskan kepolisian dan sistem-sistem yang ada.

		<p>Kalau dukungan itu hanya karena KPK berhasil menangkap koruptor, saya khawatir dukungan itu menjadi semu karena sifatnya yang euforia sesaat.</p>
3.	<p>Koordinator ICW (Indonesia Corruption Watch) Danang Widyoko</p>	<p>Kami dipersatukan dalam isu-isu dan komitmen untuk pemberantasan kasus korupsi. Di Jakarta kami punya <i>network</i> juga dengan teman-teman LSM lain, seperti TII.</p> <p>Koalisi ini kecil dan muncul dalam konferensi-konferensi pers. Tetapi kalau sudah aksi-aksi besar mulai banyak yang datang dukungan pihak-pihak lain.</p> <p>KPK punya keterbatasan untuk menggalang dukungan atau bantuan dari masyarakat karena tidak pantas, Jadi tugas kami sebagai LSM-lah yang meminta bantuan publik itu.</p> <p>Dukungan untuk KPK itu berasal dari opini positif dari publik. Untuk bisa bermain di opini harus ada peristiwa, dan peristiwa itu harus diciptakan dan kamilah yang <i>mendesain</i>-nya.</p> <p>Jadi, kalau dibilang ICW membantu KPK untuk membentuk opini mendukung KPK, <i>ya</i> memang benar.</p>
4.	<p>Pemimpin Redaksi TEMPO Wahyu Muryadi</p>	<p>Kami selalu tunjukkan dukungan untuk KPK untuk terus konsisten memberantas korupsi dengan menyajikan pemberitaan yang bertubi-tubi mengenai korupsi.</p>

		<p>Kami secara konsisten mengungkap soal upaya-upaya busuk yang dilakukan oleh politikus busuk itu dan menyajikan semuanya untuk publik dari halaman muka (<i>cover</i>), dalam berita maupun dalam opini media kami. <i>Tempo</i> kan media yang nyaris konsisten, tanpa henti memberitakan soal urgensi penguatan KPK.</p>
--	--	--

Besarnya dukungan publik terhadap eksistensi KPK tentu hal ini tidak muncul secara tiba-tiba. Dukungan ini muncul karena adanya rasa percaya. Rasa percaya muncul karena publik mengikuti pemberitaan intensif di media yang mengulas prestasi-prestasi yang telah dicapai oleh KPK dalam pemberantasan korupsi di Indonesia.

Pada akhirnya peneliti ingin mengatakan bahwa berbagai kegiatan *media relations* yang dilakukan juru bicara dan biro humas KPK dalam rangka memenuhi strategi-strategi *media relations* sebagaimana diungkapkan melalui penelitian ini sangat mendukung kepentingan lembaga antirasuah itu dalam mempertahankan citra dan membentuk opini publik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Ada dua kesimpulan yang peneliti dapatkan berdasarkan hasil penelitian mengenai “Strategi *Media Relations* Juru Bicara dan Biro Humas KPK dalam Mempertahankan Citra dan Membentuk Opini Publik.” *Pertama*, strategi *media relations* yang dijalankan oleh juru bicara dan biro humas KPK selaku tulang punggung pelaksanaan segala kegiatan humas di lembaga antirasuah tersebut telah berjalan dengan cukup baik. Strategi *media relations* itu mencakup tiga hal, yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan.

Dalam mengimplementasikan strategi pertama berupa pengelolaan relasi, juru bicara dan biro Humas KPK melakukan kepada redaksi-redaksi media massa. Dalam kunjungan redaksi itu KPK memberikan pemaparan secara langsung dan mendalam kepada pemimpin redaksi dan jajaran awak media massa bersangkutan mengenai berbagai hal, seperti program kerja, kasus yang tengah ditangani, dan pencapaian yang telah diraih KPK. Kegiatan kunjungan redaksi merupakan kesempatan kepada KPK untuk memberikan penjelasan secara langsung dan mendalam kepada pemimpin redaksi atau pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh kuat terhadap materi pemberitaan di media massa bersangkutan.

Kemudian pengelolaan relasi dengan para wartawan di lapangan dilakukan dengan cara memberikan perlakuan baik kepada wartawan. Penyediaan ruangan pers dengan dilengkapi pendingin ruangan, komputer, dan jaringan internet untuk mempermudah kerja jurnalistik wartawan merupakan bagian dari usaha untuk

memperlakukan secara baik wartawan yang melakukan tugas liputan sehari-hari di KPK. Pelaksanaan kegiatan-kegiatan *media relations*, seperti konferensi pers, *press interview*, *press release*, dan *press reception* juga bagian dari usaha pengelolaan relasi dengan media massa.

Kemudian dalam implementasi strategi kedua *media relations* berupa pengembangan strategi, biro humas KPK melakukan penambahan kegiatan *media relations*. Penambahan kegiatan *media relations* dimaksud adalah diskusi media dan dokumentasi kliping pemberitaan-pemberitaan. Kegiatan diskusi media ini dilakukan secara reguler setiap bulan sebagai sarana mengobrol informal antara pimpinan KPK dan wartawan. Sedangkan dokumentasi dan kliping pemberitaan-pemberitaan di media massa ditujukan untuk keperluan sumber informasi mengenai suatu peristiwa dan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan KPK untuk kemudian dilakukan analisis dan evaluasi.

Selanjutnya untuk implementasi strategi ketiga *media relations* berupa pengembangan jaringan, biro humas KPK menjalin hubungan dengan media-media baru, terutama di daerah, yang sebelumnya tidak pernah melakukan liputan di lingkungan KPK. Mereka kemudian dimasukkan ke dalam data relasi media massa yang dimiliki biro humas KPK. Bagi KPK pengembangan jaringan media massa ini menguntungkan karena memperbesar peluang untuk melakukan penyebaran informasi-informasi yang berhubungan dengan kinerja KPK..

Kedua, juru bicara dan biro humas memiliki peran penting dalam segala kegiatan humas KPK. Dalam struktur organisasi kepala biro humas merangkap sebagai juru bicara. Dengan kata lain jabatan struktural juru bicara KPK adalah

kepala biro humas. Juru bicara merupakan jabatan fungsional seorang kepala biro humas yang dalam tugasnya bertanggung jawab langsung kepada pimpinan KPK..

Seluruh kegiatan kehumasan dan strategi *media relations* yang dijalankan juru bicara dan biro humas selama ini telah berkontribusi terhadap penciptaan hubungan baik antara KPK dengan para pekerja media massa, mulai dari level wartawan hingga pemimpin redaksi. Hal itu dikarenakan wartawan dan pemimpin redaksi sangat berhubungan erat dengan pemberitaan-pemberitaan media massa. Pemberitaan media massa itu sendiri dapat mempengaruhi penilaian, pandangan, dan citra publik terhadap organisasi bersangkutan.

Dengan terbangun dan tercipta hubungan baik antara kedua belah pihak tersebut, maka peluang pemberitaan negatif mengenai KPK dapat diperkecil sehingga citra organisasi dapat terjaga dengan baik. Jika citra organisasi dapat terjaga dengan baik melalui pemberitaan-pemberitaan di media massa, maka opini publik terhadap KPK pun akan senantiasa baik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat membawa manfaat dan berguna bagi mahasiswa yang memiliki minat kajian atau sedang melakukan penelitian dengan topik serupa. Peneliti juga berharap agar topik penelitian mengenai “Strategi *Media Relations* Juru Bicara dan Biro Humas KPK dalam Mempertahankan Citra dan Membentuk Opini Publik” ini dapat memunculkan rasa keingintahuan lebih lanjut dari siapa saja untuk melakukan penelitian lanjutan

dengan mewawancarai secara lebih dalam dan lebih luas pihak-pihak terkait untuk memperoleh informasi yang lebih kaya dan mendalam.

Di samping itu, dapat dipertimbangkan juga untuk melakukan survei kepada para pekerja media massa, terutama wartawan yang melakukan liputan di KPK, sebagai bagian dari teknik pengumpulan data untuk kemudian diolah guna mengetahui penilaian mereka secara kuantitatif terhadap segala kegiatan media relations juru bicara dan biro humas KPK.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil temuan yang didapatkan melalui penelitian ini ada beberapa saran dari peneliti mengenai *media relations* juru bicara dan biro humas KPK. *Pertama*, peneliti melihat perlu ada beberapa tambahan kegiatan *media relations* dari biro humas KPK. Beberapa kegiatan *media relations* yang belum dilakukan selama ini adalah *press tour*, *press gathering*, dan *press luncheon*. Padahal ketiga kegiatan itu tidak kalah penting dengan kegiatan-kegiatan media relations lain untuk dilakukan dalam rangka pengelolaan relasi secara lebih erat dengan para pekerja media massa.

Kedua, melalui penelitian ini peneliti juga melihat bila KPK sangat mengandalkan sosok Johan Budi sebagai juru bicara untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan KPK kepada publik, mengklarifikasi isu-isu atau masalah-masalah yang sedang dihadapi KPK kepada publik, dan juga untuk menjaga citra baik KPK di mata publik luas. Sejak awal KPK berdiri hingga saat ini posisi juru bicara selalu dijabat Johan Budi sehingga kemudian tanpa disadari hal itu telah memunculkan rasa ketergantungan tinggi terhadap keahlian

dan kemampuan berkomunikasi mantan wartawan majalah mingguan *Tempo* dan *Forum* tersebut.

Karena itu, peneliti berpandangan KPK harus mulai berpikir serius untuk melakukan kaderisasi bagi posisi juru bicara untuk menjaga keberlangsungan. Kaderisasi itu dapat dimulai dengan memaksimalkan tenaga-tenaga baru di biro humas KPK.