

“Public Affairs”

Siapa yang tidak kenal James Grunig? Ia tenar di kalangan akademisi maupun praktisi komunikasi. Penelitian Grunig selama 15 tahun menghasilkan *Excellence Theory in Public Relations*. Hingga kini teori itu belum tertandingi, baik dari segi rentang waktu penelitian maupun luas serta dalam cakupan. Menjadi rujukan bagi praktik komunikasi yang terencana dan terstruktur di korporasi maupun lembaga pemerintah.

Dalam menggambarkan ragam kegiatan *public relations* (PR), Grunig bersama Todd Hunt dalam buku berjudul “Managing Public Relations” terbitan 1984, menggolongkan PR ke dalam empat kategori: *Press Agent/Publicity*, *Public Information Model*, *Two-Way Asymmetry Model* dan *Two-Way Symmetrical Model*. Komunikasi simetris dua arah inilah inti dari *Excellent Theory in Public Relations*. Simetris dalam hal ini adalah hubungan setara antara para pihak, tidak ada yang mendominasi.

Di dalam buku *Managing Public Relations*, Grunig dan Hunt membahas *public affairs* di dalam satu bab khusus. Disebut bahwa pada tahun 1970-an, banyak pimpinan perusahaan mengubah nama kegiatan komunikasi korporat dari PR menjadi *public affairs*. Penyebabnya karena ketidakpuasan terhadap praktik PR yang ketika itu hanya mengutamakan aspek publisitas dan *media relations*. Perubahan dari PR ke *public affairs* sejalan dengan bergantinya orientasi dari model *press agency/publicity* atau *public information*, ke pendekatan simetris dua arah dalam mencapai tujuan perusahaan.

Dalam kurun waktu lebih dari 30 tahun setelah buku Grunig dan Hunt terbit, *public affairs* terus berkembang. Buku rujukan tentang *public affairs* juga semakin banyak. Menurut penulis, buku yang paling komprehensif dan mutakhir adalah *SAGE Handbook of International Corporate and Public Affairs* (Phil Harris dan Craig S. Fleisher – 2017). Dalam buku ini

menjelaskan tentang konsep *public affairs* yang menjadi arus utama saat ini.

Duane Windsor, guru besar yang banyak menulis tentang etika bisnis mengatakan, fungsi *public affairs* adalah sebagai sarana yang menghubungkan komunitas, komunikasi korporat dan *public relations*, filantropi perusahaan, manajemen citra dan reputasi, *media relations*, dan *stakeholder engagement*. Di dalam buku *SAGE Handbook of International Corporate and Public Affairs*, definisi *public affairs* yaitu penghubung antara *government relations*, *issues management*, tanggung jawab sosial dan korporat, komunikasi media, pendidikan politik dan komunikasi strategis.

“Nonmarket”

Seorang guru besar manajemen, John Mahon, pernah mengatakan fungsi korporat yang berkenaan bidang di luar pasar (*nonmarket*) adalah *public affairs*. Di arena inilah *social license to operate* atau dukungan para pemangku kepentingan di luar perizinan yang diatur dalam perundang-undangan dipertaruhkan. Untuk itu diperlukan keahlian dalam menganalisis isu dan bekerjasama serta membentuk koalisi dengan para pemangku kepentingan.

Konsep ini sejalan dengan yang penulis kembangkan melalui Kiroyan Partners. Bahwa komunikasi adalah bagian dari *stakeholder engagement* perusahaan. Di dalamnya ada berbagai fungsi, seperti *public affairs*, *investor relations*, *community relations*, *influencer relations*, dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan perusahaan, besar kecilnya serta karakteristik industrinya.

Komunikasi korporat tidak berlangsung dalam suatu kehampaan. Ada banyak faktor memengaruhi kegiatan yang dikomunikasikan. Misal, perundang-



undangan tentang tenaga kerja, maka akan terkait dengan *employee relations*. *Public affairs* bersinggungan dengan semua faktor-faktor eksternal. Dari isu-isu lokal, isu-isu spesifik untuk industri tertentu, dinamika ekonomi serta dinamika sosial politik. Oleh karenanya diperlukan pemahaman sosial, politik dan budaya dalam penyelenggaraan *public affairs*.

Sejalan dengan pertumbuhan demokrasi di Indonesia dan peran aspek sosial/*nonmarket* yang semakin membesar, maka komunikasi korporat sebaiknya mulai memperluas praktik dari sebatas *press agency* dan *public information*. Korporasi perlu mengadopsi komunikasi dua arah dengan perspektif *public affairs* yang berdasarkan *stakeholder engagement* dan *issues management* seperti yang pernah dikemukakan oleh Grunig dan Hunt di tahun 1984. ●



Noke Kiroyan
Chairman & Chief Consultant
Kiroyan Partners.