



PUBLIC AFFAIRS

Binatang Apakah “Public Affairs”?

Pada artikel perdana kolom *Public Affairs* di Majalah *PR INDONESIA* yang terbit Januari 2018 lalu, saya menguraikan tentang latar belakang lahirnya *Public Affairs*. Yang menjadi acuan utama yaitu “Bapak *Public Relations Modern*”, James E. Grunig. Kerangka teori beliau setelah melakukan studi belasan tahun adalah “*Excellent Public Relations*”. Hingga saat ini menjadi pedoman praktik terbaik meski hampir empat dasawarsa berlalu.

Grunig pula telah melakukan pembagian ragam kegiatan *Public Relations* (PR) ke dalam empat kategori, yaitu: *press agency/publicity*, *public information*, *two-way asymmetry* dan *two-way symmetry*. Yang terakhir inilah yang ideal menurut Grunig. Adanya hubungan yang simetris dan tidak ada satu pihak yang mendominasi, baik korporasi maupun publik.

Saya akan mengulas tentang *press agency* dan *public information*. Kedua bentuk tadi menurut Grunig menjadi penyebab para CEO di Amerika Serikat (AS) mencari sesuatu yang lebih “serius” sehingga lahirlah *public affairs* pada 1970-an. Dalam bentuk *press agency*, *public relations* berfungsi sebagai “agen”

perusahaan untuk pers. Menyebar berita untuk mempropaganda dengan membuat publikasi yang baik tentang perusahaan. Sering kali pemberitaan tidak menyeluruh. Dipoles atau hanya benar sebagian. Dalam model *press agency* ini, pemberitaan yang positif adalah hal yang terpenting.

Model kedua adalah *public information*. Model ini bertujuan menyampaikan informasi tentang perusahaan secara tepat kepada publik. Petugas *public relations* dalam model ini pada hakikatnya menjalankan fungsi wartawan di dalam perusahaan. Melaporkan berita apa adanya dengan tidak ada maksud propaganda atau memengaruhi pendapat. Media ing griya merupakan contoh dari fungsi *public information* ini.

Spesialisasi

Dalam tulisan ini, saya perlu mengulangi pokok-pokok pemikiran Grunig di atas sebab masih banyak yang bertanya mengenai apa itu *public affairs*? Apa bedanya dengan *public relations*? Apakah *public affairs* merupakan bagian dari *public relations*? Apakah *public affairs* identik dengan *lobbying*? Bukankah *public affairs* merupakan istilah lain dari *government relations*?

Pertanyaan-pertanyaan seperti tadi sangat lumrah. Mengingat bahwa *public affairs* adalah suatu spesialisasi dalam komunikasi korporat yang terhitung baru. Dalam kurun waktu beberapa dasawarsa telah mengalami perubahan makna seperti halnya banyak pengertian yang tidak menjadi bagian atau turunan dari ilmu pasti. Terlebih lagi, semua pertanyaan di atas tidak keliru karena dalam perkembangannya, *public affairs* telah mencakup hal-hal yang ditanyakan itu. Sekali pun kini pemahamannya telah bergeser ke arah yang saya ulas pada tulisan perdana tersebut di atas.

Setiap orang mempunyai pendapat sendiri tentang pelbagai hal yang tidak mempunyai rumusan baku atau pasti seperti *public affairs*. Namun, untuk memberikan jawaban objektif serta tidak sekenanya atas pertanyaan-pertanyaan di atas, tentu kita memerlukan acuan yang dapat dipertanggung jawabkan. Acuan utama saya seperti dikatakan di atas adalah James E. Grunig. Secara khusus, saya mengacu kepada buku berjudul *Managing Public Relations* yang ditulisnya bersama Todd Hunt dan diterbitkan pada 1984.

Kembali kepada persamaan dan perbedaan antara *public relations* dan *public affairs*, berdasarkan pengalaman di Kiroyan Partners dapat saya simpulkan bahwa sekitar 50 persen kegiatannya sama. Akan tetapi ada beberapa hal yang tipikal dilakukan di perusahaan *public*



Noke Kiroyan

Chairman & Chief Consultant
Kiroyan Partners



affairs, yaitu menyangkut kebijakan publik dan kerangka hukum tentang sektor-sektor ekonomi tertentu. Sehingga diperlukan pemahaman tentang sistem serta dinamika politik secara makro untuk membuat analisisnya.

Kedua tulisan saya sebelum ini, yaitu “Menggalang Dukungan Publik untuk Pembangunan Infrastruktur” (Edisi Oktober 2019), dan “Debat Publik Soal Energi di Ranah Public Affairs Jerman” (Edisi November 2019) adalah kegiatan-kegiatan yang umum dikerjakan perusahaan *public affairs*. Dalam pelaksanaannya bisa saja mencakup kegiatan-kegiatan yang lazim dikerjakan perusahaan *Public Relations*, seperti *media relations* dan *event organizing*.

Kegiatan-kegiatan yang banyak dilakukan juga oleh Kiroyan Partners adalah membuat *stakeholders mapping* dan kemudian strategi untuk *stakeholders management* untuk penentuan kebijakan perusahaan dan juga untuk membantu perusahaan asing dalam memahami seluk beluk melakukan bisnis di Indonesia. Termasuk kerangka hukum untuk pelaksanaan kegiatan di sektor industri yang bersangkutan. Jadi dalam hal ini yang dilakukan adalah kegiatan yang termasuk *investment advisory*.

Berikut ini adalah kutipan dari tulisan yang dibuat di majalah *Reputation Today* pada 23 April 2019 oleh seorang wanita berkebangsaan India yang mengepalai

fungsi Public Affairs, Communications & Engagement di sebuah perusahaan multinasional, Mahathi Parashuram. Jabatan ini membawahi fungsi-fungsi Advokasi Kebijakan, Komunikasi Internal dan Eksternal, Hubungan dengan Media dan Media Sosial serta Corporate Social Responsibility.

Erat Terkait

Ia mengatakan, untuk mengemban jabatan Public Affairs, Communications & Engagement, selain kemampuan komunikasi yang baik juga diperlukan pemahaman yang baik tentang politik, isu-isu yang berkenaan dengan kebijakan publik dan masa kini (*current affairs*), kemampuan berorganisasi, serta mengatasi krisis. Mahathi menyatakan *public affairs* merupakan komunikasi antara suatu organisasi dengan semua pemangku kepentingannya (*stakeholders*). Fokusnya adalah persentuhan antara politik, bisnis dan masyarakat luas. Fungsinya membangun kepercayaan jangka panjang antara organisasi yang diwakili dengan para *stakeholders* tersebut.

Terkait hal di atas, menarik bahwa ada tulisan di dalam buku *Political Public Relations* (Routledge 2011). Tulisan itu mengatakan di kalangan *public affairs* istilah *stakeholders* lebih sering digunakan daripada publik.

Lebih jauh, apakah *public affairs* merupakan bagian dari *public relations*?

Ada yang berpendapat bahwa *public affairs* dan *public relations* merupakan bagian dari suatu pengertian yang lebih besar, yaitu Komunikasi Korporat atau Corporate Communications. James Grunig pada tahun 1984 bahkan dengan gamblang menyebut *public affairs* adalah suatu cabang khusus dari *public relations*.

Bagi saya, saat ini tidak penting apa yang menjadi bagian dari siapa. Tetapi seperti saya katakan sebelumnya, sekitar 50 persen kegiatan *public affairs* adalah identik dengan *public relations*. Jadi ada keterkaitan erat di antara keduanya walaupun kedua pengertian ini tidak sama dan sebangun. Oleh karena itu, hal ini akan saya bahas lebih mendalam di dalam buku yang rencananya diterbitkan bersama PR INDONESIA pada tahun 2020. ●