

## MEMBERI PERSPEKTIF PADA ILMU KOMUNIKASI

Ana Nadhya Abrar<sup>1</sup>

### Abstract

*This article aims to describe some fields in communication studies. The fields are characterized by process of borrowing from other sciences and combining with the domain of communication studies. What is quite remarkable from this borrowing and combination is that it creates some sub-domains of communication studies, such as: development communication, political communication, environmental communication, and communication policy. These sub-domains of communication studies tend to be practical, focusing on practicality rather than concepts. The impact of this on communication scholars is an issue that the scholars should have enough knowledge on empirical practices before or while studying the sub-domains of communication studies.*

**Kata-kata kunci:** *fenomena komunikasi; perspektif dalam ilmu komunikasi; komunikasi pembangunan; komunikasi politik; komunikasi lingkungan hidup; kebijakan komunikasi.*

### Pendahuluan

Tahun 1984, Penerbit Remadja Karya menerbitkan sebuah buku karangan Onong Uchjana Effendy yang berjudul *Ilmu*

---

<sup>1</sup> Ana Nadhya Abrar adalah tenaga pengajar pada FISIPOL UGM, Yogyakarta.

*Komunikasi: Teori dan Praktek*. Buku ini membagi bidang ilmu komunikasi menjadi sembilan, meliputi: (i) komunikasi sosial; (ii) komunikasi organisasi; (iii) komunikasi perusahaan; (iv) komunikasi politik; (v) komunikasi internasional; (vi) komunikasi antar budaya; (vii) komunikasi pembangunan; (viii) komunikasi lingkungan hidup; dan (ix) komunikasi tradisional (hal.11). Tidak disebutkan dalam buku itu alasan pembagian bidang komunikasi tersebut. Akibatnya, pembaca tidak tahu persis asal-usul pembagian bidang itu.

Lima belas tahun kemudian, persisnya bulan Maret 1999, *Jurnal Alternatif*, yang diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, menyiarkan tulisan Astrid S. Susanto-Sunario tentang bidang-bidang spesialisasi ilmu komunikasi. Dalam tulisan berjudul "Penelitian Ilmu Komunikasi" tersebut, Astrid menulis bahwa bidang ilmu komunikasi terdiri atas: (i) komunikasi politik; (ii) komunikasi sosial/ekonomi; (iii) komunikasi budaya; (iv) komunikasi sosiologi; (v) komunikasi psikologi dan (vi) komunikasi tujuan ilmu (hal.49). Dasar pembagian bidang itu adalah, ilmu komunikasi terkait dengan pendapat umum. Tentu saja dasar ini sah sebagai salah satu cara membagi bidang ilmu komunikasi. Bersamaan dengan itu, tentu masih ada cara lain yang bisa dipakai untuk menetapkan bidang-bidang ilmu komunikasi.

Tiga bulan berikutnya, tepatnya Juni 1999, *International Communication Association (ICA)*, menerbitkan jurnal *Human Communication Research (HCR)* Volume 25 Nomor 4. Jurnal—yang merupakan edisi ke 100 ini—membahas tentang HCR dan disiplin ilmu komunikasi. Memang dalam jurnal ini tidak disebutkan pembagian bidang ilmu komunikasi. Tetapi, dalam kata pengantarnya, para editor—Robert D. McPhee dan Edward L. Fink—menulis, *Focussing on communication was still seen as a new possibility—one with special promise to cross old disciplinary line, able to produce work that combined novelty with greater sophistication and rigor* (hal. 454). Ini menyiratkan bahwa bidang ilmu komunikasi masih bisa berkembang, terutama jika digabungkan dengan disiplin ilmu lain.

Pertanyaan yang kemudian layak diajukan adalah, bagaimana "menggabungkan" ilmu komunikasi dengan ilmu lain? Bukankah setiap ilmu memiliki obyek kajian material dan formal yang berbeda dengan ilmu lain? Salah satu jawaban yang masuk akal

adalah, ilmu komunikasi “meminjam” disiplin ilmu lain sebagai perspektif dalam mengkaji fenomena komunikasi. Pertanyaan yang selanjutnya layak diajukan adalah, seperti apa makna sebenarnya dinamika “peminjaman” ini? Apakah tata cara “peminjaman” tersebut sudah tepat? Apakah “peminjaman” itu sudah mendatangkan manfaat yang sebesar-besarnya untuk mengkaji fenomena komunikasi yang tumbuh sangat spektakuler seperti yang terjadi belakangan ini? Eksposisi berikut akan mendiskusikan jawabannya.

### **Fenomena Komunikasi**

Sebuah disiplin ilmu bertolak dari obyek kajian material yang khas. Obyek kajian material psikologi adalah individu, mulai dari emosi, kepercayaan, sikap hingga perilaku. Sementara itu, obyek kajian sosiologi adalah individu dalam hubungannya dengan kelompok sosial, mulai dari perilaku sosial, perubahan sosial, gerakan sosial hingga hubungan perilaku politik dan aspek kehidupan masyarakat (Giarrusso et al.,1994:9). Dengan demikian, psikologi mirip dengan sosiologi, sama-sama memperhatikan sikap, kepercayaan, perilaku, emosi dan hubungan interpersonal. Yang membedakan psikologi dan sosiologi adalah, psikologi lebih terfokus pada perilaku manusia sebagai individu, sedangkan sosiologi, meskipun memperhatikan individu, tetapi selalu dalam konteksnya dengan hubungan sosial.

Obyek kajian material ilmu komunikasi adalah kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penyampaian, penerimaan dan pemanfaatan informasi. Dengan demikian, data komunikasi dicari dalam kenyataan masyarakat, bukan dalam khayalan pengkajinya. Dari sini bisa dirumuskan bahwa fenomena komunikasi adalah kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penyampaian, penerimaan dan pemanfaatan informasi.

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat memberikan visi baru tentang obyek kajian material ilmu komunikasi. Secara perlahan tapi pasti, muncul obyek kajian material kedua ilmu komunikasi, yaitu media. Untuk menghadapi obyek kajian material ini, seperti ditulis Ashadi Siregar, muncul teori media empiris yang

menjelaskan karakter media dan teori media aplikatif, yang menjelaskan penggunaan media (1998:171). Media—yang digolongkan menjadi media massa, media sosial dan media interaktif—menjadikan obyek ilmu komunikasi semakin konkret. Tidak terlalu berlebih-lebihan bila media lantas disebut sebagai fenomena komunikasi.

Gagasan tentang situasi komunikasi sebagai fenomena komunikasi sama sekali tidak keliru. Sebab, ide itu berasal dari obyek kajian formal ilmu komunikasi, yaitu situasi komunikasi yang mengarah pada perubahan wawasan, perubahan sikap, perubahan perilaku dan perubahan sosial yang dialami individu, kelompok dan masyarakat secara suka rela. Situasi komunikasi ini mesti ada dalam kenyataan masyarakat. Untuk mengkaji situasi komunikasi, pengkaji harus melihatnya dalam kenyataan masyarakat. Dengan demikian, situasi komunikasi yang mengarah pada berbagai perubahan dalam diri individu maupun masyarakat secara suka rela bisa disebut fenomena komunikasi yang lebih mikro daripada kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penerimaan, penyampaian dan pemanfaatan informasi.

Bertolak dari pandangan di atas, fenomena komunikasi meliputi: (i) kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penerimaan, penyampaian dan pemanfaatan informasi; (ii) media; dan (iii) situasi komunikasi yang mengarah pada berbagai perubahan pada diri individu dan masyarakat secara suka rela. Artinya, ketiga materi inilah yang menjadi fokus kajian ilmu komunikasi selama ini. Persoalan yang kemudian menghadang adalah, bagaimana memperoleh kebenaran tentang ketiga fenomena komunikasi ini?

### **Perspektif dalam ilmu komunikasi**

Secara epistemologi, sesungguhnya ilmu komunikasi bukanlah ilmu seperti sosiologi, melainkan *study*. Ia tidak memiliki teori dan metode sendiri untuk membuktikan kebenaran fenomena komunikasi. Ia meminjam teori dan metode ilmu lain untuk mengkaji fenomena komunikasi. Salah satu kegunaan teori adalah untuk menganalisis data tentang fenomena komunikasi yang berhasil dikumpulkan. Teori yang digunakan untuk keperluan analisis dalam suatu disiplin

keilmuan yang berasal dari disiplin keilmuan dengan obyek formal yang berbeda, menurut Ashadi Siregar, disebut perspektif (1998:171).

Ini menjadikan fenomena ilmu komunikasi sangat kaya dengan perspektif. Ilmu komunikasi bisa diberi perspektif apa saja. Tetapi, umumnya kajian fenomena komunikasi didominasi oleh analisis sosial dan kultural. Analisis sosial terhadap fenomena komunikasi termasuk juga analisis politik. Analisis yang terakhir ini menjadi sangat populer di kalangan pengkaji ilmu komunikasi. Dalam argumentasi para pengkaji ini, pemilihan perspektif politik memiliki kaitan dengan kekuasaan (*power*) dalam arti luas.

Ilmu komunikasi tidak menolak teori yang berasal dari ilmu lain dengan mengedepankan alasan, ia berguna untuk memperoleh kebenaran yang lebih menyeluruh. Teori yang bisa menjelaskan fenomena komunikasi secara jitu dianggap bisa dipinjam sebagai perspektif. Apalagi data komunikasi, yang nota bene merupakan data sosial (karena diperoleh dari kenyataan masyarakat), memerlukan analisis yang komprehensif demi tercapainya kebenaran. Begitu seringnya ilmu komunikasi meminjam teori yang berasal dari ilmu lain sebagai perspektif, sehingga teori itu seakan-akan sudah menjadi bagian dari ilmu komunikasi sendiri. Akibatnya muncul sub-domain ilmu komunikasi yang baru, seperti komunikasi politik, sosiologi komunikasi, komunikasi lingkungan hidup, komunikasi pembangunan, kebijakan komunikasi, dan sebagainya.

Setelah menjadi sub-domain ilmu komunikasi, perspektif dalam ilmu komunikasi bersifat lintas disiplin. Ia tidak murni lagi sebagai ilmu komunikasi atau ilmu lain, katakanlah, politik. Barangkali muatan komunikasinya lebih dominan. Tetapi, ia tidak bisa dipakai tanpa bantuan ilmu lain tadi. Secara obyektif, sub-domain ilmu komunikasi ini memberikan visi baru yang menguatkan keberadaan ilmu komunikasi. Ia bahkan menjadi kajian sendiri dalam ilmu komunikasi.

Melalui sub-domain ilmu komunikasi ini, pengkaji ilmu komunikasi menemukan kesadaran baru tentang dua hal, yaitu ilmu komunikasi dan dirinya sendiri. Kesadaran tentang ilmu komunikasi telah membawanya kepada pengenalan berbagai sub-domain ilmu komunikasi dan batas-batas pemanfaatan sub-domain tersebut. Kesadarannya sebagai pengkaji menyadarkannya bahwa dia adalah

mahluk yang otonom dan bebas dari segala hambatan untuk mengembangkan sub-domain ilmu komunikasi sesuai dengan konteks yang dipilihnya. Lalu, bagaimana sebenarnya perjalanan sub-domain ilmu komunikasi tersebut?

### **Komunikasi Pembangunan**

Komunikasi pembangunan (KP) adalah strategi komunikasi seluruh masyarakat atau komponen komunikasi dari sebuah rencana pembangunan nasional. Karena itu, KP bisa menyangkut lima unsur komunikasi, yaitu sumber informasi, pesan, komunikan, *channel* dan efek. Pembicaraan soal KP, tidak mungkin lepas dari pembicaraan tentang unsur ini secara terpadu.

Bila dilihat lebih jauh, KP merupakan bawaan dari pembangunan. Artinya, ia merupakan variabel terikat. Karena pembangunan merupakan fungsi yang dibangun oleh berbagai variabel, maka hubungan antara KP dan variabel-variabel lain, seperti ditulis Neville Jayaweera, tidak gampang dievaluasi (1987:77).

Sementara itu, komunikasi penunjang pembangunan (KPP) adalah aplikasi dari strategi komunikasi yang khusus dirancang untuk mewujudkan sebuah program pembangunan. Ini menimbulkan pendapat bahwa cakupan KPP sangat sempit dan berlaku hanya untuk pembangunan tertentu. Kalau program pembangunannya sudah berubah, maka bentuk KPP nya akan berubah pula. Dengan karakteristik seperti ini, KPP menjadi lebih mudah diteliti dan dievaluasi daripada KP. Sebagai contoh konsep nyata dari KPP antara lain: difusi inovasi, *trickle down effect*, agen perubahan dan sebagainya.

KP sendiri memiliki berbagai aspek. Ada aspek politik, aspek budaya dan aspek etika. Yang terakhir ini menjadi bahan diskusi yang hangat akhir-akhir ini, terutama di Indonesia. Sebab, aspek inilah yang akan menentukan apakah KP akan tetap melayani kepentingan negara atau beralih melayani kepentingan masyarakat. Memang selama ini KP dimanipulasi oleh berbagai paham-mulai dari totaliter, militer, agama, kapitalis, fasis hingga komunis-untuk melaksanakan rencana pembangunan nasional yang dikehendaki. Tetapi, kini masyarakat tidak bisa lagi dibohongi begitu saja. Mereka menuntut bahwa pengamalan KP perlu dipandu oleh etika. Lebih dari itu,

masyarakat beranggapan bahwa pembangunan bisa disebut sesuai dengan martabat manusia bila pembangunan memperlihatkan usaha ke arah demokratisasi dan penghormatan terhadap hak-hak asasi manusia. Mereka tidak mau lagi menjadi korban pembangunan dan mengalami dehumanisasi.

Pemilihan etika yang akan memandu KP berangkat dari karakteristik pembangunan itu sendiri. Bila pembangunan diarahkan untuk meningkatkan martabat seluruh warga masyarakat sebagai manusia, maka etika yang harus dipenuhi KP adalah etika yang mengarah pada pencapaian tujuan ini. Bila pembangunan diarahkan untuk membentuk masyarakat yang egaliter, maka etika yang perlu dipatuhi KP adalah etika yang juga mengarah pada pencapaian tujuan itu. Dari sudut ini, masyarakat mengakui eksistensi KP bila KP mengamalkan etika yang sesuai dengan tujuan pembangunan yang akan dicapai.

Dalam jaluran pemikiran di atas, pertanyaan yang kemudian muncul adalah, etika KP seperti apa yang harus diamalkan di Indonesia? Pertanyaan ini bisa dijawab dengan tepat bila kita tahu persis paradigma pembangunan yang dipilih bangsa Indonesia. Dulu, di zaman orde baru, Indonesia sepertinya menganut paradigma modernisasi (Ini bisa dilihat dari memasyarakatnya istilah lepas landas yang mengacu pada pendapat W. W. Rostow). Kini di zaman reformasi, sepertinya Indonesia menganut paradigma pertumbuhan masyarakat (*grassroots development*). Kalau memang benar demikian, maka etika KP yang perlu diamalkan di Indonesia adalah etika yang menjamin semua pihak terlibat dalam proses pengumpulan gagasan untuk pembangunan secara suka rela.

Dengan demikian, pengkaji ilmu komunikasi ditantang untuk memahami dunia empiris praktek KP. Secara obyektif, ini tidak mudah. Bukankah selama ini sebagian besar pengkaji ilmu komunikasi lebih sering bergulat dengan hal-hal yang bersifat teoritis semata? Hal-hal yang bersifat empiris dianggap tidak terlalu penting dan bisa dipelajari sambil lalu saja.

## **Komunikasi Politik**

Dalam pandangan banyak pihak, elemen yang paling penting dalam proses komunikasi politik adalah batas pemikiran kita antara komunikasi dan demokrasi. Itulah sebabnya banyak pihak yang setuju dengan pendapat bahwa opini merupakan variabel terikat dari penelitian komunikasi politik (Entman and Bennet, 2001:467). Dengan demikian, komunikasi politik dilihat sebagai variabel bebas. Lalu, apa sebenarnya komunikasi politik itu?

Bagi Ramlan Surbakti, komunikasi politik merupakan proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah (1992:119). Ini berangkat dari premis bahwa komunikasi hanya alat untuk menyampaikan informasi politik. Tentu saja pendapat ini tidak keliru. Bukankah kenyataan masyarakat yang berkaitan dengan penyampaian, penerimaan dan pemanfaatan informasi merupakan obyek kajian material ilmu komunikasi?

Tetapi, perkembangan kehidupan bernegara dan bermasyarakat berjalan terus. Ia mengangkut berbagai perubahan. Satu perubahan yang menonjol adalah, perbedaan tujuan komunikasi politik yang dilakukan pemerintah dan yang disampaikan masyarakat. Karena itu, pengertian komunikasi politik di atas barangkali perlu dielaborasi menjadi kegiatan komunikasi yang dilakukan individu, komunitas dan lembaga untuk mengatur perbuatan manusia dalam mewujudkan kebaikan bersama dalam sebuah negara/pemerintahan.

Bertolak dari pengertian komunikasi politik yang terakhir ini, pengajaran komunikasi politik tentu harus lebih memusatkan perhatian pada bagaimana individu, komunitas dan lembaga memanfaatkan media massa mengatur perbuatan manusia dalam mewujudkan kebaikan bersama dalam sebuah negara/pemerintahan. Dengan demikian, pengajaran komunikasi politik lebih melihat media massa sebagai bagian dari proses politik. Sebagai bagian dari proses politik, memang media massa harus menyediakan informasi politik buat masyarakat.

Pandangan seperti ini tidak keliru. Sebab, seperti ditulis Entman dan Bennet, sebenarnya terdapat dua cara mempelajari



komunikasi politik, yaitu: (i) memfokuskan perhatian pada respons individu terhadap pesan-pesan persuasif menyangkut pilihan tertentu; dan (ii) menitikberatkan diskusi pada karakteristik proses komunikasi tempat pesan dan informasi politik dikonstruksikan dan didistribusikan dalam sebuah sistem politik (2001:472). Bila sebagian pengajaran komunikasi politik lebih banyak memilih cara yang kedua, tentu itu sah saja. Hanya saja, cara pertama tentu tidak bisa ditinggalkan sama sekali. Apalagi dalam bingkai sistem politik yang demokratis, tujuan komunikasi politik, seperti ditulis Alfian, adalah memelihara sikap dan tingkah laku masyarakat agar senantiasa menggerakkan proses pemasyarakatan, penghayatan, pembudayaan dan pengamalan ideologi demokrasi (1991:18).

Dengan argumentasi di atas, penghayatan terhadap realitas empiris komunikasi politik yang memiliki arti penting. Justru penghayatan itu bisa melahirkan inspirasi baru tentang komunikasi politik yang ideal buat sebuah negara. Hanya saja, ada persoalan yang melingkupi para pengkaji ilmu komunikasi selama ini, yaitu semangat yang belum bergelora untuk bersentuhan dengan aspek praktis yang dituntut komunikasi politik. Mereka masih enggan meninggalkan paradigma lama yang memandang belajar konsep dan prinsip saja akan bisa menyelesaikan persoalan yang ditimbulkan praktek komunikasi politik.

### **Komunikasi Lingkungan Hidup**

Komunikasi lingkungan hidup (KLH) tidak lain tidak bukan adalah pemanfaatan proses komunikasi dan produk media secara terencana dan strategis untuk mendukung efektifitas pembuatan kebijakan, mendorong partisipasi masyarakat dan membantu implementasi program yang mengarah pada kesinambungan fungsi lingkungan hidup (2000:41). Dengan demikian, KLH tidak hanya menyebarkan informasi lingkungan hidup, tetapi juga diharapkan membentuk visi bersama tentang masa depan lingkungan hidup. KLH juga diharapkan mampu memberdayakan masyarakat untuk menyelesaikan atau mencegah berbagai masalah lingkungan hidup.

Bertolak dari pengertian di atas, KLH mengandung berbagai aspek, antara lain, *pertama*, pemanfaatan proses komunikasi. Ini bisa

tercapai bila terdapat: (i) hal bermakna tentang lingkungan hidup yang disampaikan pada masyarakat; dan (ii) kesamaan visi tentang masa depan yang ingin dibentuk pemerintah dengan masyarakat.

*Kedua*, pemanfaatan produk media. Media yang dimaksud di sini antara lain: (i) media massa, seperti surat kabar, majalah, radio dan film; (ii) media sosial, seperti media tradisional, komunikasi kelompok, komunikasi interpersonal; dan (iii) media interaktif, seperti internet dengan semua sumber daya yang dimilikinya, mulai dari *world wide web, E-mail, mailing list, online-communication*;

*Ketiga*, mendukung penyusunan kebijakan lingkungan hidup. Ini menegaskan bahwa KLH menjadi alat untuk: (i) mengidentifikasi isu kebijakan lingkungan hidup seperti melalui *survey* sikap, *polling* pendapat umum, analisis isi surat kabar, *networking* dengan LSM, dan sebagainya; dan (ii) memformulasikan kebijakan lingkungan, misalnya untuk meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat;

*Keempat*, mendorong partisipasi masyarakat. Ini mengisyaratkan bahwa semua *stakeholders* yang melingkupi pengelolaan lingkungan hidup (*environmental governance*), seperti *civil society*, pemerintah, dan bisnis harus bisa berpartisipasi;

*Kelima*, membantu pelaksanaan program. Ini mengacu pada semua kegiatan yang mengubah posisi lingkungan hidup alam, lingkungan hidup buatan dan lingkungan hidup sosial; serta

*Keenam*, mengarah pada kesinambungan fungsi lingkungan hidup. Ini menegaskan bahwa orientasi KLH adalah melestarikan fungsi lingkungan hidup, bukan melestarikan lingkungan hidup.

KLH memang tidak pernah mendiskusikan secara khusus bagaimana posisinya dalam siklus pembuatan kebijakan lingkungan hidup. Tetapi, kalau dicari padanya kaitannya dengan kebijakan lingkungan hidup, maka aspek ketiga dari pengertian KLH memperlihatkan bahwa KLH mendukung penyusunan kebijakan lingkungan hidup. Lalu, seperti apa persisnya dukungan KLH dalam penyusunan kebijakan lingkungan hidup?

Posisi KLH dalam siklus kebijakan lingkungan hidup bisa dirumuskan menjadi: (i) mendukung pembuatan kebijakan lingkungan hidup, yang terdiri atas mengidentifikasi isu lingkungan hidup dan memformulasikan kebijakan lingkungan hidup; (ii) membantu mengimplementasikan kebijakan lingkungan hidup

melalui kampanye, pemasaran sosial, iklan, instruksi dan konsultasi dengan masyarakat; dan (iii) membantu manajemen dan kontrol kebijakan lingkungan hidup melalui pengawasan terhadap hasil proses komunikasi, survei sikap dan polling pendapat dan perubahan disain dan implementasi kebijakan lingkungan hidup.

Bertolak dari keterangan di atas, maka KLH merupakan sebuah alat manajemen. Ia mentransformasikan kekuasaan yang dimiliki oleh pembuat kebijakan dan pelaksana program menjadi kegiatan nyata. Tidak terlalu berlebih-lebihan bila KLH disebut orang sebagai "missing link" antara isu lingkungan hidup dan proses sosio-politis pembuatan kebijakan dan partisipasi masyarakat.

Bila pengkaji ilmu komunikasi kemudian menancapkan niat untuk memahami aspek praktis KLH, tentu saja itu logis. Tetapi, kecenderungan yang selama ini terjadi justru sebaliknya. Para pengkaji ilmu komunikasi merasa hanya perlu belajar konsep KLH saja. Dengan konsep tersebut, mereka merasa bisa mengamalkan KLH dengan baik. Tetapi, kenyataan membuktikan lain. Seorang aktivis LSM "Komunikasi-Pengembangan Kepedulian dan Pendidikan Lingkungan Hidup", Aulia Esti Wijasih mengatakan bahwa para konsultan KLH yang berasal dari PT hanya bisa bicara saja. "Mereka tidak menguasai lapangan. Akibatnya, program mereka tidak jalan," tambah Aulia. Ini mengingatkan pihak yang ingin belajar KLH agar membuka mata terhadap realitas empiris tentang KLH.

### **Kebijakan Komunikasi**

Berbeda dengan komunikasi politik, kebijakan komunikasi (KK) dirumuskan oleh pemerintah. Rumusan KK ini kemudian dibahas oleh parlemen. Kalau parlemen sudah setuju, maka KK tersebut efektif berlaku untuk semua masyarakat. Maka KK, sama dengan kebijakan publik lainnya, merupakan studi tentang keputusan dan tindakan yang dilakukan pemerintah yang berkaitan dengan persoalan komunikasi. Maka pengajaran KK mencoba mengidentifikasi kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan komunikasi, membedahnya, menganalisisnya dan mengambil kesimpulan tentang keberadaan kebijakan tersebut. Cara yang digunakan dalam menganalisis KK adalah cara yang lazim

dipakai orang dalam analisis kebijakan publik lainnya, *positive policy analysis* dan *normative analysis*. *Positive policy analysis*, seperti disebut Cochran dan Malone, lebih tertuju pada bagaimana proses kebijakan bekerja (1999:2). Sementara itu, *normative analysis*, masih menurut Cochran dan Malone, lebih tertuju pada penilaian tentang apa yang seharusnya tertuang dalam kebijakan (1999:4).

Proses pembuatan KK oleh pemerintah tentu saja mengikuti proses pembuatan kebijakan publik yang umum, mulai dari : (i) identifikasi; (ii) formulasi; (iii) implementasi; dan (iv) kontrol. Proses ini merupakan sebuah siklus. Karena itu, umpan balik dari setiap langkah sangat diperlukan. Apalagi pemerintah senantiasa melanjutkan proses pembuatan KK lewat berbagai lembaga yang dimilikinya.

Tahap identifikasi biasanya dimulai dengan pengumpulan isu. Pengumpulan isu ini sangat menentukan proses kebijakan komunikasi berikutnya. Kalau isu yang dikumpulkan benar-benar sesuai dengan realitas yang sebenarnya, maka ada harapan bahwa kebijakan komunikasi yang kelak lahir bisa merespons persoalan yang riil dihadapi masyarakat. Sebaliknya, bila pengumpulan isu dilakukan secara sembarangan, maka KK yang akan lahir tidak merespons persoalan yang riil dalam masyarakat.

Di samping itu, perumusan KK berangkat dari sistem komunikasi yang berlaku di sebuah negara. Jika sistem komunikasi yang dianut sebuah negara adalah sistem komunikasi yang mendorong terciptanya masyarakat informasi, maka konteks perumusan KK adalah masyarakat informasi. KK harus menjamin bahwa semua kebutuhan pembentukan masyarakat informasi terakomodasikan olehnya. Kalau masyarakat informasi menimbulkan perubahan sosial dalam masyarakat, katakanlah, hubungan sosial-ekonomi yang makin kompleks, KK juga perlu mengantisipasi keadaan tersebut dalam rumusannya.

Tetapi, pengalaman Indonesia menunjukkan kondisi yang berbeda. Tak pernah terjadi umur KK sesuai dengan umur sistem komunikasi yang riil terjadi di Indonesia. Betapa tidak, pernah ada sebuah UU tentang pers yang berumur 17 tahun lebih (UU Pokok Pers Tahun 1982 tidak berlaku lagi setelah UU Pers No. 40 Tahun 1999 diundangkan). Lebih dari itu, Indonesia bahkan pernah

mengalami kehampaan UU penyiaran (*lawless broadcasting era*), selama sekitar empat tahun. Ini terjadi setelah Presiden Abdurrahman Wahid membubarkan Departemen Penerangan tahun 1998, yang otomatis meniadakan Menteri Penerangan. Padahal peran Menteri Penerangan dalam UU No. 24 Tahun 1997 sangat sentral! Dia memiliki kewenangan yang besar untuk memberikan sanksi kepada pihak-pihak yang melanggar UU No. 24 Tahun 1997. Baru tahun 2002, Indonesia memiliki UU Penyiaran lagi, yaitu UU No. 32 Tahun 2002.

Anehnya tidak banyak perguruan tinggi (PT) yang memiliki Jurusan Ilmu Komunikasi (JIK) yang peduli dengan kenyataan ini dan menekan pemerintah untuk sungguh-sungguh memperhatikan KK. Memang tidak mudah mencari alasan mengapa kepedulian itu rendah. Tetapi, satu hal yang pasti, selain di JIK UGM, tidak ada PT, baik negeri maupun swasta, yang mengajarkan mata kuliah yang bernama "Kebijakan Komunikasi" (Lucunya, di beberapa PT Swasta malah ada mata kuliah "Sistem Komunikasi Indonesia"). Adalah wajar bila kemudian timbul sikap skeptis masyarakat, bagaimana mungkin pengkaji ilmu komunikasi yang tidak pernah belajar KK bisa peduli dengan realitas empiris tentang KK di Indonesia?

### Penutup

Karena keyakinan bahwa kajian terhadap fenomena komunikasi makin komprehensif dengan menggunakan berbagai disiplin ilmu lain, maka ilmu komunikasi sering meminjam disiplin ilmu lain untuk menganalisis data komunikasi. Berkat "pinjaman" ilmu lain ini, bidang ilmu komunikasi menjadi semakin banyak. Peminjaman itu mendatangkan manfaat yang besar dalam rangka mengkaji fenomena komunikasi yang mutakhir. Begitu besarnya manfaat yang bisa diperoleh, sehingga bidang yang baru itu menjadi sub-domain ilmu komunikasi dan sering kali menjadi bahan kajian tersendiri. Sebutlah misalnya, komunikasi politik, komunikasi pembangunan, komunikasi lingkungan hidup dan kebijakan komunikasi sebagai beberapa contoh.

Setelah menjadi sub-domain ilmu komunikasi, mereka menjadi pengetahuan yang mengajarkan sesuatu yang lebih praktis.

Komunikasi pembangunan merupakan strategi komunikasi seluruh masyarakat atau komponen komunikasi dari sebuah rencana pembangunan nasional. Komunikasi politik menjadi kegiatan komunikasi yang dilakukan individu, komunitas dan lembaga untuk mengatur perbuatan manusia dalam mewujudkan kebaikan bersama dalam sebuah negara/pemerintahan. Komunikasi lingkungan hidup merupakan sebuah alat manajemen, yang memanfaatkan proses komunikasi dan produk media secara terencana dan strategis untuk mendukung efektifitas pembuatan kebijakan, mendorong partisipasi masyarakat dan membantu implementasi program yang mengarah pada kesinambungan fungsi lingkungan hidup. Sementara itu, kebijakan komunikasi adalah studi tentang keputusan dan tindakan yang dilakukan pemerintah yang berkaitan dengan persoalan komunikasi. Semua pengertian ini mengarah kepada sebuah komitmen kepada pengkaji ilmu komunikasi bahwa sub-domain ilmu komunikasi—yang terbentuk berkat “peminjaman” disiplin ilmu lain—meningkatkan komitmen ilmu komunikasi pada kenyataan masyarakat yang sangat praktis.

Ini sama sekali tidak buruk. Hanya saja, pengkaji ilmu komunikasi kadang-kadang tidak percaya diri kalau ditanya tentang pengalaman praktis mereka tentang sub-domain ilmu komunikasi di atas. Mereka lebih suka memahami konsep-konsep yang termuat dalam buku teks ketimbang menyelami dunia riil yang diisyaratkan oleh buku teks tersebut. Mereka seolah-olah menolak kenyataan bahwa mempelajari sub-domain ilmu komunikasi harus melibatkan diri dalam hal yang sangat praktis. Padahal sub-domain ilmu komunikasi itu mengisyaratkan pemahaman dan pengalaman yang cukup tentang dunia praktis!\*\*\*\*\*

#### **Daftar Pustaka**

- Alfian. 1991. *Komunikasi Politik Dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bennet, W. Lance and Entman, Robert M. (editors). 2001. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Cochran, Charles L. and Malone, Eloise F. 1999. *Public Policy: Perspectives & Choices*, second edition. Boston: McGraw-Hill College.
- Effendy, Onong Uchyana. 1984. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV.
- Giarusso, Roseann, Richlin-Klonsky, Judith, Roy, William G, and Strenski, Ellen. 1994. *A Guide to Writing Sociology Papers*, third edition. New York: St. Martin's Press.
- Jayaweera, Neville. 1987. "Rethinking Development". In Neville Jayaweera and Sarath Amunugama (editors), *Rethinking Development Communication*. Singapore: AMIC
- McPhee, Robert D. and Fink, Edward L. 1999. "Introduction". In *Human Communication Research*, Volume 25 Number 4. Austin, Texas: International Communication Association.
- Oepen, Manfred. 2000. "Environmental Communication in a Context". Dalam Oepen Manfred and Hamacher, Winfried (editors), *Communicating the Environment*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Siregar, Ashadi. 1998. "UK adalah Media". Dalam Salam, Aprinus (editor), *Umar Kayam dan Jaring Semiotik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Susanto-Sunario, Astrid S. 1999. "Penelitian Komunikasi". Dalam *Jurnal Alternatif*, Vol. 9, Maret 1999. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya.