

Presentasi Hasil Studi Program Doctor of Philosophy (Ph.D)

Assalamualakum WrWb.

Semoga Allah SWT senantiasa mengaruniakan karunia dan barokahNya kepada kita semua. Yang terhormat Dekan FISIP, yang saya hormati Ketua Prodi Pascasarjana FISIP, Yang saya hormati Bapak Ibu Dosen para kolega, sivitas akademika FISIP serta para staf karyawan di lingkungan FISIP. Alhamdulillah puja-puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas karunia nikmatNya yang tiada tara kepada saya sehingga saya bisa hadir di acara ini.

Bapak Ibu yang saya hormati....

Hari ini, saya membagi topik presentasi ke dalam dua bagian: (1) Deskripsi riset S3 (Thesis/Disertasi) saya; (2) Sumbangsih pemikiran dari thesis saya terhadap pengembangan ilmu. Besar harapan saya, kedua materi yang saya sampaikan tersebut dapat memenuhi harapan atau tujuan dari diadakannya acara ini.

Bagian 1: Deskripsi riset S3 (thesis) saya.

Bapak Ibu yang saya hormati...

Selama studi S3, saya melakukan riset dengan judul “Critical Ethnography of A Crisis Management Dealing with A Mudflow Crisis in Indonesia”. Melalui judul ini, saya menginvestigasi secara etnografi bagaimana krisis lumpur di Sidoarjo *dimanage*, termasuk bagaimana reaksi dan persepsi masyarakat Sidoarjo terhadap strategi komunikasi dari Public relations Lapindo dan pemerintah Indonesia dalam upaya mengatasi krisis lumpur tersebut. Saya menggunakan pendekatan kualitatif, karena pendekatan ini memungkinkan saya untuk menggali data kepada informan lebih detail, fleksibel, dan bebas terhadap berbagai aspek terkait krisis lumpur. Saya juga dimungkinkan menggunakan berbagai macam perspektif teoritis untuk menganalisis data dan menggunakan berbagai sumber data, seperti observasi, wawancara maupun FGD. Penggalan data saya lakukan terhadap beberapa informan, antara lain komunitas sekitar area lumpur yang masuk kawasan peta terdampak, PR Officer dari Lapindo, BPLS, akademikus, LSM, Geolog, maupun praktisi PR.

Proses pengumpulan dan analisis data, saya lakukan dengan berpijak pada metode etnografi kritis, yaitu, mengutip dari Thomas , “*Critical ethnography is conventional ethnography with a political purpose*” (Thomas, 1993, h. 4). Atau “*Critical ethnography becomes the ‘doing’ or the ‘performance’ of critical theory. It is critical theory in action*” (Madison, 2005, h. 5), dan “*The critical tradition follows closely many of the interest and assumptions of the sociocultural, but it adds an important dimension that moves it from the descriptive to the critical.*” (Littlejohn & Foss, 2008, h. 45). Dari beberapa literatur di atas, saya simpulkan bahwa etnografi kritis tidak hanya mendeskripsikan tetapi berupaya untuk memberikan kritik-kritik, dan menawarkan solusi tentang apa yang seharusnya terjadi atau dilakukan. Dengan melakukan etnografi kritis, saya merasa mempunyai tanggung jawab

moral untuk memberikan kontribusi mengubah ketidakadilan bagi masyarakat yang diriset dengan cara memberikan kesempatan bersuara untuk mengekspresikan keinginan-keinginannya dan hak-haknya yang terbatas. Suara-suara tersebut kemudian disebar untuk membuka diskursus-diskursus sosial tentang kesetaraan. Karena itu, beberapa ilmuwan menyebut etnografi kritis ini sebagai “*new ethnography*” (Goodal, 2000, dikutip di Madison, 2005, h. 8).

Bapak Ibu yang saya hormati....

Secara singkat, saya menyampaikan beberapa proposisi yang dihasilkan melalui riset ini. Proposisi pertama adalah “Manajemen krisis yang efektif sangat ditentukan oleh seberapa besar strategi difokuskan pada keselamatan dan kepentingan publik serta identifikasi publik.” Proposisi kedua adalah “Manajemen krisis tidak efektif terjadi jika lamban dalam bertindak, gagal mengurangi ketidakpastian, dan fokus pada reputasi.”

Riset ini menemukan bahwa manajemen krisis lumpur sangat dipengaruhi (*highly influenced*) oleh konteks-konteks ekonomi-politik: krisis ini mencakup pertarungan relasi kuasa (*power relations*) dari segala aspek masyarakat. Relasi-relasi ini, kemudian, menentukan bagaimana regulasi, saluran komunikasi, dan ganti rugi dibentuk dan disebar selama krisis, dan bagaimana kebenaran dikonstruksi.

Beberapa faktor ketidakefektifan manajemen krisis yang dijadikan proposisi di atas, memicu rumor adanya relasi unik antara perusahaan dan pemerintah dalam konteks politik tingkat tinggi (*high political context*). Para korban pun berupaya untuk memahami mengapa peristiwa ini terjadi. Di mata publik, tampak adanya konflik kepentingan karena sulit memisahkan antara peran bisnisan dan peran pemerintahan.

Sementara itu, konstruksi individu-individu merupakan cara individu-individu membangun standard-standar sendiri tentang kebenaran saat mereka mempersepsi realitas dan hal ini sangat dipengaruhi oleh latar ekonomi politiknya. Manajemen krisis termasuk strategi komunikasi; regulasi pemerintah; berita media massa; serta tuntutan korban juga merupakan hasil konstruksi. Namun demikian, berbagai konstruksi yang berbeda ini dapat memunculkan konflik dan berpotensi memunculkan persoalan serius. Konstruksi atas realitas adalah bersifat subjektif dan tergantung pada kepentingan individu, segala cara untuk mempromosikan (apalagi jika memaksakan) konstruksi kepada pihak lain berpotensi memicu kontroversi. Pada akhirnya, siapapun yang mempunyai *power*, kemampuan, dan saluran komunikasi mempunyai kemungkinan besar dapat memengaruhi pihak lain agar mau menerima konstruksinya.

Krisis lumpur sendiri adalah realitas objektif. Tetapi, setiap individu mempunyai frame masing-masing yang terkonstruksi secara subjektif dari pengalaman dan informasi tentang krisis. Keberagaman atribusi tentang krisis, dengan demikian, terbentuk dan terkonstruksi secara sosial. Individua-individu mempunyai latar belakang pendidikan, pengalaman, norma keluarga, pilihan-pilihan, lingkungan sosial tertentu, kepentingan, dan pola interaksi sehingga mereka menginterpretasi krisis ini berdasarkan konstruksinya sendiri. Melalui proses eksternalisasi, individu kemudian menyerap informasi-informasi tertentu tentang krisis lumpur yang telah dikonstruksi oleh pemerintah, public relations Lapindo, media massa, akademikus atau pun kolega-koleganya. Pada titik ini, krisis lumpur berkembang menjadi realitas objektif.

Konstruksi mana yang akan menjadi realitas objektif ditentukan dua faktor: (i) Bagaimana cara membentuk konstruksi; dan (ii) Kemampuan untuk mengomunikasikan bahwa konstruksinya itu sendiri merupakan sesuatu yang masyarakat percayai sebagai realitas sosial. Dengan mengakuisi beberapa media dan membelanjakan sejumlah uang untuk strategi beriklan di media massa lokal dan nasional, Lapindo mempunyai *power* untuk mengomunikasikan konstruksi “Lumpur Sidoarjo”. Media massa menjadi alat diseminasi pandangan-pandangan perusahaan. Berita adalah realitas tangan kedua yang merupakan hasil dari konstruksi media massa. Pendekatan kritis memandang “*power and knowledge cannot be divided to create truth*”. Dapat disimpulkan bahwa *power* adalah bagian yang melekat dalam pesan-pesan perusahaan. Periklanan, newsletters, dan regulasi-regulasi, sebagai hasil ekspresi bahasa, mentransmisikan *power*. Akibatnya, *power* dapat mempersuasi persepsi publik terhadap realitas, yang akhirnya menciptakan pengetahuan, seperti perusahaan adalah pahlawan dan berbaik hati (*generous*) sedangkan para korban adalah *troublemakers*. “*Power is a creative force that pervades all human activity which includes crisis management.*”

Power ini terasa lebih kuat karena posisi politik Bakrie sebagai menteri, ketua partai politik yang besar, dan sekretaris gabungan partai koalisi. Dalam *highly political context*, konstruksi “Lumpur Sidoarjo” menjadi realitas objektif. Konstruksi ini tidak hanya nampak pada pesan-pesan perusahaan tapi juga dalam berbagai regulasi formal pemerintah. Konstruksi ini dapat dibaca sebagai representasi kepentingan elit-elit politik dan ekonomi. Menarik dilihat adalah bagaimana pejabat publik pemerintahan, saat *public speaking*, cenderung menuntut perusahaan membayar ganti rugi, namun mereka mengonstruksi “Lumpur Sidoarjo” dalam regulasi formal. Dapat dikatakan proses proses konstruksi berjalan sangat halus dan terkesan normal. Para pejabat publik berupaya menjadi ‘*bapak*’ dalam masyarakat. Namun, perusahaan gagal memengaruhi konstruksi *grassroots*. Para korban lebih memilih mengonstruksi “Lumpur Lapindo.”

Selama beberapa tahun krisis berjalan, terjadi beberapa kali konflik kepentingan antara perusahaan, pemerintah, dan korban. Situasi ini dapat dijelaskan, dengan mengadopsi pendekatan kritis, bahwa konflik dan perbedaan selalu terjadi dalam proses sosial. Untuk mengatasinya, negara seharusnya memberikan kesempatan bagi semua suara untuk didengarkan. Sebagai hasilnya, dominasi ideology dari kelompok yang mempunyai *power* dapat dihindari. Dari data di lapangan, kondisi ideal ini belum tercapai. Para korban mendapat tekanan dari kelompok yang lebih kuat sehingga para korban mesti melakukan demonstrasi menuntut hak-haknya. Situasi ini terjadi, karena orientasi profit ekonomi mengarahkan segala cara *manage* krisis. Pada akhirnya, para korban tidak mempunyai peluang untuk mengakses segala alat produksi, seperti saluran komunikasi formal.

Bapak Ibu yang saya hormati...

Bagian kedua: sumbangsih pemikiran dari thesis saya bagi pengembangan keilmuan

Melalui riset ini, saya berupaya memberikan sumbangsih kepada kemajuan Ilmu Public Relations. Sumbangsih itu antara lain berupa:

(1)Menawarkan penerapan pendekatan public relations kritis (*Critical Public relations*) dalam kajian riset maupun praktek public relations.

Riset etnografi kritis adalah salah satu varian dalam public relations kritis. Dari eksplorasi literatur review terhadap berbagai jurnal ilmiah internasional selama 2009, saya

belum menemukan penerapan etnografi kritis pada riset dan praktek public relations. Kondisi yang sama pun masih terjadi di Indonesia. Critical Public relations adalah pendekatan baru kajian Ilmu Public relations di Indonesia. Dalam konteks internasional, pendekatan ini baru berkembang satu dasawarsa ini. Dari beberapa literatur, seperti Pasadeos (2010), Berger & Renfro (2010); Stacks (2002); Trujillo & Toth (1987); dan Wimmer & Dominick (2006), kajian teoritis (termasuk riset) dan praktik public relations dan organisasi masih didominasi pendekatan objektif ini. Sebagai contoh, Pasadeos, dkk (2010) melakukan riset analisis isi terhadap 396 literatur tentang riset public relations yang dimuat di dua jurnal internasional terbesar, Public Relations Review dan Journal of Public relations Research antara tahun 2000-2005. Mereka menemukan bahwa Excellence Theory in Public Relations menjadi perspektif teoritis yang banyak mendominasi riset-riset public relations Teori yang digagas oleh Grunig, dkk ini berangkat dari pendekatan objektif yang memfokuskan bahasan tentang perlunya penerapan model komunikasi yang dua arah simetris (Baca juga Gower, 2006). Gower (2006) menyebut sebagai generasi pertama riset-riset public relations. Saya menyebutnya sebagai “teori khas” bahkan sebagai “metateori” public relations (tentang hal ini, nantikan buku saya selanjutnya: “Teori-Teori Public Relations: aplikasinya dalam riset dan praktek”).

Bapak Ibu yang saya hormati....

Critical Public Relations membuka cakrawala untuk mengkritisi adanya kenyataan praktik public relations yang menunjukkan bahwa organisasi telah digunakan sebagai arena pertarungan ideologi dan ekonomi, seperti *power*, pengaruh, dan kontrol. Public relations, bahkan, dijadikan alat manajemen untuk menyebarkan ideologinya yang berpotensi mendominasi publiknya. Sementara publik sendiri merupakan koalisi-koalisi dan konstituen-konstituen yang mempunyai kebutuhan, nilai-nilai dan persepsi-persepsi yang berbeda-beda, yang juga mempunyai *power* memengaruhi strategi organisasi. Artinya, ada perang relasi-power. Karena itu, pendekatan ini mendorong public relations menjadi aktivis bukan sekedar alat organisasi menyebarkan ideologinya. Selama ini para ilmuwan dan praktisi Public relations objektif lebih fokus pada bagaimana organisasi (diciptakan terutama oleh pihak manajemen) dapat menjaga dan mempertahankan tatanan organisasi agar berjalan dalam bentuk ideal.

Bapak Ibu yang saya hormati....

(2) Mensosialisasikan penerapan Situational Theory of the publics dan Situational Crisis Communication dalam riset dan praktek public relations. Dari eksplorasi literatur selama 2009, riset saya ini menjadi (salah satu) pioner penerapan kedua teori ini secara kualitatif (etnografi kritis). Dalam literatur ilmiah di jurnal internasional, kedua teori ini banyak diterapkan secara kuantitatif. Kedua teori ini, bersama-sama dengan Excellence Theory, saya sebut sebagai teori khas public relations sehingga posisi public relations sebagai disiplin ilmu semakin kuat.

(3) Semua yang saya sampaikan di atas sudah saya tulis dalam buku saya “*Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif* (2012).” Ini sekaligus sebagai sumbangsih saya yang ketiga. Buku ini ditambah dengan kehadiran saya dalam tiga seminar internasional merupakan upaya mewujudkan tujuan riset etnografi kritis, yaitu membuka dan menyebarkan ide dalam diskursus publik. Klaim saya bahwa Critical Public Relations termasuk variannya Etnografi Kritis merupakan pendekatan baru dan penting dalam kajian public relations, juga diperkuat oleh beberapa akademisi yang memberikan endorsemen di buku saya ini, yaitu: Marianne D. Sison, Ph.D, FPRIA (Deputy Dean RMIT Merlbourne); Rachma Ida, Ph.D (Ketua Program Pasca Komunikasi Unair); Prof Mark Balnaves (Curtin University); Assoc Prof Kevin Smith & Dr Dennis Wood (keduanya dari ECU).

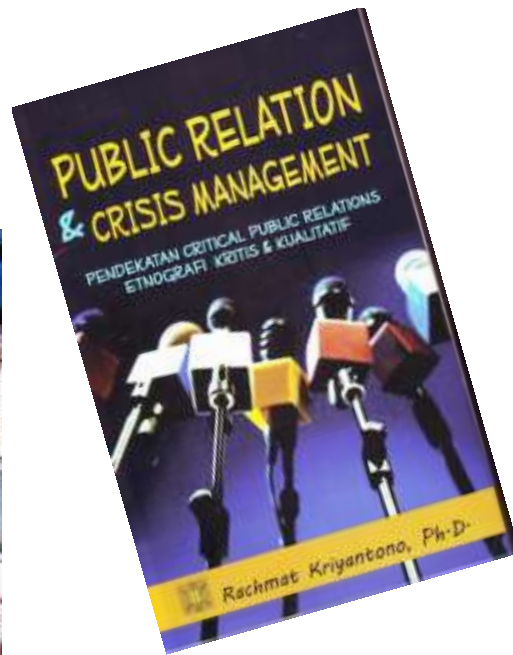
Demikian, Bapak Ibu yang saya hormati.... presentasi yang saya sampaikan. Di akhir presentasi, sekali lagi, saya memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT Tuhan yang maha Kuasa; saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Brawijaya beserta segenap pimpinan universitas yang banyak memberikan bantuan dan dukungan. Terima kasih kepada Prof Ifar Subagyo selaku kepala International Office; Prof Darsono selaku Dekan FISIP, dan para kolega dosen semua. Saya memberikan apresiasi yang tinggi atas diselenggarakannya acara ini, yang merupakan bentuk penghormatan dan penghargaan atas salah satu karya keluarga besar FISIP.

Izinkan saya untuk menyampaikan rasa kebahagiaan yang tiada terkira. Atas karuniaNya dan dukungan anda-lah, saya bisa berkesempatan menjadi Doktor pertama produk FISIP. Izinkan saya bangga sebagai seorang anak desa dan penjual mi goreng keliling telah diberi izin-Nya meraih jenjang pendidikan tertinggi di dunia akademik. Semoga latar belakang ini bisa memacu dan menginspirasi diri saya untuk terus mengabdikan pada dunia keilmuan dan berbagi ilmu dengan ikhlas. Semoga presentasi ini bermanfaat bagi kita semua.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih dan wassalamualakum wr.wb.

Salam,

Rachmat Kriyantono, Ph.D



Nama : **Rachmat Kriyantono, Ph.D**

NIP & NIDN : 19730329 200604 1001 & 0029037305

Email : rachmat.kr@ub.ac.id

Blog : rachmatkriyantono.lecture.ub.ac.id

Riwayat Pendidikan:

Doctor of Philosophy (Ph.D)

Minat Studi: Komunikasi & Public Relations, School of Communication, Edith Cowan University, Western Australia (2009-2011).

Magister Sains (M.Si)

Minat studi: Media and Komunikasi, FISIP Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia (2002-2004).

Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Program studi: Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia (1993-1998).

Publikasi Ilmiah:

A. Buku:

1. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, komunikasi organisasi & pemasaran.* Penerbit Prenada Media Group, Jakarta. (2012, 2010, 2009, 2008, 2007, 2006). Buku ini fokus pada beberapa teknik penelitian di bidang komunikasi.
2. *Public Relations Writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat,* Penerbit Prenada Media Group, Jakarta, (2012, 2009, 2008). Buku ini membahas pentingnya produk-produk penulisan sebagai alat aktivitas public relations, seperti press-release, newsletter, dll serta pembahasan publisitas dan hidden advertising.
3. *Etika & Filsafat Ilmu komunikasi, UB Press Malang, Cetakan 1, 2012. Membahas studi komunikasi dari persektif filsafat ilmunya termasuk praktik-praktik komunikasi dalam kajian etika.*
4. *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis, dan Kualitatif,* Penerbit Prenada Media Group, Jakarta (Cet ke-1, 2012). Buku ini hadir sebagai referensi baru kajian pendekatan kritis pada Public Relations dan Manajemen Krisis, seperti: Konsep Critical Public Relations, Riset Public Relations & Crisis Management, Metode Riset Kualitatif, Etnografi Konvensional & Etnografi Kritis, Sosialisasi Teori: Situational Theory of the Public & Situational Crisis Communication Theory dan dilengkapi riset-riset dari berbagai jurnal internasional
5. *Manajemen Periklanan: Teori & Praktek.* Penerbit UB Press Malang (Cet ke-1, 2013). Buku ini membahas proses manajemen periklanan, mulai dari perencanaan hingga eksekusinya. Disertai contoh-contoh praksis. Hasil pengalaman mengajar sejak 2002.
6. *Dinamika Public Relations.* 2013. Penerbit UB Press. Editor & Penulis. Buku ini adalah output mata kuliah Dasar-Dasar PR, 2012-2013.
7. *Potret Media Massa Indonesia.* 2013. Penerbit UB Press. Buku ini adalah output mata kuliah Hukum Media Massa, 2012-2013.

B. Jurnal Internasional:

1. Measuring A Company Reputation in A Crisis Situation: An Ethnography Approach on The Situational Crisis Communication Theory, International Journal of Business and Social Science, USA, Vol 3 No 9, May 2012.
2. The Situational Theory of The Publics in A Ethnography Research: Identifying Public Response to Crisis Management, International Journal of Business and Social Science, USA (Special Issue, Vol 3 No 20, October 2012).

C. Jurnal Nasional

1. Hidden Advertising: Kebiri Daya Kritis Media, Journal Dinamika HAM, University of Surabaya, Dimuat di Jurnal Dinamika HAM Vol. 11 No. 1, 2011.
2. Manajemen Komunikasi Lumpur Lapindo, Dinamika HAM Pusham Ubaya vol. 10, nomor 2, Mei-Agustus 2010.
3. Pemberdayaan Konsumen Televisi Melalui Keterampilan Media Literacy dan Penegakan Regulasi Penyiaran, Jurnal Penelitian Komunikasi, Media Massa dan Teknologi Informasi, vol 10, no 21, April 2007.
4. Mengukur Kecenderungan Publisitas Media Massa (Tinjauan Tentang Metode Penelitian Public Relations), Jurnal Penelitian Komunikasi, Media Massa dan Teknologi Informasi, vol 10, no 20, Desember 2006.
5. Aplikasi Audit Komunikasi pada Sistem Komunikasi Internal Organisasi, Jurnal penelitian Media Massa, vol 11, no 17, 2005.
6. Media dan Sosialisasi Pilkada (Studi Eksplanatif Pengaruh Media Exposure Pilkada terhadap Tingkat Kognitif Khalayak mengenai Pilkada tahun 2005 pada Masyarakat Surabaya), Jurnal Penelitian Media Massa, vol 11, no 16, 2005. Penulis pertama bersama Heru Budiantoro.
7. Perbedaan Kepuasan Pengguna Situs Liputan6.com dan Seputarindonesia.com pada Pengguna Internet di Sidoarjo, Jurnal Dialektika, vol 2, no 2, 2003, Univ. Bhayangkara Surabaya.
8. Aplikasi Teori Niche dalam Penelitian Media Massa, Jurnal Dialektika, Universitas Bhayangkara Surabaya, 2002.

D. Surat Kabar:

1. (Kembali) Hak Informasi Publik Terdistorsi, Malang Post, 8 April 2012

2. Bangkitlah Penonton Televisi, Kompas, 26 Mai 2006
3. Kampanye di Media Massa, Radar Surabaya, 11 Maret 2004

E. Pertemuan Ilmiah Nasional & Internasional:

1. Penyaji pada Unseen Research International Conference, Faculty of Humanistic, Curtin University, Western Australia, 11-12 Nop 2010, Paper: A Qualitative Research on Situational Crisis Communication, Abstrak dipublikasikan secara online.
2. Penyaji pada Global Management 2010 IASK International Conference, Oviedo, Spain, 9-10 Nop 2010. Paper: Critical Ethnography of a Crisis Management Dealing with a Mudflow in Indonesia, dipublikasikan di book proceeding.
3. Penyaji pada International Congress Knowledge, Economy, and Management, Istanbul, Turkey, 28-31 Okt 2010. Paper: A Social Constructionist and Critical Approach of A Crisis Management, dipublikasikan di CD proceeding.