

ABSTRAK

Penelitian ini ingin melihat efektivitas kegiatan komunikasi publik yang dilakukan oleh Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) sepanjang tahun 2015. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis deskriptif dan studi analisis isi media (media content analysis), sedangkan metode penelitian bersifat sosiologis/empiris. Pengambilan data menggunakan teknik focus group discussion (FGD) dan wawancara mendalam (deep interview). Penelitian menemukan bahwa di Kementerian ESDM masih menemukan kendala dalam program komunikasi yang dilakukan terhadap internal maupun eksternal. Karenanya perlu terobosan baru dalam pusat komunikasi (puskom) ESDM dengan membangun komunikasi yang efektif melalui berbagai platform komunikasi yang tersedia.

**Kata kunci :** Evaluasi Komunikasi, Kementerian ESDM, Audit Komunikasi

**Latar Belakang**

Kementerian ESDM merupakan Kementerian yang terdiri atas 4 (empat) Dirjen dan 3 (tiga) Badan. Di lingkungan internal terdiri atas beberapa bagian dengan sistem kerja yang saling berhubungan satu sama lain (direct connection), maupun yang tidak langsung berhubungan (indirect connections). Tentu saja kondisi tersebut secara faktual membutuhkan pola komunikasi yang baik, untuk kelancaran arus pesan dan kesesuaian pesan yang diterima antara satu bagian dengan bagian yang lainnya. Tidak cukup hanya itu, Kementerian ESDM disisi lain harus berinteraksi dan berkomunikasi dengan beragam pihak eksternal yang memiliki beragam kepentingan (stakeholders) dengan latar belakang yang berbeda.

Selama ini tidak dapat dipungkiri masih sering terjadi proses komunikasi yang tidak selaras dan seimbang, antara apa yang dimaksud oleh Kementerian ESDM dengan apa yang dirumuskan di internal dengan apa yang diterima oleh publik eksternal. Kementerian ESDM ruang lingkup kerjanya menyangkut kepentingan hajat hidup orang banyak atau berperan strategis dalam kehidupan Negara. Tentu saja potensi itu bukan hanya harus di sadari, namun harus secara positif dapat dimaknai sebagai sebuah modal yang baik untuk membangun partisipasi publik yang lebih baik. Selain itu, evaluasi kehumasan dimaksud sejalan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas dari Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN) mengamanatkan agar aparaturnegara mampu menjalankan tugas dan fungsinya secara profesional, produktif, transparan, dan bebas dari KKN.

Berdasarkan fakta di atas, diperlukan sistem pengukuran yang akurat dan andal melalui evaluasi komunikasi sebagai alat untuk mengukur keberhasilan proses komunikasi instansi pemerintah. Hasil evaluasi komunikasi akan dapat menunjukkan terbukanya saluran komunikasi, baik internal maupun eksternal, dalam upaya pencapaian harapan publik.

**Kajian Pustaka**

**Strategi Communication Planning**

Pendekatan pertama yang digunakan yakni Strategic Communication Planning (SCP) merupakan perpaduan antara dua disiplin studi Manajemen strategik (strategic management) dan perencanaan komunikasi secara umum atau lebih spesifik komunikasi publik (public/corporate communications) seperti pada gambar berikut ini.

Gambar.1 Strategic Communication Planning (SCP)



Source: Benita Steyn, "From strategy to corporate communication strategy: A conceptualisation," Journal of Communication Management; 2003; 8, 2

Pendekatan ini dimulai dengan analisis situasi atau lingkungan internal dan eksternal, berupa identifikasi isu-isu strategis dan implikasinya terhadap para pemangku kepentingan (stakeholders). Hasil pemetaan isu-isu prioritas dan pemetaan pemangku kepentingan itulah yang melandasi perumusan tujuan komunikasi dan rancangan strategi komunikasi yang ditetapkan dan pada akhirnya menetapkan program komunikasi sebagai solusi atas isu-isu strategis dan permasalahan komunikasi yang ditemukan di lapangan.

Pendekatan SCP tersebut sebenarnya tidak jauh berbeda dengan model perencanaan komunikasi pemasaran dari Tuckwell (2007:56-65), sebuah model perencanaan program dengan pendekatan strategik, dimulai dari analisis situasi, perumusan tujuan komunikasi pemasaran berbasis rencana pemasaran, merancang tujuan-strategi-taktik dari setiap teknik komunikasi pemasaran (iklan, PR, dan lain-lain), sampai pengukuran dan evaluasinya.

### **Evaluasi Komunikasi**

Tujuan dari riset evaluatif ini untuk meningkatkan efektifitas organisasi dan performa (kinerja) organisasi. Secara fungsional, kinerja suatu organisasi atau sistem ditentukan oleh ketepatan dalam pencapaian sasaran. Dengan kata lain, kajian evaluatif merupakan kajian apakah sistem yang dilakukan benar (*doing the right things*). Ditinjau dari efektivitas sistem, organisasi dapat mencapai efisiensi kerja karena melakukan kegiatan dengan benar (*doing things right*).

Kajian tentang efektivitas sistem ini, khususnya sistem dan pola komunikasi internal dan eksternal dilakukan secara periodik. Berdasarkan hasil evaluasi atau audit komunikasi, maka akan diketahui kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatan dalam sistem, faktor-faktor penting yang memberi pengaruh, dan kekuatan-kekuatan mana saja yang muncul dari waktu ke waktu. Dengan demikian, kelemahan-kelemahan sudah dapat diketahui sebelum menjadi pengganggu atau penghambat, sehingga tidak menjadi kekuatan yang melumpuhkan sistem atau bahkan menghancurkan sistem. Selain itu, kajian evaluatif yang dilakukan secara periodik dapat menunjukkan dinamika faktor-faktor dan kecenderungan, sehingga hasil audit dapat digunakan untuk mengantisipasi masa depan untuk merancang roadmap strategi dan program komunikasi.

Untuk melakukan pemeriksaan dan pengujian gejala dalam suatu sistem, maka kajian ini dapat dipahami dalam dua cara, yakni sebagai alat diagnosis (*diagnosis tools*) dan sebagai riset evaluasi komunikasi (*organizational communication evaluation*). Manfaat manajerial dari riset evaluatif komunikasi atau lebih jauh dapat kita definisikan dengan audit komunikasi yaitu:

1. Untuk membandingkan status sistem komunikasi antara sebelum pengukuran dan sesudah pengukuran dilakukan guna menentukan dampak dari program-program komunikasi yang baru;
2. Untuk mengetahui dan mengukur penyebaran informasi atau pesan-pesan komunikasi dan dampak dari program-program yang sedang berlangsung, sebagaimana dituntut oleh semua organisasi yang baik;
3. Untuk mengetahui dan menentukan kelompok-kelompok kunci dalam kegiatan komunikasi sebelum dilakukan restrukturisasi atau penataan pola komunikasi yang sesuai dengan tuntutan internal dan eksternal.
4. Untuk mengetahui dan menentukan pos-pos biaya komunikasi yang perlu diprioritaskan untuk menjangkau khalayak sasaran utama.
5. Untuk mengembangkan program-program pelatihan komunikasi yang baru guna mengatasi persoalan-persoalan yang ditemukan dalam audit komunikasi

Public Relations adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap public, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan public (Kasali, 2000:7).

Penelitian menyusun perencanaan dan audit komunikasi Kementerian ESDM. Tahapannya terdiri dari enam langkah yaitu pertama, analisis situasi dan problem komunikasi Kementerian ESDM, yakni: Analisis Regulasi, Analisis Institusi (Organisasi di unit-unit kerja Kementerian ESDM dan keterkaitannya dengan Kementerian dan Lembaga lain), serta Analisis Media dan Isu-isu Strategis/Stakeholder. Kedua, analisis terhadap rumusan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan Kement-

erian ESDM, mulai dari untuk tujuan pengenalan, memberikan pemahaman, mengubah kesalahan persepsi, mengubah sikap atau perilaku, hingga mendorong perilaku dan dukungan, sesuai dengan segmen khalayak yang dibidik.

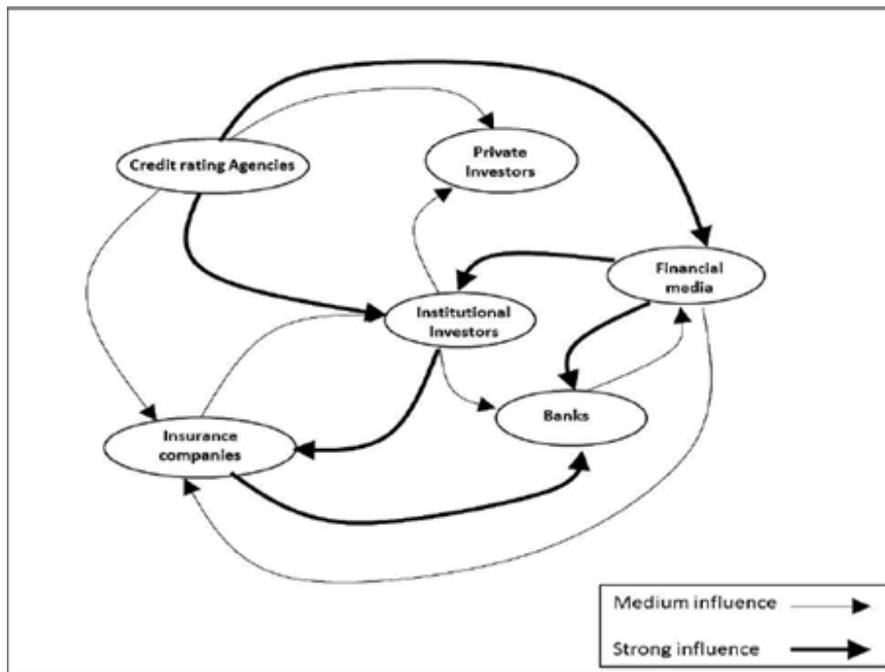
Ketiga, evaluasi terhadap rancangan strategi komunikasi saat ini (yakni strategi pesan, strategi media, strategi pemilihan figur, dan strategi pelibatan khalayak atau publik dan komunitas). Keempat, evaluasi terhadap program dan kegiatan komunikasi yang telah berjalan dan menjadi priori-

tas saat ini. Kelima, evaluasi terhadap implementasi strategi dan program komunikasi dari Kementerian ESDM. Terakhir, Evaluasi dan pengukuran kinerja program dan kegiatan komunikasi Kementerian ESDM.

### Media content Analysis

Untuk memperkuat pemetaan isu-isu sentral/strategis Kementerian ESDM, digunakan juga teknik NVA (News Value Analysis) untuk review pemberitaan tentang Kementerian ESDM yang memiliki nilai berita tinggi. Analisis ini diperlukan

Gambar 2. Cross-Impact Analysis (CIA) & Stakeholder's Reciprocal Influences (SRI) Matrix



Sumber : "Introducing Cross-Impact Analysis as a Methodology to Understand Stakeholders' Reciprocal Influences," Simone Mari-conda & Francesco Lurati , IPRRC Proceeding, 2014: 512

Gambar.3 Cross-Impact Analysis (CIA) & Stakeholder's Reciprocal Influences (SRI) Diagram

|                                |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5  | 6 | 7 |    |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|----|---|---|----|
| <b>Institutional investors</b> | 1 | x | 2 | 0 | 0 | 2  | 0 | 3 | 7  |
| <b>Private investors</b>       | 2 | 0 | x | 0 | 0 | 1  | 0 | 1 | 2  |
| <b>Financial media</b>         | 3 | 3 | 1 | x | 0 | 3  | 0 | 2 | 9  |
| <b>Financial activists</b>     | 4 | 1 | 0 | 0 | x | 0  | 0 | 0 | 1  |
| <b>Banks</b>                   | 5 | 0 | 1 | 2 | 0 | x  | 1 | 0 | 4  |
| <b>Credit rating agencies</b>  | 6 | 3 | 2 | 3 | 0 | 1  | x | 2 | 11 |
| <b>Insurance companies</b>     | 7 | 2 | 0 | 1 | 0 | 3  | 1 | x | 7  |
|                                |   | 9 | 6 | 6 | 0 | 10 | 2 | 8 | 41 |

Source: "Introducing Cross-Impact Analysis as a Methodology to Understand Stakeholders' Reciprocal Influences," Simone Mari-conda & Francesco Lurati , IPRRC Proceeding, 2014: 512

untuk mempertajam tema-tema pesan kampanye seputar energi dan sumberdaya mineral. Analisis pemberitaan minimal terhadap delapan unsur NVA, yakni: a) Prominence b) Unusualness c) Significance d) Human Interest e) Proximity f) Timeliness g) Controversial/Conflict h) Newsworthiness

Analisis terhadap sudut pandang atau perspektif pemberitaan media yang biasa disebut NFA (News Framing Analysis), jika diperlukan bisa dilakukan untuk melengkapi teknik NVA dengan sajian mengenai bagaimana media membingkai peristiwa atau isu Kementerian ESDM, membandingkan perspektif media (media framing) dan perspektif narasumber yang berseberangan (frame contestation) dan analisis lain yang diperlukan.

Stakeholder-Mapping: dilakukan melalui Stakeholder Reciprocal Influences (SRI) dan Cross-Impact Analysis (CIA) dengan ilustrasi hasil seperti berikut ini. Analisis SRI dan CIA diperlukan untuk melihat kekuatan pengaruh para aktor atau pemangku kepentingan dalam industri ESDM. Hasil analisis SRI dan CIA diperlukan untuk merancang strategi dan program komunikasi Kementerian ESDM.

### **Maksud dan Tujuan Penelitian**

Berdasarkan kendala dan apa yang terjadi selama ini, dirasakan bahwa perlu adanya sebuah proses analisis evaluasi yang menyeluruh terhadap kegiatan komunikasi publik yang dilakukan oleh Kementerian ESDM baik di tingkat unit kerja (Dirjen atau Badan) maupun ditingkat Kementerian ESDM.

Selain itu, tujuan dari pekerjaan Evaluasi Komunikasi Publik Kementerian ESDM merupakan acuan dalam mengukur sistem komunikasi yang akurat dan andal di lingkungan instansi pemerintah sehingga menjadi dasar untuk menyusun langkah atau upaya yang strategis dalam melakukan komunikasi publik atau dalam hal ini adalah bagaimana menyampaikan pesan-pesan dan informasi pembangunan dan kebijakan sektor ESDM yang terencana, terpadu, dan komprehensif.

### **Pendekatan dan Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengemukakan gambaran atau pemahaman (understanding) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas terjadi (Pawito, 2008:35). Memberikan gambaran

dalam hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai gejala atau realitas. Penelitian ini melakukan riset komunikasi dan pengumpulan data sebagai rangkaian kegiatan evaluasi atau audit komunikasi yang menjadi basis untuk Evaluasi Komunikasi Publik Kementerian ESDM. Riset dilakukan melalui pengumpulan data primer (wawancara dan FGD dengan narasumber yang kompeten), studi dokumen (termasuk dokumen tertulis dan website, hasil online searching, dan Peraturan Perundang-undangan yang terkait). Fokus riset ditetapkan berdasarkan kajian terhadap permasalahan yang dijumpai dalam pelaksanaan komunikasi publik bidang energi sumber daya mineral.

Selain itu juga, melakukan analisis pemberitaan media massa terkait isu-isu yang dihadapi Kementerian ESDM dalam kurun waktu dua tahun kebelakang sebagai instrumen verifikasi atas data dukung yang diberikan (Dokumen Rekapitulasi Analisis dan Monitoring Media Kementerian ESDM 2015 Januari terakhir). Teknik-teknik News Value Analysis (NVA) dan News Framing Analysis (NFA) akan digunakan untuk mempertajam hasil analisis terhadap isu-isu pemberitaan di media, termasuk media online

Unit analisis dalam penelitian ini adalah unit-unit pengelola kehumasan yang terdapat di Dirjen dan Badan. Dalam FGD melibatkan praktisi media, pengamat dan akademisi untuk mendapatkan deskripsi keberadaan fungsi kehumasan secara lengkap dari berbagai sudut pandang.

### **Hasil dan pembahasan**

Proses menentukan tujuan dan sasaran public relations dalam bentuk yang terukur memiliki dua fungsi. Pertama, pemilihan tujuan serta sasaran public relations yang strategis dan dilakukan dengan hati-hati, terkait dengan pertumbuhan dan keberlangsungan hidup organisasi berfungsi untuk menjustifikasi program public relations sebagai aktivitas manajemen yang dapat terus berjalan. Kedua, spesifikasi tujuan dan sasaran public relations dalam bentuk terukur menjadikan public relations dapat dipertanggungjawabkan serta membuat berhasil atau gagalnya program menjadi objektif dan konkret. (Lattimore, 2010: 130).

Kementerian ESDM (KESDM) menghadapi dua tantangan besar menyangkut tata kelola informasi dan pelayanan publik. Kedua tantangan tersebut adalah meningkatnya proses transmisi dan

pertukaran informasi antar unit di lingkungan kementerian dan meningkatnya tekanan dari lingkungan eksternal yang menuntut tingkat partisipasi dan transparansi lebih besar dalam pengelolaan pelayanan publik. Dalam konteks seperti ini, KESDM membutuhkan suatu tata kelola informasi dan komunikasi yang mampu menjawab kedua tantangan tersebut. Fungsi organisasi Pusat Komunikasi Publik (Puskom) yang selama ini dipahami, khususnya sebagai organisasi yang mengkomunikasikan kebijakan dan program KESDM ke masyarakat dan sekaligus memfasilitasi aspirasi masyarakat kepada KESDM, perlu lebih diperkaya. Puskom perlu lebih proaktif dan membangun aliansi strategis dengan pihak-pihak eksternal dalam proses pembangunan citra dan reputasi institusi. Lebih jauh, tampaknya fungsi Puskom di lingkungan organisasi publik perlu didefinisikan.

Persoalan pertama yang dihadapi KESDM menyangkut proses kinerja komunikasi dan transmisi informasi dalam lingkup internal kelembagaan. Hal ini secara khusus terkait dengan bagaimana informasi yang tersedia pada setiap unit kerja organisasi selanjutnya dijadikan dasar bagi proses pengambilan keputusan. Semakin cepat proses pertukaran informasi di dalam jaringan internal organisasi semakin tinggi kebutuhan akan teknologi dan sumber daya manusia yang mampu mengolah informasi tersebut menjadi kebijakan publik. Tingkat ketersediaan teknologi informasi dan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan teknis menentukan sejauhmana efektifitas dan efisiensi kinerja sebuah organisasi publik.

Persoalan kedua, menyangkut meningkatnya tekanan dari lingkungan eksternal. Tekanan eksternal terhadap organisasi publik secara khusus menyangkut tingkat transparansi dan akuntabilitas lembaga. Dalam konteks ini Puskom berfungsi sebagai communication intelligence, kemampuan dalam memindai dan mengamati isu, pembicaraan publik, serta agenda setting media yang kemudian dianalisa dan disampaikan kepada para pejabat sebagai masukan strategis dan membantu proses pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan publik KESDM. Lebih jauh analisa strategis ini dapat menjadi pedoman dan pemikiran dalam merancang strategi dan program komunikasi publik yang strategis dan efektif (mengkomunikasikan kinerja KESDM) serta berkemampuan mendorong kinerja dan performa KESDM.

Berdasarkan hasil audit komunikasi publik di Kementerian ESDM, peran dan kedudukan humas hampir tidak ada secara kelembagaan di semua direktorat Kementerian ESDM, hanya sebagian kecil saja terdapat di sub bagian informasi hukum yang fungsinya melaksanakan hubungan antar lembaga. Fungsi humas lainnya terdapat di sub bagian pengelolaan informasi yang bertugas menjalankan pengelolaan informasi pada website direktorat. Sedangkan fungsi humas sebagai juru bicara direktorat dijalankan oleh pejabat eselon satu termasuk konten dan konteks pesan yang akan disampaikan kepada media maupun publik.

Dengan peran dan kedudukan humas di direktorat yang seperti ini, fungsi humas dianggap tidak penting dan hanya mencakup pekerjaan teknis yang dari waktu ke waktu dilaksanakan secara rutin. Terpilahnya sebagian kecil pekerjaan humas di masing-masing direktorat mengakibatkan adanya tumpang tindih pekerjaan dan performa komunikasi menjadi tidak terarah. Sementara peran dan fungsi Pusat Komunikasi Publik belum optimal secara kelembagaan maupun kemampuan pejabat Plt komunikasinya.

Permasalahan komunikasi di lingkungan internal dan eksternal di masing-masing direktorat tidak dikelola secara khusus. Informasi-informasi strategis hanya dikuasai oleh pejabat eselon satu dan tidak disosialisasikan serta pengelolaan informasinya tidak didelegasikan kepada Puskom maupun Humas Direktorat.

Dengan situasi dan kondisi internal yang seperti diuraikan diatas, maka kerentanan institusi menjadi tinggi, ketika ada isu atau masalah yang ramai diekspose oleh media massa maupun dibicarakan oleh publik, pejabat Puskom maupun Humas kebingungan atau tidak mengetahui dalam merespon maupun bertindak. Poin-poin yang diuraikan diatas menjadi indikasi bahwa pemahaman para pejabat publik masih sangat rendah tentang peran dan fungsi humas. Dari setiap periode kepemimpinan, peran dan fungsi tidak ada perubahan yang nyata.

Kondisi tersebut berdampak kepada kinerja dan kontribusi humas di instansi yang cenderung statis, tidak berkembang dan tidak ada kreatifitas dalam pengembangan program-program kehumasan yang dijalankan. Persoalan lainnya yaitu akses dan kewenangan yang diberikan kepada pegawai

humas juga terbatas. Kendala lain juga terkait kompetensi dari pegawai humas yang masih kurang memadai untuk menjalankan praktik humas yang benar dikarenakan masih banyak pegawai yang berlatar belakang non komunikasi dan kurangnya pelatihan-pelatihan strategis yang menunjang kinerja mereka.

#### Analisis Pemetaan Pemangku Kepentingan Kementerian ESDM

##### a) Internal

Disadari saat penelitian dilakukan, pola komunikasi secara horizontal masih terjadi koordinasi yang lemah antara Kementerian ESDM dengan lintas Kementerian / Lembaga, maupun dengan internal Kementerian ESDM. Salah satu contoh yang diungkapkan oleh pengamat diantaranya, terkait peristiwa konflik antara Menteri ESDM Sudirman Said dengan Menko Maritim Rizal Ramli dalam beberapa isu yang berkembang ; PT Freeport, tarif listrik dan sejenisnya.

Selain itu juga, di sisi internal bidang energi dan mineral, koordinasi dan sinergi belum maksimal dilakukan secara vertical ; antara lembaga yang ada dibawah koordinasi internal Kementerian ESDM, seperti Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak bidang energi. Contoh yang diungkapkan oleh pengamat yaitu terkait alokasi gas nasional, belum bisa sepenuhnya diorientasikan untuk industry dalam negeri karena mindset (pola pikir) yang kurang tepat dan kontrak jangka panjang.

Secara kelembagaan Puskom selama ini juga tidak bisa berjalan maksimal dalam menjalankan peran dan fungsinya karena ada beberapa hal yang menjadi kendala seperti tidak memiliki Kepala Puskom yang definitif; Menteri memiliki tim komunikasi non aparatur

KESDM atau selain Puskom, sehingga tidak seluruhnya pesan komunikasi disampaikan lewat lembaga tersebut; Puskom belum mampu menjembatani kepada tim komunikasi menteri non aparatur KESDM, bahwa sesungguhnya KESDM memiliki tim komunikasi dan humas yang besar; Sesungguhnya selama ini belum terlihat hasil yang maksimal dari tim komunikasi menteri non aparatur KESDM

Selama ini kebijakan KESDM sudah sesuai dengan tupoksinya, namun seringkali faktor-faktor non teknis mempengaruhi sehingga di media dan public seringkali diluar kapasitas yang seharusnya. Secara internal koordinasi puskom dengan unit kerja belum berjalan dengan baik, karena belum memberikan arahan yang jelas mengenai strategi komunikasi kementerian ESDM yang akan dilakukan. Disisi lain, Puskom selama ini lebih banyak fokus kepada aspek administrasi, padahal potensi SDM dalam bidang tersebut cukup banyak

Peran dan fungsi Puskom belum optimal baik secara kelembagaan maupun kemampuan Plt pejabat komunikasi. Misalnya terkait isu yang berkembang di bidang Kementerian ESDM selama ini lebih banyak media atau jurnalis bertanya langsung ke Dirjen / kepala unit kerja, namun jika seketika semua ‘buntu’ maka biasanya media akan meminta penjelasan ke Plt Puskom. Namun dalam beberapa kesempatan seringkali Plt Puskom tidak menguasai duduk perkara / masalah. Padahal media memiliki kepentingan memenuhi unsur cover both side dalam berita, sehingga jawaban dari Kementerian ESDM harusnya menghasilkan penjelasan yang memuaskan. Namun apa yang berkembang selama ini leb-

**Tabel1 Peran dan fungsi Puskom**

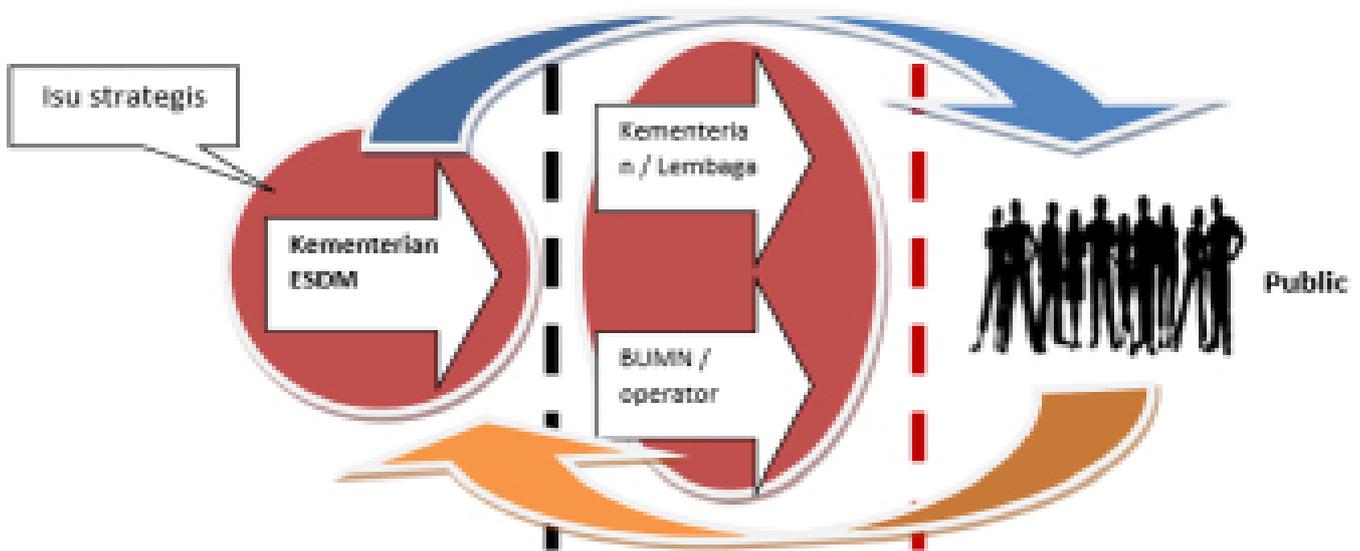
| Peran dan fungsi | Kondisi   |
|------------------|---|
| Puskom           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administratif</li> <li>• Sarana/lembaga penyebar informasi kegiatan kepada wartawan</li> <li>• Dokumentasi Menteri dan Kementerian</li> <li>• Belum memiliki Standar Operation Procedure (SOP) dalam penanganan isu strategis</li> <li>• Respon belum cepat</li> </ul> |
| Plt Puskom       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang menguasai pokok permasalahan, karena direktorat jenderal yang tersebar dan beragam tupoksinya.</li> <li>• Secara teknis sulit dihubungi setiap saat</li> </ul>  |

ih banyak justru tidak menjernihkan masalah karena jawaban tidak seperti yang diharapkan – baru tahu dari media, belum tahu dan belum ada keputusan.

Jabatan Kepala Puskom diorientasikan menjadi juru bicara utama Kementerian ESDM, namun secara struktural saat ini terkendala secara jenjang jabatan. Karena kepala puskom hanya eselon II, sehingga secara hierarkis tidak mungkin memerintah eselon I. Selain itu juga adanya permasalahan personal pejabat yang sulit dihubungi dihari-hari libur dan kondisi tertentu – krisis - oleh me-

sebuah kebijakan energi sebelum diluncurkan ke masyarakat. Sehingga seringkali sebuah kebijakan menjadi polemik dimasyarakat dan tidak aplikatif. Sebenarnya para pengamat paham kesulitan pemerintah, namun seringkali pemerintah tidak membuka ruang dialog yang konstruktif agar mendapatkan solusi terbaik. Selama ini isu-isu strategis yang muncul terkait bidang energi dan mineral di publik tidak bersumber langsung dari pemerintah, namun lebih banyak didominasi oleh pihak eksternal seperti industri dan operator. Ironisnya, justru dalam berbagai kesempatan industri nampak lebih menguasai dibanding-

**Gambar.4 Relasi Komunikasi dengan publik**



dia, karena seringkali kerja media seringkali di waktu-waktu non aktif membutuhkan informasi langsung dari pejabat bersangkutan. Berdasarkan temuan yang didapat, respon yang diterima biasanya telepon dan pesan sms / WA yang tidak dijawab dan pertemuan atau jawaban keesokan harinya. Padahal secara faktual, informasi tersebut dibutuhkan untuk melengkapi berita besok harinya

**b) Eksternal.**

Berdasarkan hasil penelitian sharing informasi kepada pemangku kepentingan seperti pengamat dan media sangat minim baik dari tingkat Kementerian maupun Unit Direktorat Jenderal. Jikapun ada hanya beberapa Dirjen saja, seperti Dirjen Ketenagalistrikan. Dalam situasi yang sama, opinion leader merasa tidak pernah diajak berkomunikasi dan diberikan pemaparan serta penjelasan oleh Kementerian ESDM terkait detail maupun konsep

kan pihak Kementerian ESDM.

Pengelolaan isu strategis secara umum nilainya masih kurang dari berbagai isu yang ada, padahal Kementerian ESDM adalah Kementerian strategis yang menguasai hajat hidup orang banyak. Selama ini tidak ada edukasi yang maksimal ke masyarakat bahwa energi disubsidi oleh pemerintah baik listrik, LPG dan bahan bakar minyak (BBM). Padahal secara faktual kebijakan tersebut merupakan isu-isu yang sangat strategis ditengah-tengah publik. Pesan Kementerian ESDM terkait subsidi energi harusnya tidak boleh hanya berfokus kepada pencabutan subsidi, namun juga pesan terkait pasokan atau stok energi nasional. Diantaranya peningkatan Energi Baru Terbarukan (EBT) harus didorong menjadi energi utama, namun selama ini terkendala di harga, investasi dan tata niaga. Harga EBT yang masih tinggi menyebabkan tidak kompetitif dibandingkan energi fosil, selain itu dalam politik energi diduga tersandera oleh mafia minyak.

Situasi tersebut menimbulkan persepsi dikalangan publik bahwa Kementerian ESDM konsistensinya masih diragukan.

Program mengedukasi dan kampanye hemat energi ke konsumen langsung (end users) hampir tidak ada selama ini. Selain itu, dalam menyampaikan informasi kepada publik masih menggunakan media-media mainstream – elektronik dan cetak -, tentu saja itu tidak sepenuhnya salah namun kini sudah berkembang media sosial yang seharusnya dapat lebih dimanfaatkan oleh pihak Kementerian ESDM. Jika diperhatikan Kementerian ESDM tidak menggunakan media sosial dengan maksimal sebagai sarana untuk menyampaikan bergaam isu-isu strategis dengan massif dan terstruktur. Media sosial sebaiknya tidak hanya sekedar menampilkan kegiatan Kementerian atau pribadi Menteri yang bersifat ‘ceremony’, namun juga dapat aktif mempengaruhi isu publik dengan program strategis dari Kementerian ESDM. Sebagai informasi, sebagian pengamat atau pemangku kepentingan saat ini cukup aktif di lini massa (media sosial). Bahkan, dalam beberapa kasus dan isu, pengamat menggunakan sosial media dalam mendorong isu yang dikelola oleh Kementerian ESDM.

Media atau jurnalis mengangkat isu di sektor ESDM berdasarkan apa yang sedang dibicara-

kan dan memiliki dampak yang luas bagi orang banyak. dalam situasi tersebut media cukup sensitive dan membutuhkan informasi dengan segera secara akurat serta terpercaya, karenanya yang dibutuhkan dari Kementerian ESDM adalah kecepatan dalam merespon isu-isu strategis. Media butuh akurasi dalam pemberitaan, karenanya narasumber dari pihak Kementerian ESDM harus tepat.

Selama ini Media mendapatkan informasi terkait kegiatan Kementerian ESDM hanya melalui jalur milis dan group wartawan yang ada di Kementerian ESDM, namun seringkali ‘gerilya’ menelepon satu persatu unit kerja (dirjen). Namun mekanisme yang dilakukan masih ‘one way communications’ tidak ‘two way communications’. Situasi ini bisa dilihat atas munculnya suatu isu media seringkali sulit saat membutuhkan konfirmasi langsung ke pihak Kementerian ESDM. Media berharap dalam mencari informasi agar tidak dilempar kesana kemari. Adapun secara khusus media online menitikberatkan informasi secara cepat. Berdasarkan monitoring media cetak, online dan elektronik selama kurun waktu 2014 2015, diperoleh angka kuantitatif pemberitaan media yang dapat dilihat pada tabel 2.

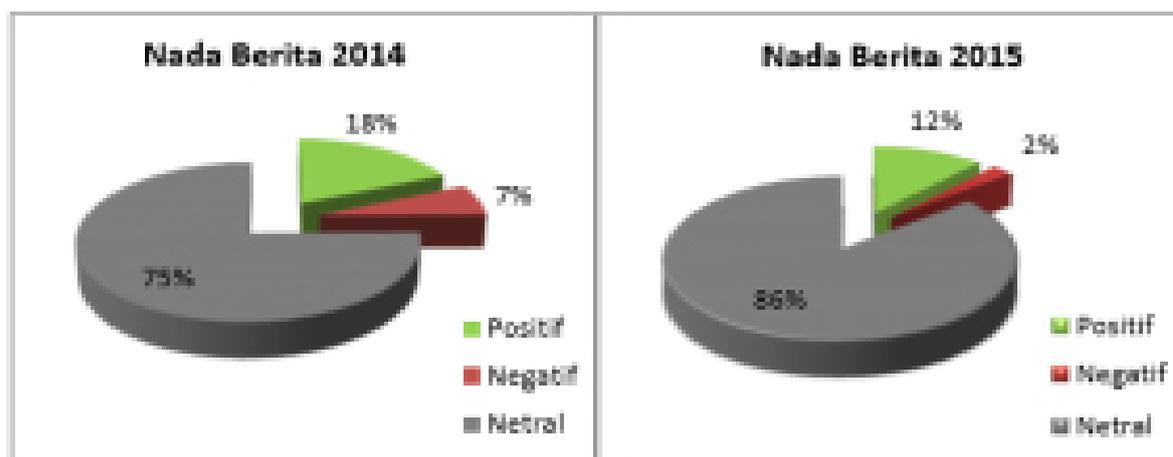
Berita netral lebih mendominasi (86%, 2015) dibandingkan berita positif dan negatif. Berita

**Tabel. 2 Tone Berita ESDM tahun 2014 – 2015**

| Tahun | Berita  |         |        |
|-------|---------|---------|--------|
|       | Positif | Negatif | Netral |
| 2015* | 5.407   | 1.042   | 39.349 |
| 2014  | 4.281   | 1.534   | 17.579 |

\*2015: Hasil Monitoring Bulan Januari s/d November 2015

**Grafik 1. Grafik Tone Berita tahun 2014-2015**



negatif muncul terkait isu pencabutan subsidi BBM, kenaikan TDL, kontroversi Proyek Listrik 35.000 megawatt, renegotiasi kontrak karya Freeport, serta beberapa kasus korupsi yang melibatkan mantan menteri ESDM dan sejumlah pejabat KESDM. Sekalipun jumlahnya sangat kecil (2%) namun hendaknya ini tetap menjadi perhatian Pus. Perlu strategi dan antisipasi agar berita-berita negatif ini tidak berkembang menjadi sebuah krisis.

Sementara hasil pemberitaan positif 12% ini merupakan hasil yang kurang memuaskan bagi departemen sebesar KESDM. Hal ini menunjukkan bahwa program-program KESDM belum tersosialisasikan dengan baik. Idealnya berita positif harus lebih banyak daripada berita netral. Bukan sebaliknya.

Berdasarkan data Monitoring Media, penelitian juga memperoleh beberapa isu dan topik yang paling banyak diangkat oleh media, bisa dilihat pada tabel 3.

Penelitian ini juga menemukan beberapa isu strategis yang menjadi perhatian di bidang Energi dan Sumber Daya Mineral berdasarkan perhatian pihak eksternal (media dan pengamat) diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Program pembangkit listrik 35.000 MW, Kebutuhan energi primer PLN harusnya sudah sejak lama bisa dibahas dan dikoordinasikan langsung dengan Perusahaan Gas Negara (PGN), PT Bukit asam atau Pertamina. Bukan seperti saat ini dimana berjalan

masing-masing antar BUMN, dikarenakan Menteri ESDM tidak dapat memberikan arahan dan koordinasi yang tepat. Pembangkit yang akan dibangun oleh swasta terkait proyek 35000 MW, hampir sebesar 30.000 MW. Situasi ini tentu saja membutuhkan pasokan energi yang besar, jika tidak berbasis kepada produksi dalam negeri maka terbuka proyek ini kemungkinan akan dipenuhi dengan cara mengimpor LNG.

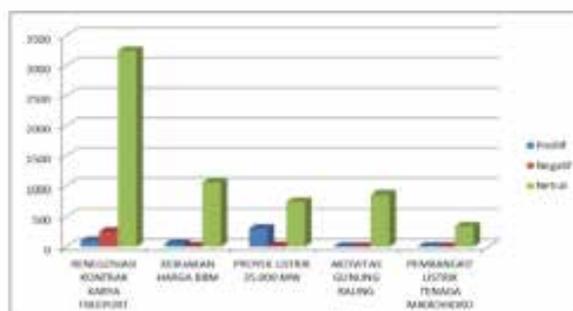
2. Ketahanan Energi, pengelolaan industri energi harus berbasis kepada perusahaan nasional / BUMN, karenanya Kementerian ESDM perlu melindungi bisnis BUMN disertai dengan pengembangan lapangan (migas) di dalam negeri. Ada upaya dari lembaga internasional dan Negara lain seperti IDB, Jepang, dan para produsen shell gas untuk mendorong pembukaan system distribusi produk LNG nasional, hal itu akan menyebabkan; BUMN akan kehilangan bisnis dan lapangan gas nasional tidak bisa berkembang. yang pada akhirnya akan membuat kebutuhan nasional akan impor, sehingga secara ketahanan energi akan semakin rapuh.

3. Produksi Gas, terjadi over supply terkait produksi shell gas dari Negara Australia, USA dll yang hanya akan membuat Indonesia jadi pasar, jikapun mekanisme itu dimungkinkan maka secara operasional harus melalui BUMN. Tidak mendukung adanya open market (open access) dan lebih berusaha mengembangkan produksi dalam negeri. Paradigma gas sebagai komoditas telah berubah, saat ini berubah menjadi paradigma

Tabel 3. Isu/Topik yang Paling Banyak Diangkat oleh Media Periode: Juni s/d November 2015

| Unit    | Topik                                | Positif | Negatif | Netral | Jumlah |
|---------|--------------------------------------|---------|---------|--------|--------|
| Minerba | RENEGOSIASI KONTRAK KARYA FREEPORT   | 98      | 251     | 3244   | 3593   |
| Migas   | KEBIJAKAN HARGA BBM                  | 50      | 8       | 1052   | 1110   |
| Listrik | PROYEK LISTRIK 35.000 MW             | 303     | 13      | 747    | 1063   |
| Geologi | AKTIVITAS GUNUNG RAUNG               | 0       | 0       | 859    | 859    |
| EBTKE   | PEMBANGKIT LISTRIK TENAGA MIKROHIDRO | 2       | 1       | 340    | 343    |

Grafik 2. Isu/Topik yang Paling Banyak Diangkat oleh Media Periode: Juni s/d November 2015



sebagai modal pembangunan. ditindaklanjuti dengan langkah strategis antar Kementerian, karenanya Kementerian ESDM harus concern dengan hal tersebut. Koordinasi Kemenkeu, KESDM dan BUMN harus solid dengan baik.

4. Pengelolaan Energi Primer, tata kelola gas prinsipnya harus sesuai UUD 1945 pasal 33 bahwa hak monopoli natural (nature monopoly) dapat dilakukan BUMN, karena idealnya tidak mungkin menyerahkan proyek migas kepada pihak swasta yang lebih senang membangun infrastruktur migas di daerah padat. Infrastruktur energi hanya akan lebih baik terbangun pengelolaannya berbasis Badan Usaha Milik Negara (BUMN) agar terjadi cross subsidi.

### **Rekomendasi dan Saran**

Berdasarkan hasil audit komunikasi secara menyeluruh maka dapat disimpulkan bahwa Praktik komunikasi publik yang sudah dilakukan oleh Kementerian ESDM sifatnya masih satu arah dan indikator pencapaiannya program yaitu sudah terlaksana. Ini merupakan paradigma lama yang perlu dirubah dan memerlukan transformasi komunikasi yang menyeluruh. Peran dan fungsi komunikasi/kehumasan di Kementerian ESDM diapresiasi begitu rendah dan dianggap bagian yang tidak penting, faktor ini dikarenakan pemahaman pejabat struktural yang kurang memahami arti penting humas bagi institusi.

Kondisi tersebut berdampak kepada kinerja dan kontribusi humas di KESDM yang cenderung statis, tidak berkembang dan tidak ada kreatifitas dalam pengembangan program-program kehumasan yang dijalankan. Persoalan lainnya yaitu akses dan kewenangan yang diberikan kepada pegawai humas juga terbatas. Kendala lain juga terkait kompetensi dari pegawai humas yang masih kurang memadai untuk menjalankan praktik humas yang benar dikarenakan masih banyak pegawai yang berlatar belakang non komunikasi dan kurangnya pelatihan-pelatihan strategis yang menunjang kinerja mereka.

Meminta puskom lebih aktif dalam berinisiatif mengcounter sebuah isu yang terkait minerba dan memberikan kewenangan untuk menangani manajemen isu dan krisis. Puskom harus memiliki kemampuan mengalihkan isu dan meng-counter dengan memberitakan berbagai capaian prestasi dirjen minerba khususnya dan kementerian ESDM

pada umumnya. Sehingga sebaiknya, personil puskom harus punya kapasitas dan kredibilitas agar memiliki akses secara vertical dan horizontal, karenanya harus mampu menarik perhatian pimpinan. Dalam menanggapi renegotiasi atau kontrak karya sebaiknya pejabat tertinggi yang menangani, menteri di internal dan menko di tingkat eksternal. Belajar dari periode sebelumnya yang cukup baik dalam kasus renegotiasi, bahkan dalam satu kasus Menko yang menandatangani kontrak tersebut. Tim komunikasi menteri non aparatur lebih baik mengurus kegiatan komunikasi yang berkaitan isu politik saja, sedangkan Puskom lebih kepada core competence Kementerian ESDM. Kriteria Kapuskom yang dapat memimpin puskom sebaiknya memiliki latar belakang wartawan senior, dengan kapasitas kemampuan sosiologis yang baik. Mengingat industri ESDM banyak bergerak di pelosok dan butuh pendekatan non teknis.

Perlu pendekatan komunikasi non media seperti melakukan special event, strategic alliance dan lainnya, dibandingkan hanya bertumpu kepada kegiatan-kegiatan yang berorientasi kepada media massa saja. Proses media monitoring dan analisis pemberitaan media perlu diperkuat dengan News Value Analysis (NVA), bukan hanya memilah nada pemberitaan (tone) berita positif, netral, dan negatif untuk memperkuat perspektif dan sudut pandang pemberitaan (angle), khususnya agar aspek nilai berita yang menyentuh sisi kemanusiaan (human interest) dan kedekatan dengan permasalahan masyarakat (proximity) ditonjolkan, seperti dampak energi terhadap peningkatan kualitas kehidupan di pedesaan maupun perkotaan, turut memajukan pertanian, UMKM hingga usaha besar dan industri. Aspek-aspek yang selama ini menjadi nilai berita bagi para jurnalis seperti significance dan prominence.

### **Daftar Pustaka**

- Bungin dan Mohammed, 2015 "Audit Komunikasi; pendekatan dan metode Asesmen sistem informasi komunikasi dalam organisasi" Jakarta, Kencana.
- Cresswell, John W. 2010. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Yogyakarta Pustaka Pelajar.
- Lattimore, dkk. 2010. Public Relations: Profesi dan Praktik. Jakarta : Salemba Humanika.

Oliver, Sandra. 2006. Strategi Public Relations. Jakarta : Erlangga

Patton, MQ. 2009. Metode Evaluasi Kualitatif. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Pawito. 2008. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara

Simone Mariconda & Francesco Lurati, 2014 “Introducing Cross-Impact Analysis as a Methodology to Understand Stakeholders’ Reciprocal Influences,” IPRRC Proceeding.

Smith, D. Ronald. 2005. Strategic Planning for Public Relations. Second Edition.

Strategic consultant. 2015. “Media Monitoring dan Analisis Kementerian ESDM” Jakarta; Strategic.