

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dunia ini terdapat jutaan wanita dan pria yang bekerja dalam bidang komunikasi untuk mewakili perusahaan atau organisasi. Mereka dapat berperan sebagai manajer penasehat, mengelola program komunikasi di dalam perusahaan, menulis, mendesain publikasi, melakukan riset, melakukan komunikasi interpersonal, dan banyak lagi. Pekerjaan-pekerjaan itulah yang sehari-hari dihadapi oleh para praktisi *Public Relations* (PR). Para praktisi PR diharuskan untuk membuat sebuah rancangan program yang dapat menguntungkan perusahaan atau organisasi tempat dia bekerja.

Menurut Grunig dan Hunt dalam Grunig (1992 : 4) PR memiliki fungsi manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Definisi ini menjelaskan pengertian yang lebih luas mengenai PR, bahwa PR memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekedar teknisi komunikasi dan melakukan publisitas saja. PR dan manajemen komunikasi haruslah mencakup perencanaan program, eksekusi program, dan evaluasi baik dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Sehingga dengan demikian seorang praktisi PR dapat mengukur sejauh mana program yang dia jalankan berhasil atau tidak. Seorang PR yang profesional tentu saja dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan di mana dia bekerja dan kemudian dapat memberikan

kemajuan bagi perusahaannya tersebut. Seorang senior PR haruslah seseorang yang memiliki kemampuan manajemen yang memadai, memiliki kekuasaan dalam organisasi, dan memiliki pandangan yang simetris untuk membuat organisasi lebih efektif.

Pada pertengahan tahun 1980-an, para pengajar PR dan peneliti memberikan sebuah fakta bahwa semakin banyak wanita yang mulai berperan dalam dunia PR. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Broom dan Dozier pada tahun 1986 menyatakan bahwa wanita yang bekerja di ranah PR masih berperan sebagai teknisi. Meskipun pada kenyataannya profesi PR tidak hanya sekedar pada taraf teknisi melainkan yang paling penting adalah taraf manajerial. Penelitian yang dilakukan oleh Broom dan Dozier ini kemudian mencuatkan isu mengenai gender dalam PR, terutama mengenai peran di dalam organisasi. Pada tahun 1982 Dozier menemukan fakta bahwa pria lebih dipercaya untuk berada dalam taraf manajerial dibandingkan dengan wanita yang masih dipercaya untuk berperan sebagai teknisi PR.

Sementara itu, pada tahun 1985, Scrimger mengemukakan bahwa praktisi PR wanita di Kanada hanya berperan sebagai bawahan laki-laki yang berada pada taraf manajerial. Dengan demikian, hanya sedikit saja wanita yang mampu menduduki posisi manajerial. Hal ini tentu saja mempengaruhi pendapatan dan terjadilah ketimpangan pendapatan antara praktisi PR wanita dan pria (tentu saja praktisi PR pria memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan praktisi PR wanita).

Dengan melihat hasil riset pada pertengahan tahun 80-an mengenai wanita dan PR, berkembanglah sebuah paradigma mengenai feminisme dalam praktik PR. Tetapi sebelum penulis membahas lebih jauh mengenai feminisme dalam dunia praktik PR, ada baiknya jika penulis memberikan gambaran mengenai feminisme itu sendiri terutama jika dikaitkan dengan PR. Karena hal inilah yang pada dasarnya melandasi penulis untuk membuat penelitian mengenai konsep profesionalisme menurut perspektif gender.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam dunia kerja, PR dalam hal ini sangat sering kita jumpai peran wanita yang masih terbatas pada subordinasi. Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa mayoritas pria menduduki jabatan manajerial, sementara wanita masih berada dalam taraf teknis. Para kaum feminis memberi perhatian pada upaya memahami ketidaksetaraan yang mendasar antara laki-laki dan perempuan, juga pada analisis terhadap kekuasaan laki-laki atas perempuan. Dasar pemikirannya adalah dominasi laki-laki yang berasal dari tatanan sosial, ekonomi, dan politik. Model ini kemudian memunculkan konsep pada kondisi material kehidupan perempuan dan proses ideologis yang mengesahkan dan turut melanggengkan subordinasi perempuan.

Para kaum feminis Marxis radikal berpendapat bahwa kondisi ini semakin berjaya akibat adanya patriarki yang sangat kental dalam kehidupan sosial, mulai dari ranah domestik hingga lingkungan kerja. Dominasi laki-laki dalam kerangka eksploitasi kerja dapat dikaitkan dengan subordinasi perempuan. Proses yang demikian dapat mengakibatkan kapitalisme pada masyarakat modern dengan

menggunakan kedok budaya patriarkal. Bentuk analisis ini didasarkan pada dua aspek dalam situasi ekonomi perempuan. Pertama, posisi perempuan dalam pasar tenaga kerja berbeda dari laki-laki, perempuan cenderung dibayar lebih rendah, terpusat dalam jenis pekerjaan yang lebih terbatas, lebih cenderung dipekerjakan tidak terus-menerus dibanding laki-laki, dan sering kali dipekerjakan paruh waktu. Kedua, di samping kerja yang dibayar, perempuan umumnya juga terlibat dalam pekerjaan domestik yang tidak dibayar di rumah. Jika perempuan dipekerjakan karena tenaga mereka bisa dibayar lebih murah dibanding laki-laki, mengapa mereka tidak selalu dipekerjakan sebagai pengganti laki-laki? Perempuan barang kali adalah tenaga kerja yang fleksibel, namun fleksibilitas tersebut tidak digunakan dengan cara sedemikian rupa hingga mereka menjadi pengganti potensial bagi tenaga kerja laki-laki. Pada kenyataannya di dunia kerja perempuan jarang melakukan pekerjaan yang sama dengan laki-laki. Sebaliknya mereka dipekerjakan dalam jenis pekerjaan yang berbeda.

Patriarkat yang sangat kental dalam sebuah organisasi akan semakin menguatkan kontrol lelaki terhadap perempuan. Secara tidak langsung, hal ini akan memperkuat anggapan bahwa lelaki lebih dianggap dapat memberikan keputusan daripada perempuan. Lelaki lebih layak berada dalam jajaran manajerial karena mereka lebih profesional daripada wanita. Budaya patriarki telah bekerja keras untuk meyakinkan bahwa “feminitas” menjadikan perempuan lebih lembut, penyayang, sensitif, dan intuitif dibandingkan laki-laki. Inilah yang menghilangkan kesempatan bagi perempuan untuk lebih mengembangkan segala potensi yang ada dalam dirinya,

termasuk ketika dia harus menjadi “*decision maker*” pada sebuah jajaran manajerial. Delphy dalam Jackson dan Jones (2009 : 31) mengungkapkan bahwa perkembangan kapitalisme dalam dunia kerja yang berciri patriarkal memiliki dampak terhadap perbedaan gender. Selama abad ke-19 misalnya, laki-laki kelas pekerja yang terorganisasi menggunakan posisi sosial mereka yang menguntungkan untuk mencegah perempuan masuk ke dalam jenis-jenis pekerjaan yang membutuhkan keterampilan dan berupah layak serta memarginalkan mereka dalam pasar tenaga kerja.

Namun sebelumnya, Carol Pateman (1988) dan Joan Acker (1990) telah menyatakan bahwa seseorang yang berada pada ranah ketenagakerjaan bisa berada dalam konteks pembagian kerja berdasar gender. Artinya, seorang pekerja mengandaikan dirinya adalah laki-laki yang punya seorang perempuan (seorang istri) untuk mengurus kebutuhannya sehari-hari. Dalam pengertian ini, baik Acker dan Pateman hendak menunjukkan bahwa perempuan tidak pernah menjadi pekerja dengan cara yang sama seperti laki-laki karena mereka tidak bebas untuk menukarkan kerja mereka dalam kerangka yang sama seperti laki-laki. Hal inilah yang kemudian menjadi alasan mengapa sebagian besar perempuan dapat memperoleh kerja upahan hanya dalam sedikit pekerjaan yang berstatus rendah dan berupah kecil, di mana mereka bekerja bersama perempuan lain dan dikelola oleh laki-laki. Tampaklah bahwa perempuan bahkan sama sekali tidak memiliki kesempatan menjadi pekerja di pasar tenaga kerja. Laki-lakilah, bukannya perempuan yang dapat mencapai status

pekerja individualis dan dapat menciptakan sumber daya baru dalam pasar tenaga kerja sebagai akibat dari proses ini.

Dengan demikian, yurisprudensi bagi perempuan dalam dunia kerja adalah mereka tidak memiliki kesetaraan dengan kaum laki-laki. Ketidaksetaraan dilihat bukan hanya sebagai soal perbedaan namun sebagai soal pembagian kekuasaan yang tidak setara. Gender merupakan persoalan dominasi, bukan perbedaan. Perbedaannya adalah bahwa laki-laki memiliki kekuasaan, sementara perempuan tidak.

Foss dan Foss dalam Heath (2001 : 138) menjelaskan bahwa dengan adanya studi mengenai feminisme dalam PR, dengan demikian mengharuskan PRperempuan memiliki persepsi, pengertian, dan pengalaman yang memadai sehingga dapat menganalisis permasalahan yang ada. Namun demikian, perempuan masih dianggap kurang memiliki kemampuan berkomunikasi dan manajerial yang baik.

Survey yang dilakukan oleh *Public Relations Journal* pada tahun 1987 mengungkapkan bahwa banyaknya pengalaman dan usia telah membuat pria lebih difavoritkan untuk menduduki posisi manajer dalam sebuah organisasi dibandingkan perempuan. Fakta ini juga diperkuat dengan temuan data yang menyebutkan bahwa 75% praktisi PRwanita hanya memiliki 5 tahun pengalaman kerja. Sementara 75% lebih praktisi PRpria telah memiliki pengalaman kerja lebih dari 20 tahun.

Pada tahun 1986, IABC menyponsori studi “*Velvet Ghetto*” untuk mengukur dampak dari feminisasi dalam bidang komunikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa wanita merasa lebih berperan sebagai teknisi daripada manajer. Selain itu, pendapatan yang mereka dapatkan lebih rendah jika dibandingkan pria yang berada dalam jajaran

manajerial. Meskipun pada kenyataannya, baik pria maupun wanita memiliki pengalaman kerja dan tingkat profesional yang sama. Para praktisi PR kemudian memberikan perhatian mereka kepada pentingnya rasa saling pengertian untuk dapat menaklukkan ketidakadilan gender yang dihadapi oleh wanita di dalam dunia kerja PR.

Di luar itu semua, isu mengenai kekuasaan menjadi sebuah momok bagi para wanita dalam dunia kerja. Ketika sebuah organisasi atau perusahaan sudah memiliki budaya patriarkal, di mana pengambilan keputusan sepenuhnya berada di tangan laki-laki, maka hal ini akan menyulitkan praktisi PR perempuan untuk semakin berkembang. Mereka tidak akan mendapatkan kesempatan untuk mengutarakan apa yang ada di dalam pemikiran mereka. Wanita tidak dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan dan dengan demikian, peran mereka hanyalah tinggal mendengarkan perintah atasan saja. Keadaan inilah yang dapat menghambat jenjang karir mereka dalam sebuah organisasi.

Kondisi patriarkal yang demikian, juga penulis temui pada PR Division PT Astra International Tbk. Dimana laki-laki mendominasi pada taraf manajerial, seperti *Chief of Corporate Communication*, *PR Manager*, dan *Departement Head*. Sementara para wanita lebih berada dalam taraf teknis sebagai staff dari masing-masing divisi. Dominasi pria terletak pada level yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan wanita. Subordinasi yang demikian sangat tampak pada PR Division yang ada di PT Astra International Tbk.

Keseharian kegiatan dan kontribusi dari seorang PR dapat menentukan sejauh mana peran dan posisinya dalam sebuah organisasi. Jika dikaitkan dengan feminisme

khususnya budaya patriarkal yang ada di PRDivision PT Astra International Tbk, hal ini dapat dilihat ketika masing-masing personal (pria dan wanita) menjalankan peran dan posisinya. Ingat, laki-laki lebih berperan sebagai manajer, pengambil keputusan, dan *dominant coalition*. Sementara perempuan berada pada taraf teknisi yang memungkinkan adanya pembatasan peran dalam lingkup kerja profesionalnya.

Hal penting yang harus diperhatikan adalah bahwa dalam usaha untuk menjalankan peran dalam profesinya ditentukan juga dari organisasi tempat ia bekerja. Hal ini berangkat dari asumsi bahwa tidak mungkin seorang praktisi dapat menjalankan peran dan posisi profesinya dengan baik bila organisasi tidak menciptakan kondisi, atmosfer, dan manajemen yang mendukung para praktisinya untuk menjadi seorang yang dapat mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya. Setiap organisasi tentu memiliki karakteristiknya masing-masing. Karakteristik tersebut dapat dilihat dari kepemilikan, bidang usaha, produk yang dihasilkan, dan lain-lain.

Demikian juga halnya dengan peran dan posisi praktisi PR yang ada di Divisi PRPT Astra International Tbk. Kondisi manajemen yang memiliki budaya patriarkal juga dapat mempengaruhi usaha masing-masing praktisi untuk menjadi profesional.

Penelitian ini terinspirasi dari kondisi yang ada pada Divisi PRPT Astra International Tbk dan penulis kaitkan pada peran dan posisi PR. Tentu saja kaca mata gender dalam hal ini feminisme menjadi dasar bagi penulis untuk membedah fenomena ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan di atas, maka penulis merumuskan sebuah permasalahan, yaitu bagaimanakah konsep peran dan posisi *Public Relations* dalam perspektif gender (studi kasus pada Praktisi PRPT Astra International Tbk)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan, menganalisis, dan mengkritisi konsep peran dan posisi *Public Relations* dalam perspektif gender pada Praktisi PR PT. Astra International Tbk.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

D.1 Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi yang bergerak di bidang kehumasan yang berkaitan dengan peran dan posisi praktisi PR dalam perspektif gender, terutama dari kacamata feminisme.

D.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai konsep PR yang ada dalam dunia profesional praktisi. Selain itu dapat memberikan

masukannya kepada PT. Astra International Tbk mengenai konsep PR yang selama ini diimplementasikan pada perusahaan.

E. Kerangka Teori

E.1 *Standpoint Theory*

E.1.1 Sejarah *Standpoint Theory*

Meskipun para peneliti dalam bidang komunikasi menggunakan *Standpoint Theory* untuk menganalisis perilaku komunikasi dalam masyarakat, namun perjalanan dari penemuan teori ini sangatlah panjang. Teori ini dikembangkan oleh Nancy Hartsock. *Standpoint Theory* berawal pada tahun 1807, ketika filsuf Jerman Georg Wilhelm Friedrich Hegel mulai mendiskusikan mengenai hubungan antara tuan dan budak yang menyebabkan perbedaan sudut pandang pada masing-masing peran. Hegel menuliskan bahwa meskipun budak dan tuan tinggal pada lingkungan yang sama, namun pengetahuan mereka akan lingkungan tersebut sangatlah berbeda. Perbedaan ini disebabkan oleh posisi mereka di dalam sosial yang memang sudah berbeda. Hegel berpendapat bahwa akan ada perbedaan pandangan dalam menyikapi kehidupan sosial tersebut. Masing-masing kelompok sosial memiliki pandangan tersendiri terhadap realitas sosial yang ada ketika itu. Karl Marx juga membenarkan bahwa posisi para pekerja dapat membentuk cara berpikir mereka dan menentukan

kekayaan intelektual yang mereka miliki. Hal ini berkaitan dengan kesempatan para pekerja untuk mengakses pengetahuan.

Nancy Hartsock menggunakan ide-ide dari Hegel dan Karl Marx untuk kemudian mengadaptasi *Standpoint Theory* untuk menguji hubungan antara wanita dan pria. Dengan ide inilah pada tahun 1983, Hartsock mempublikasikan “ *The Feminist Standpoint : Developing the Ground for a Specially Feminist Historical Materialism.*” Hartsock tertarik dengan debat mengenai feminisme dan Marxisme yang berkembang pada tahun 1970 dan awal 1980. Debat ini terfokus pada ketiadaan isu-isu perempuan pada teori-teori Marxis. Ketertarikan Hartsock adalah pada upaya untuk menghadirkan wanita pada teori Marx dan untuk membentuk teori feminis-Marxis.

Hartsock mengembangkan teori yang dibuat oleh Marx. Jadi tidak hanya melihat peran pria dan kapitalisme saja melainkan juga mengaitkan semua aktivitas manusia. Hartsock berfokus pada klaim Marx yang menyatakan bahwa pandangan yang benar terhadap kelas sosial berasal dari salah satu posisi mayoritas yang ada dalam masyarakat. Hartsock mengamati bahwa Marx mengembangkan kritik terhadap struktur kelas. Sementara Hartsock berpendapat bahwa Marx lebih mengkritik hubungan antar kelas daripada kapitalisme. Hal ini dapat membantu Hartsock dalam menelaah feminisme.

Hartsock mengaplikasikan konsep yang dikemukakan oleh Hegel mengenai tuan dan budak dan juga gagasan Marx mengenai kelas dan kapitalisme terhadap isu seks dan gender. Orang kemudian lebih menggunakan istilah “*Standpoint Theory*” daripada “*Feminist Standpoint Theory*”. Ini dikarenakan tidak terdapat konsensus mengenai arti “feminis” itu sendiri. Banyak peneliti yang membuat definisi-definisi mengenai “feminis”. Namun demikian, Hartsock memiliki definisinya sendiri. Menurut Hartsock feminisme fokus pada posisi sosial wanita dan keinginan untuk mengakhiri penindasan berdasarkan gender (Hartsock, 2007:500).

Menurut Hallstein (2003:3) mengemukakan bahwa *Standpoint Theory* menyoroti hubungan antara kekuasaan dan pengetahuan. Dengan demikian, *Standpoint Theory* hendak memberikan pemahaman yang lebih baik dan komitmen pada gagasan bahwa pengetahuan selalu dikaitkan dengan kekuasaan dan politik. Sebagai konsekuensinya, dasar dari prinsip *Standpoint Theory* adalah bahwa pengetahuan selalu muncul pada lokasi sosial dan dibentuk oleh hubungan kekuasaan.

E.1.2 Asumsi *Standpoint Theory*

Menurut Saltzman Chafetz (1997) ada empat karakter teori feminis :

1. Seks atau gender menjadi fokus utama pada teori

2. Hubungan antara gender atau seks dilihat sebagai hal yang meragukan, oleh karenanya teori digunakan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana seks atau gender dikaitkan dengan ketidakadilan dan kontradiksi.
3. Hubungan antara seks atau gender selalu berubah
4. Teori feminis dapat digunakan untuk menantang *status quo* ketika *status quo* merendahkan derajat wanita.

Sebagai tambahannya, konseptualisasi *Standpoint Theory* menurut Hartsock (2007:502), ada lima asumsi spesifik mengenai asal dari kehidupan sosial :

1. Kehidupan material (atau posisi kelas) membentuk dan membatasi pemahaman mengenai hubungan sosial.
2. Ketika kehidupan material dibentuk untuk dua kelompok dengan menggunakan dua hal yang bertolak belakang, maka pemahaman pada masing-masing pihak juga akan saling bertolak belakang. Ketika ada kelompok dominan dan subordinat, maka pemahaman pada kelompok dominan akan berat sebelah dan membahayakan.
3. Pandangan pada kelompok yang memiliki kuasa akan membentuk hubungan material di mana semua kelompok dipaksa untuk berpartisipasi.
4. Pandangan yang ada pada kelompok yang tertindas mewakili upaya dan penghargaan.

5. Pemahaman potensial pada pihak yang tertindas (*standpoint*) dapat menunjukkan kekejaman hubungan yang sudah berlangsung di antara kelompok-kelompok. Keadaan ini dapat mendorong kita untuk maju dan menciptakan kehidupan yang lebih adil.

Asumsi pertama memberikan gagasan bahwa lokasi individu pada struktur kelas dapat membentuk dan membatasi pemahaman mereka mengenai hubungan sosial. Asumsi kedua, *Standpoint Theory* berpendapat bahwa semua sudut pandang adalah memihak, namun kelompok superior dapat merugikan mereka yang berada pada posisi subordinat. Poin ini kemudian mengantarkan kita pada asumsi yang ketiga yang menyatakan bahwa kelompok superior dapat menyusun kehidupan untuk menghilangkan pilihan-pilihan dari kelompok subordinat.

“Truth is, to a large extent, what the dominant groups can make true; history is always written by winners. Further, the ruling class promotes propaganda that describes the market as beneficial and virtuous.” (Hartsock, 1997:96)

Sementara asumsi ke-empat menyatakan bahwa kelompok subordinat harus mengupayakan dengan keras untuk menyuarakan pandangan mereka pada kehidupan sosial. Asumsi ini menggiring kita pada asumsi akhir yang membenarkan bahwa upaya ini akan menghasilkan pandangan yang lebih jelas dan akurat pada kelompok subordinat yang mengalami tekanan oleh kelompok superior. Dengan pandangan ini, kelompok subordinat dapat melihat kekejaman dalam urutan orde sosial dan menuntut akan perbaikan dunia. Serangkaian asumsi ini mendorong kita pada kesimpulan bahwa meskipun semua sudut pandang memiliki keberpihakan, sudut

pandang pada kelompok yang tertindas dapat menjadi perhatian bagi kelompok yang mendominasi.

Konsepsi *Standpoint Theory* juga dapat mewujudkan sebuah epistemologi atau cara untuk mengetahui, dan juga ontologi atau kepercayaan akan sesuatu hal yang layak untuk diketahui. Epistemologi dan ontologi dari *Standpoint Theory* juga didasarkan pada asumsi-asumsi di bawah ini :

1. Semua pengetahuan merupakan produk dari aktivitas sosial dan dengan demikian ilmu pengetahuan bersifat objektif.
2. Kondisi budaya yang mengelilingi kehidupan wanita akan menghasilkan pengalaman dan pemahaman yang secara rutin berbeda dengan apa yang dialami oleh pria. Perbedaan pemahaman ini sering menimbulkan perbedaan pola komunikasi.
3. Pemahaman terhadap perbedaan-perbedaan pengalaman wanita akan menjadi sangat bermanfaat.
4. Kita hanya dapat mengetahui pengalaman wanita dengan cara menghadiri interpretasi wanita akan pengalaman mereka.

Asumsi-asumsi epistemologi dan ontologi memaparkan mengenai dua hal. Kedua hal itu adalah apa yang layak untuk dikaji dan bagaimana jika kita memulai untuk mengkajinya. Pernyataan yang pertama, pengetahuan bukanlah konsep yang objektif tetapi dibentuk secara subjektif dari mereka yang

mengetahuinya. Asumsi ini membuka kesempatan pada berbagai konsep kebenaran yang menjadi inti dari *Standpoint Theory*.

Asumsi kedua menitikkan pada perbedaan lokasi sosial di mana pria dan wanita tinggal. Debbie Dougherty (2001: 372) mengungkapkan bahwa ketika muncul disfungsi pada pelecehan seksual, maka hal ini dapat menimbulkan fungsi pada pria. Dougherty menyimpulkan bahwa perbedaan lokasi sosial pada pria dan wanita membentuk reaksi pria dan wanita terhadap pelecehan seksual. Dougherty juga memberikan gambaran bagaimana manajer dapat menggunakan informasi ini untuk mengembangkan *workshop* yang menunjukkan bahwa fungsi tersebut dapat memuaskan pria tanpa menekan wanita di dalam organisasi.

Asumsi ketiga berkaitan dengan ontologi atau apa yang layak untuk diketahui. Asumsi ini menempatkan orang-orang yang termarginalkan (dalam hal ini wanita) pada posisi awal untuk dijadikan teori dan penelitian. Ini membuat *Standpoint Theory* menjadi feminis dan sedikit banyak menggantikan sudut pandang kaum yang mendominasi dengan sudut pandang dari kelompok yang tidak *mainstream*. Sandra Harding (1991 : 269) menambahkan bahwa yang menjadi dasar pada *Standpoint Theory* bukan terletak pada pengalaman wanita, melainkan pandangan dari kehidupan wanita. Perspektif dari kelompok yang termarginalkan dapat menjadi awal untuk memulai cara berpikir kita.

Pada akhirnya, *Standpoint Theory* berangkat dari sebuah epistemologi. Cara untuk mencapai sentimen yang dikemukakan oleh Harding adalah dengan cara melihat bagaimana wanita berbicara dan menginterpretasikan pengalaman mereka.

Dalam penyelidikan ini, peneliti dalam *Standpoint Theory* hendak memulai dari pihak yang termarjinalkan dan fokus pada cerita dan interpretasi mereka.

E.1.3 Kunci Konsep *Standpoint Theory*

Teori ini bersandar pada tiga kunci konsep, yaitu sudut pandang, *situated knowledge*, dan *sexual division of labor*.

1. Sudut pandang (*standpoint*)

Sudut pandang atau *standpoint* merupakan posisi yang diperoleh berdasarkan lokasi sosial yang mempengaruhi aspek interpretasi pada kehidupan seseorang. Menurut Hartsock (1998:107) “*a standpoint is not simply an interested position (interpreted as bias) but is interested in the sense of being engaged.*” Sebuah perspektif dibentuk dari pengalaman-pengalaman yang terstruktur oleh posisi seseorang dalam hierarki sosial. Sebuah perspektif dapat menggiring pada pencapaian sudut pandang namun hanya melalui usaha. Sudut pandang dapat diperoleh setelah melalui pemikiran, interaksi, dan usaha. Sudut pandang harus selalu dicari secara

aktif, sudut pandang dimiliki oleh mereka yang telah mengalami penindasan. Sudut pandang diperoleh melalui pengalaman penindasan, perjanjian, refleksi dan pengenalan dari implikasi politik dari semua pengalaman-pengalaman tersebut.

Lebih jauh, sudut pandang tidak dapat lepas dari konteks sosial dan politik. Sandra Harding (1991:276) menyatakan bahwa sudut pandang dapat menjadi penengah pada lingkungan sosial. Hal ini karena sudut pandang ditentukan oleh lokasi sosial yang spesifik, mereka memihak, atau tidak sempurna. Kejelasan pandangan ini juga menganjurkan bahwa posisi yang berada lebih rendah pada hierarki menguasai ketelitian yang paling besar pada sudut pandang mereka. Di mana ketelitian (akurasi) merujuk kepada kemampuan untuk melebihi batas dari pandangan parsial dan melihat di luar lokasi spesifik seseorang.

2. *Situated Knowledge*

Situated knowledge merupakan pengetahuan seseorang yang didasarkan pada konteks dan keadaan. Pengetahuan dipandang sebagai sesuatu yang banyak dan terletak di dalam pengalaman. Dengan demikian, apa yang dipelajari oleh seseorang didapat dari posisi dan peran yang diembannya dalam kehidupan sosial. *Situated knowledge* mengingatkan kita bahwa apa yang kita ketahui dan kita lakukan bukanlah bawaan tetapi adalah hasil dari pembelajaran kita dari pengalaman yang dialami. Komunitas lokal

yang berbeda dapat menentukan *standpoint* yang sedikit banyak berbeda, tergantung pada pengalaman yang dialami.

3. *Sexual Division of Labor*

Standpoint Theory bersandar pada gagasan bahwa pria dan wanita terikat dalam jabatan yang berbeda, berdasarkan pada jenis kelamin yang berimplikasi pada *sexual division of labor*. *Sexual division of labor* merupakan alokasi pekerjaan berbasiskan pada jenis kelamin. Divisi ini tidak hanya membedakan pekerjaan berdasarkan jenis kelamin, tetapi juga mengeksploitasi wanita dengan pekerjaan tanpa menyediakan upah. Lebih jauh lagi, ketidaksetaraan yang dialami oleh wanita dalam lingkungan kerja juga dikaitkan dengan pekerjaan domestik mereka (yang tidak diberi upah). Dengan demikian, *Standpoint Theory* menyoroti pada eksploitasi dan distorsi yang dihasilkan ketika pekerjaan dibagi menurut jenis kelamin.

E.1.4 Hubungan *Standpoint Theory* dengan Komunikasi

Standpoint Theory dapat meningkatkan hubungan timbal balik dengan perilaku komunikasi dan sudut pandang. Komunikasi dapat membentuk sudut pandang yang dipelajari dari apa yang telah dialami di lingkungan melalui interaksi dengan orang lain. Melalui komunikasi maka dapat membentuk dan menyampaikan *standpoint* tersebut. Lebih jauh lagi, komunikasi dapat menjadi sarana bagi perubahan ke arah yang lebih baik lagi.

“Whether women’s own voice are granted legitimacy seems especially pertinent to communications’s scholar’s assessments of the value of alternative theoretical positions”.(Wood, 1992 : 13)

Pernyataan yang diungkapkan oleh Wood jelas menggambarkan bahwa komunikasi menjadi legitimasi penting untuk menyuarakan sudut pandang kaum wanita. Komunikasi menjadi akar dari semua konsep yang ada dalam *Standpoint Theory*.

Dapat disimpulkan bahwa *Standpoint Theory* dapat memberikan gambaran untuk melihat posisi yang relatif, pengalaman, dan komunikasi pada berbagai kelompok sosial. *Standpoint Theory* memiliki politik yang jelas, kritik yang jelas, dan meletakkan kekuasaan pada kehidupan sosial. Dapat dipastikan bahwa *Standpoint Theory* adalah heuristik dan provokatif

E.2 Gender dan Komunikasi dalam Kerja

Gender berdasarkan pada stereotip manajerial merupakan sikap yang negatif mengenai pria dan wanita, baik sebagai manajer atau teman kerja, di mana hal ini dapat menjadi penghalang untuk mencapai komunikasi yang efektif. Hal-hal ini dikaitkan dengan kemampuan pria atau wanita untuk dapat menjadi manajer yang kompeten.

Gender telah muncul dalam berbagai peran kehidupan manusia. Lingkungan kerja menjadi salah satu kemunculan gender yang paling sering dan hal ini mengakibatkan pembagian kerja antara wanita dan pria. Proses genderisasi yang

terjadi dalam dunia kerja terjadi melalui dua aspek yakni, aspek komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Hingga kemudian proses tersebut menunjukkan perbedaan antara wanita dan pria dalam hal ini subordinat dan superior. Subordinat dalam hal ini adalah wanita yang berada dalam posisi lebih rendah daripada pria yang berada dalam posisi yang lebih atas atau manajerial. Selain itu, proses komunikasi yang berlangsung juga menempatkan posisi feminitas dan maskulinitas dalam struktur organisasi.

Menurut Woodward (2000:44) gender dibentuk oleh banyak faktor yang berbeda termasuk faktor individual dan kolektif, biologi dan sosial. Dalam praktiknya masyarakat sering membicarakan tentang perbedaan biologis dan sosiologis antara pria dan wanita. Perbedaan antara jenis kelamin dan gender terkadang memberikan keuntungan ketika masyarakat akan membedakan karakter pria dan wanita tanpa harus mengkhawatirkan segi biologisnya. Definisi gender sendiri sangat beragam. Penulis akan menggunakan beberapa pengertian gender dari beberapa perspektif untuk menggambarkan arti dari “gender” itu sendiri. Jadi dapat dikatakan bahwa gender merupakan atribut sosial yang dikaitkan dengan wanita atau pria pada masyarakat tertentu.

Menurut Joan Acker dalam DeFransisco dan Palczweski (2007:207) menyatakan bahwa genderisasi dalam dunia kerja tidak dapat dipisahkan dari struktur organisasi yang diimplementasikan dalam praktik sehari-hari. Hal ini membuat suatu organisasi

tidaklah netral dalam menghadapi isu mengenai gender. Ada lima hal yang menjadi perhatian Acker ketika membicarakan mengenai gender dalam organisasi, yaitu :

1. Pemisahan peran berdasarkan jenis kelamin dalam organisasi
2. Pendapatan dan ketidaksetaraan peran dan posisi antara pria dan wanita melalui struktur organisasi.
3. Peran organisasi dalam memberikan gambaran mengenai budaya berdasarkan jenis kelamin dan gender
4. Bagaimana feminitas dan maskulinitas adalah produk dari proses-proses organisasi itu sendiri.
5. Kebutuhan organisasi untuk menjadi lebih demokratis dan lebih mendukung terhadap tujuan seseorang.

Kelima hal tersebut dapat dikaitkan kemudian dengan permasalahan mengenai kekuasaan (*power*), kontrol (*control*), dan dominasi gender. Kekuasaan merupakan fenomena sosial. Tetapi kaum feminis membuat pembedaan antara “power to” dan “power over”. Dimana diungkapkan oleh Freeman dan Bourque (2001:10-11) bahwa:

Power to is the ability to get things done that do not infringe on other`s right and may actually lead to the emancipation of others. Power over refers to coercive missuse of power. If one is in a position of power over others, then the one can dominate and coerce others and in the process subordinate or oppress them. If one lacks power over, one is more likely to be in a subordinate position.

Melalui pernyataan ini, Freeman dan Bourque hendak menunjukkan bahwa dalam hubungan antar individu dalam sebuah organisasi pasti terdapat kekuasaan atau *power*. Kekuasaan sosial muncul dalam komunikasi negosiasi antar gender dalam organisasi. Dan ketika ada salah satu pihak yang memiliki wewenang untuk lebih berkomunikasi atas pihak yang lainnya, maka dapat dikatakan itu dikarenakan pihak tersebut memiliki hak istimewa yang tidak dimiliki oleh pihak yang lain. Hak istimewa merupakan kebebasan dan wewenang ataupun dapat muncul dalam bentuk kesempatan yang diperoleh. Dalam komunikasi gender, pihak yang memiliki kekuasaan (*power*) dapat mendominasi, memperkuat posisi, dan mengakomodasi nilai-nilai serta menekan subordinat yang berada di bawahnya. yang ada dalam struktur organisasi. Ketika superior memiliki kekuasaan, maka dia dapat mengontrol segala hal yang berada di bawahnya.

Cheris Kramarae (1981) memberikan penjelasan mengenai teori yang sebelumnya dijelaskan oleh Aderner. Dalam teori tersebut Kramarae mengungkapkan bahwa komunikasi memegang peranan dalam memunculkan dominasi dalam dunia kerja. Dalam hal ini, Kramarae memfokuskan bahasan dalam bagaimana pria sebagai kelompok dominan dalam dunia kerja menghambat aktualisasi wanita. Kramarae (1981:4) menggambarkan bagaimana kebisingan muncul dalam tiga level, yaitu :

1. Wanita merasakan dunia yang berbeda dengan pria. Selain itu, mereka juga mengalami pengalaman dan aktivitas yang berbeda. Kesemuanya berakar dari divisi kerja antara laki-laki dan perempuan yang berbeda.

2. Persepsi wanita berbeda dari pria, karena subordinasi yang mereka alami dalam dunia kerja membuat mereka tidak bisa memiliki pengalaman yang sama dengan pria. Bagaimanapun, kata-kata dan norma-norma yang mereka gunakan untuk berbicara tidak dihasilkan dari pengalaman wanita itu sendiri.
3. Wanita dan anggota dari kelompok subordinat tidaklah dapat sebebaskan pria, seperti yang mereka harapkan. Hal ini dikarenakan kata-kata dan norma yang mereka gunakan sudah diformulasikan oleh kelompok dominan yaitu pria.

Teori yang diungkapkan oleh Adner (2005:50) hendak menjelaskan bahwa wanita dan kelompok subordinat lainnya tidak akan pernah mendapatkan perlakuan yang sama, jika kelompok dominan sengaja memisahkan mereka melalui kontrol dominan yang mereka lakukan. Bagi mereka yang menolak terhadap dominasi tersebut, maka mereka mau tidak mau harus beradaptasi terhadap kondisi tersebut.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa proses komunikasi dapat menempatkan posisi dan peran maskulinitas dan feminitas dalam sebuah organisasi. Terutama dalam hal superioritas dan subordinat yang terdapat dalam organisasi. Karakter feminitas dan maskulinitas yang muncul dalam organisasi dapat mempengaruhi gaya dan cara berkomunikasi seseorang. Setidaknya menurut DeFransisco dan Palczewski (2007:67) diungkapkan bahwa terdapat dua cara dalam organisasi untuk mengkonstruksi gender, yaitu :

1. Gaya gender : komunikasi seseorang mengikuti norma biner gender baik itu gaya feminin ataupun gaya maskulin yang ditentukan oleh kelompok yang berkuasa.
2. Persepsi gender : norma sosial menentukan pengaruh gender, bagaimana seseorang merasa dan menilai diri mereka dan orang lain.

Kedua hal tersebut semakin menjelaskan bahwa persepsi seseorang dan yang lainnya dipengaruhi oleh derajat dimana seorang anggota menginternalisasikan ekspektasi gender. Individu menilai diri mereka berdasarkan pada bagaimana mereka menegaskan dan merasakan gender tertentu. Seorang ahli bahasa, Deborah Cameron (1996) mengungkapkan bahwa pria dan wanita cenderung untuk mengkonstruksi perbedaan tersebut melalui percakapan daripada mengekspresikan perbedaan tersebut.

1. Gaya Finitas (Wanita)

Bagi seseorang yang feminine komunikasi adalah esensi dari sebuah hubungan (Wood, 2007:126). Berkomunikasi merupakan sebuah cara untuk membina hubungan dan bernegosiasi. Untuk membangun sebuah hubungan, pembicara menggunakan isyarat verbal dan nonverbal yang menunjukkan dukungan terhadap orang lain, memberikan pernyataan, atau pertanyaan yang menyatakan ketertarikan, dan lebih mencari kerjasama daripada kompetisi. Komunikasi bagi wanita lebih distereotipkan dengan hal-hal yang lebih memelihara, kasih sayang, bantuan bermanfaat, dan ekspresi emosional.

Dalam komunikasi organisasi, wanita lebih cenderung untuk menyampaikan hal secara tidak langsung. Hal ini disesuaikan dengan kondisi subordinat mereka dalam organisasi di mana wanita yang berada dalam posisi lebih rendah lebih bersikap dan berkomunikasi tidak langsung dan kesopanan untuk menambah pemenuhan dari orang lain. Namun demikian, komunikasi yang tidak langsung dianggap sebagai sesuatu yang kurang tegas dan kurang percaya diri. Sementara seseorang yang berada dalam posisi atau status lebih tinggi akan lebih mampu untuk berkomunikasi secara langsung dan membuat pernyataan secara tegas kepada publik. Inilah yang membuat wanita yang berada dalam posisi subordinat akan menemui kesulitan ketika mereka berada di publik. Dalam studi yang dilakukan oleh Janet Holmes, menunjukkan bahwa pria dalam dunia kerja tidak memperlihatkan kesopanan seperti yang dilakukan oleh wanita. Sementara wanita cenderung untuk memberikan dan menerima permintaan maaf daripada pria. Ketika dikaitkan dengan ketidaklangsungan, gaya komunikasi yang feminin cenderung lebih sopan karena orientasi mereka yang juga mempertimbangkan perasaan dan kebutuhan orang lain, memperlihatkan penghormatan kepada orang lain. Dalam dunia kerja yang dihadapi, wanita yang berada dalam subordinat akan lebih berbicara dengan penuh kesopanan terhadap atasan mereka.

Gambaran di atas setidaknya menunjukkan bagaimana gaya berkomunikasi feminin sebagai refleksi dari feminitas itu sendiri.

Pengharapan budaya mengkonstruksi feminitas ke dalam posisi yang berlawanan dengan maskulinitas.

2. Gaya Maskulinitas

Maskulinitas telah dikonstruksikan sebagai sesuatu yang sangat berbeda dengan feminitas, bahkan berlawanan. Bagi maskulinitas, komunikasi adalah suatu cara untuk menyelesaikan tugas, untuk memecahkan permasalahan, untuk menggunakan kontrol, untuk menyatakan hak atas diri mereka sendiri, dan untuk memperoleh kepercayaan diri dan status. Bertolak belakang dengan gaya feminin, gaya maskulin menghindari percakapan antar pribadi dan lebih langsung dan tegas. Oleh sebab itu gaya maskulin diidentikan dengan dominasi, memimpin, memaksa, dan menunjukkan ambisi. Gaya maskulin lebih dapat melakukan interupsi dalam percakapan daripada gaya feminin. Sedangkan dalam gaya feminin, interupsi digunakan untuk membangun kolaborasi dan dukungan, sementara dalam gaya maskulinitas interupsi digunakan untuk menegaskan diri mereka atas orang lain yang sedang berbicara.

Sementara menurut Crawford (1995:44) komunikasi dalam hubungan gender dalam sebuah organisasi menjadi hal yang cukup esensial.

To treat asymmetries of interaction as “style” differences ignores social realities. Speakers do not speak in a vacuum. They attempt to choose language that will “work” interactionally. Their use of language is

situated and strategic. And, what “works” depends on the social status of the speaker and the power relations between speaker and listener.

Crawford hendak menyatakan bahwa komunikasi strategis perlu terjalin antar keduanya. Si pembicara adalah pihak yang menyatakan makna. Dan untuk itulah mereka perlu menerapkan strategi yang berbeda-beda untuk mengkonstruksi komunikasi dan identitas antar seksi.

Tabel 1.1 Karakteristik Feminin dan Maskulinitas Menurut Woodward
(2000:46)

Tipe Karakter Feminin	Tipe Karakter Maskulinitas
Cemas	Aktif
Kerjasama	Angkuh
Setia	Tegas
Lemah lembut	Aletis
Ramah	Pemerintah
Intuitif	Sederhana
Peramah	Tegas
Pasif	Individualistis
Pengertian	Kurang peka

Bertanggung jawab	Bangga
Bijaksana	Tegap
Lembut	Kuat
Rapi	Tinggi
Malu-malu	Tidak emosional
Peka	Penuh semangat

E.3 Gender dalam *Public Relations*

Berger dalam Aldoory et.al (2008:737) mengungkapkan bahwa dalam PR terdapat hubungan kekuasaan yang dikaitkan dengan komponen gender. Berger berpendapat bahwa pria merupakan mayoritas dalam jajaran koalisi dominan yang ada pada kebanyakan perusahaan. Dan yang paling penting adalah para pria ini mampu menyamakan pendekatan *two-way symmetrical* terhadap pandangan feminis mengenai PR.

In the dualism reflected in the dominance perspective – power and powerlessness, winners and losers, strenght and weakness, rational and irrational – women represent weakness, irrationality, powerlessness, and emotionality. Does symmetrical public relations, or shared-power ideology, whether advocated by female or male practitioners in the dominant coalition, represent similar weakness, in the eyes of some power brokers (Berger, 2005:27).

Jadi. Berger kemudian mempertanyakan bagaimana gender dapat menjadi kekuatan pada PR. Ini adalah hal penting yang patut diketahui oleh profesi yang mulai marak diisi oleh kebanyakan wanita, namun didominasi oleh pria pada jajaran manajerialnya.

Aldoory juga mempertanyakan hal yang sama dengan Berger, yaitu bagaimana gender mampu memiliki kekuatan dalam PR. Jika merujuk pada Aldoory (1998:99) maka dapat dikatakan bahwa hambatan antara pria dan wanita terjadi karena gender dituangkan dalam komunikasi sehari-hari yang kemudian mengkonstruksi ekspektasi feminin bagi wanita dan ekspektasi maskulin bagi laki-laki. Individu dapat belajar untuk menjadi feminin ataupun maskulin dapat melalui kehidupan sehari-hari dalam organisasi.

Isu mengenai gender menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari hubungan kekuasaan antara apa yang dihargai dan siapa yang memiliki pengaruh. Dalam komunikasi organisasilah gender dan kekuasaan telah dikonstruksi secara sosial. Bahwa seluruh pekerja baik itu wanita dan pria melakukan negosiasi setiap hari. Kapitalisme dalam organisasi digunakan untuk mengontrol dan menekan identitas individu dengan menekankan praktik maskulinitas.

Keadaan yang demikian tentu saja dapat menjadi gambaran, bahwa profesionalisme wanita dianggap kurang memadai jika dibandingkan dengan pria.

Sehingga dengan demikian, pria dianggap lebih pantas untuk duduk dalam kursi manajerial, namun tidak untuk wanita.

Peran PR sendiri terbagi menjadi dua yaitu peran manajerial dan teknis (*craft*). Dua peran ini merupakan pengelompokan dari empat peran yang ada yaitu :

1. *Expert prescriber*

Seorang *expert prescriber* adalah seorang yang menjalankan peran seperti seorang konsultan. Ia adalah seorang yang dapat dipercaya untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Hubungan dengan klien seperti hubungan antara dokter dengan pasien dimana pasien hanya pasif mendapat masukan dan nasehat. Praktisi yang berperan sebagai *expert prescriber* akan mengidentifikasi masalah, mengembangkan rancangan program, dan memegang tanggung jawab penuh dalam implementasi program yang telah dirancangnya itu. Kegagalan dan keberhasilan suatu program, oleh klien, sepenuhnya merupakan tanggung jawab *expert prescriber* ini.

Adapun beberapa indikator yang menunjukkan seseorang memainkan peran ini adalah :

- a. Membuat kebijakan komunikasi
- b. Mendiagnosa masalah-masalah PR
- c. Merencanakan dan merekomendasikan tindakan yang harus dilakukan
- d. Bertanggung jawab atas semua keberhasilan maupun kegagalan.

- e. Orang lain menilai bahwa ia merupakan seorang pakar
- f. Orang lain dalam organisasi menganggap bahwa ia adalah seorang yang patut dipercaya

2. *Communication fascilitator*

Peran ini menempatkan praktisi PR sebagai seorang pendengar yang baik dan penyedia informasi. Fungsi praktis adalah sebagai penghubung, interpreter, dan mediator antara organisasi dengan publiknya. Peran ini mencoba memelihara komunikasi dua arah dan memfasilitasi pertukaran informasi dengan menciptakan dan memelihara saluran-saluran media-media komunikasi yang diperlukan. Peran ini ada berdasarkan asumsi bahwa komunikasi dua arah yang efektif akan meningkatkan kualitas keputusan organisasi dan publik mengenai antara lain kebijakan, prosedur, tindakan dan hubungan yang saling menguntungkan.

Adapun beberapa indikator yang menunjukkan peran *communication fascilitator* adalah :

- a. Menjaga agar pihak manajemen selalu mendapat informasi terbaru
- b. Melaporkan setiap hasil survei opini publik
- c. Menciptakan peluang agar pihak manajemen selalu mendengarkan pandangan-pandangannya
- d. Menjaga agar setiap orang dalam organisasi tersebut memperoleh informasi
- e. Melakukan audit komunikasi

- f. Mewakili organisasi dalam setiap pertemuan dan acara-acara

3. *Problem solving fascilitator*

Praktisi yang menjalankan peran ini bekerja bersama-sama dengan para manajer untuk memecahkan masalah. Praktisi PR menjadi bagian dari tim strategis. Hal ini bisa terjadi bila praktisi PR mampu mempergunakan dan menunjukkan keterampilan dan nilai dirinya dalam membantu manajemen dalam memecahkan masalah.

Indikator-indikator yang menunjukkan seseorang berperan sebagai *problem solving fascilitator* adalah sebagai berikut :

- a. Memenuhi kebutuhan akan perencanaan PR yang sistematis
- b. Bekerja sama dengan pihak manajemen dalam meningkatkan keterampilan
- c. Meningkatkan partisipasi manajemen
- d. Menjaga agar pihak manajemen selalu terlibat secara aktif
- e. Beroperasi sebagai katalis
- f. Membuat beberapa alternatif untuk keperluan memecahkan masalah.

4. *Communication technician*

Praktisi PR dikatakan berperan sebagai *communication technician* bila pekerjaannya sehari-hari hanyalah menerima perintah dari atasan. Umumnya, pekerjaan yang dilakukan antara lain, menulis, mengedit, membuat *press release*, *website*, *annual report*, mempersiapkan pidato dan pekerjaan teknis lainnya. Syarat yang diperlukan bagi seorang

communication technician adalah kreatif, artistik dan mempunyai keterampilan teknis.

Beberapa indikator yang menunjukkan peran seorang *communication technician* adalah sebagai berikut :

- a. Menulis materi-materi PR
- b. Mengedit / menulis kembali untuk pengecekan tata bahasa
- c. Menangani aspek-aspek teknis
- d. Memproduksi brosur dan pamflet
- e. Melakukan aktivitas fotografi dan desain grafis
- f. Memelihara kontak dengan media dan mengirim *press release*

(Cutlip et al, 2000: 41-46)

Ketiga peran pertama dikelompokkan ke dalam peran manajerial karena memerlukan kemampuan *strategic thinking* dalam melakukan pekerjaannya, tidak semata hanya keterampilan saja. Sedangkan *communication technician* masuk ke dalam kategori teknisi karena pekerjaannya semata-mata menggunakan keterampilan dan ia tidak terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

Untuk dapat melakukan peran manajerial, *dominant coalition* yang ada di dalam organisasi pertama-tama haruslah mengerti dulu arti penting PR. *Dominant coalition* menurut Child (Grunig et.al., 1992 : 93) adalah *a group in organization with the power to make and enforce decisions about the direction of the organization, its*

tasks, its objectives, and functions. Bila *dominant coalition* mengerti akan arti penting PR, akan berpengaruh pada posisi PRitu sendiri dalam struktur organisasi yaitu PRsebagai bagian dari *dominant coalition*. Hal ini bisa saja terjadi karena organisasi membutuhkan peran seorang *boundary spanning* (1992:93) yaitu individu di dalam organisasi yang secara frekuentif berhubungan dengan lingkungan organisasi dan yang mengumpulkan, menyeleksi, dan menyusun informasi yang didapat dari lingkungan untuk pengambilan keputusan oleh para *dominant coalition*. Dikatakan lebih lanjut bahwa *communication manager* dan praktisi PRyang berfungsi sebagai *boundary spanning* tersebut.

Dengan demikian, otonomi PRterkait erat pula dengan organisasi baik itu sifatnya, para *dominant coalition* , pemahaman akan arti penting PRbagi organisasi dan juga peran-peran yang dapat dimainkan oleh praktisi PRdi organisasi tersebut.

Sementara lebih spesifik lagi, seorang manajer perlu memiliki peran bagi perusahaan atau organisasi. Setidaknya terdapat 10 peran manajer yang diungkapkan oleh Mintzberg dalamYukl (2007:35). Kesepuluh peran tersebut adalah :

1. Peran performa

Sebagai konsekuensi dari kewenangan formal mereka sebagai kepala organisasi atau salah satu subunitnya, para manajer diharuskan untuk melakukan tugas simbolis tertentu yang bersifat legal dan sosial. Tugas tersebut termasuk menandatangani dokumen (misalnya kontrak, izin

mengeluarkan uang), memimpin pertemuan tertentu dan peristiwa seremonial (misalnya jamuan perpisahan bagi seseorang yang akan meninggalkan perusahaan), berpartisipasi dalam upacara dan ritual, dan menerima tamu resmi. Manajer tersebut harus berpartisipasi dalam kegiatan tersebut meskipun biasanya kegiatan itu hanya mempunyai kepentingan yang marginal saja bagi pekerjaan mengelola.

2. Peran sebagai pemimpin

Para manajer bertanggung jawab agar subunit organisasinya berfungsi sebagai kesatuan yang terintegrasi guna mengejar tujuan dasarnya. Karenanya, manajer tersebut harus memberi pedoman kepada bawahan, memastikan bahwa mereka termotivasi, dan menciptakan kondisi yang menguntungkan untuk melakukan pekerjaan tersebut. Sejumlah kegiatan manajerial yang terkait dengan peran pemimpin, yang mencakup merekrut, melatih, mengarahkan, memberi pujian, memberi kritik, mempromosikan, dan memberhentikan. Namun peran pemimpin menyerap semua kegiatan manajerial, bahkan yang mempunyai tujuan dasar yang lain.

3. Peran sebagai penghubung

Peran sebagai penghubung yang mencakup perilaku yang bertujuan untuk menetapkan dan mempertahankan jaringan hubungan dengan para individu dan kelompok di luar unit organisasi manajer itu. Hubungan tersebut sangat penting sebagai sumber informasi dan dukungan. Hakikat dari peran penghubung adalah untuk membuat kontak-kontak baru, tetap menjalin

hubungan, dan memberi bantuan yang sebaliknya akan memungkinkan manajer tersebut pada saatnya nanti meminta juga kemurahan hati atau bantuan dari orang lain.

4. Peran sebagai pemantau

Para manajer secara berkelanjutan mencari informasi dari sejumlah sumber, seperti membaca laporan dan memo, hadir dalam pertemuan dan pengarahan dan melakukan perjalanan pengamatan. Beberapa dari informasi tersebut diteruskan ke bawahan (peran diseminator) atau ke pihak luar (peran sebagai juru bicara). Kebanyakan dari informasi tersebut dianalisis untuk menemukan masalah dan peluang, dan untuk mengembangkan pengertian mengenai peristiwa luar serta proses internal dalam subunit organisasi manajer tersebut.

5. Peran sebagai diseminator

Para manajer mempunyai akses khusus ke sumber informasi yang tidak tersedia bagi para bawahan. Beberapa dari informasi tersebut bersifat aktual dan beberapa di antaranya berhubungan dengan kelebihan yang dimiliki para individu yang ingin mempengaruhi manajer tersebut, termasuk mereka yang berada pada tingkat kekuasaan yang tinggi. Beberapa dari informasi tersebut harus diteruskan ke para bawahan, mungkin dalam bentuk aslinya atau setelah diinterpretasi dan disunting oleh manajer tersebut.

6. Peran sebagai juru bicara

Para manajer juga diharuskan untuk meneruskan informasi dan memberikan pernyataan tentang nilai kepada pihak yang berada di luar subunit organisasi mereka. Para manajer tingkat menengah dan manajer tingkat rendah harus melapor ke atasannya. Masing-masing manajer tersebut juga diharapkan untuk bertindak sebagai *lobbyist* dan sebagai pejabat hubungan masyarakat dari subunit organisasi ketika menghadapi para atasan dan pihak luar.

7. Peran sebagai wirausahawan

Manajer sebuah organisasi atau subunitnya bertindak sebagai pemrakarsa dan perancang perubahan yang terkendali untuk memanfaatkan peluang dalam memperbaiki situasi yang ada sekarang.

8. Peran sebagai orang yang menanggapi kekacauan

Dalam peran ini, manajer menangani krisis yang mendadak yang tidak dapat diabaikan, yang berbeda dengan masalah yang dipecahkan secara sukarela oleh manajer tersebut guna memanfaatkan peluang. Manajer lazimnya memberikan prioritas terhadap peran tersebut melebihi peran yang lainnya.

9. Peran sebagai pengalokasi sumber daya

Para manajer menggunakan kekuasaan mereka untuk mengalokasikan sumber daya seperti uang, personalia, material, peralatan, fasilitas dan jasa. Alokasi sumber daya termasuk dalam pengambilan keputusan manajerial

mengenai apa yang akan dilakukan, dalam menyiapkan anggaran, dan dalam penjadwalan waktu manajer itu sendiri. Dengan mempertahankan kekuasaan untuk membagikan sumber daya, manajer tersebut mempertahankan kekuasaan untuk membagikan sumber daya, manajer tersebut mempertahankan kendala terhadap pembentukan strategi dan bertindak untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan tindakan bawahan sebagai dukungan terhadap pencapaian tujuan strategis.

10. Peran sebagai perunding

Perundingan apapun yang membutuhkan komitmen yang substansial mengenai sumber daya akan terbantu oleh kehadiran manajer yang mempunyai kekuasaan untuk membuat komitmen tersebut. Para manajer dapat ikut serta dalam berbagai jenis perundingan, termasuk perundingan dengan serikat pekerja mengenai kontrak antara buruh dan manajemen atau mengenai tuntutan buruh, perundingan mengenai kontrak dengan para pelanggan yang penting, para pemasok, atau konsultan, perundingan mengenai pemberian pekerjaan dengan pegawai penting, dan perundingan lain yang tidak rutin.

Itulah kesepuluh peran manajerial yang diungkapkan oleh Mintzberg. Namun demikian dapat dikatakan bahwa dalam teorinya, peran seorang manajer tidak tertutup bagi salah satu gender saja. Melainkan terbuka bagi semuanya. Pada kenyataannya, posisi ini didominasi oleh pria. Sedangkan wanita berada dalam posisi

subordinat. Sangat sedikit wanita yang bisa menduduki peran sebagai manajer. Fenomena ini disebut dengan *glass ceiling*. *Glass ceiling* adalah kondisi di mana terdapat hambatan, rintangan yang dihadapi oleh wanita untuk maju atau naik ke posisi yang lebih tinggi lagi, yakni manajerial. Keadaan ini menurut Slocum dan Hellriegel (2007:13) diakibatkan oleh tiga hal, yakni :

1. Para eksekutif dan manajer tidak dibekali oleh akuntabilitas mengenai kesetaraan dalam peluang dunia kerja.
2. Wanita dan kaum minoritas tidak didorong untuk mengembangkan karir mereka ke tingkatan yang lebih tinggi.
3. Wanita kurang mendapatkan pelatihan dan kesempatan untuk mengembangkan diri yang dapat meningkatkan kompetensi dan kesempatan wanita untuk dipromosikan ke jenjang karir yang lebih tinggi lagi.

Kemampuan masing-masing individu tidak hanya dibedakan oleh seks atau jenis kelamin saja, melainkan juga proses masing-masing individu untuk membedakan tipe seks. Seperti yang diungkapkan oleh Kaufman dalam Freeman (1979:357) bahwa ketika mayoritas dari sebuah profesi terdiri dari satu jenis seks yang sama, maka akan muncul ekspektasi normatif bahwa keadaan yang demikian memang keadaan yang seharusnya terjadi. Model ini tentu akan mempengaruhi kepribadian dan karakteristik perilaku yang diasosiasikan dengan seks tersebut. Seperti halnya model perilaku manajerial dikategorikan ke dalam 4 hal, yaitu :

1. Agresivitas
2. Kewenangan dan kewibawaan
3. Daya saing
4. Keberanian dalam pengambilan resiko

Keempat hal tersebut dibenarkan dan didukung oleh pernyataan dari McGregor (1976:23) yang menyatakan *“the good manager is aggressive, authoritative, firm and just. He is not feminine”*. Pernyataan tersebut hendak membenarkan bahwa status profesi yang tinggi seperti misalnya manajer, haruslah profesi yang diampu oleh orang yang memiliki maskulinitas, memiliki perhitungan yang teliti, dan ketegasan. Posisi manajerial tidak layak untuk diisi oleh orang yang memiliki kelembutan, cenderung lebih ekspresif, lebih memelihara, di mana karakteristik-karakteristik tersebut diidentifikasi dengan feminitas.

Penelitian telah membuktikan bahwa sifat seperti itu biasa diasosiasikan dengan feminitas, dan feminitas dilekatkan pada tubuh dan sifat wanita. Dalam masyarakat, feminitas tidak dilekatkan pada pria. Masyarakat percaya bahwa perbedaan terhadap jenis kelamin tetap berlaku. Penelitian yang dilakukan oleh Rosenkratz pada tahun 1968 telah mengungkapkan mengenai keyakinan yang sangat dalam pada masyarakat, bahwa perbedaan karakteristik yang ada pada wanita dan pria, dianggap berasal dari pria itu sendiri.

F. Kerangka Konsep

F.1 Konsep Peran PR

Menurut Baskin, Otis, dan Lattimore PR merupakan fungsi manajemen agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan memfasilitasi perubahan pada organisasi. Oleh sebab itu seorang praktisi PR perlu membangun hubungan yang positif baik dengan publik internal maupun eksternal. Manajemen komunikasi menjadi kunci yang cukup penting untuk menjaga hubungan baik tersebut. Seorang praktisi PR perlu melakukan perencanaan program mulai dari tahap persiapan, pengimplementasian dan evaluasi. Dengan demikian, PR memiliki peran yang cukup penting bagi organisasi.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa PR telah menjadi sebuah pekerjaan dengan munculnya kata-kata kunci yaitu “fungsi manajemen”, “manajemen komunikasi”, “organisasi”, “publik”, dan “membangun dan membina hubungan”. Dengan demikian PR telah menempati suatu fungsi di dalam masyarakat yang tugasnya adalah mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya agar terbangun dan tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara keduanya.

Dengan demikian PR memiliki peran yang penting dalam sebuah organisasi.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2000:41-46) Peran PR terbagi menjadi dua peran, yaitu peran manajerial dan teknis. Kedua peran ini merupakan pengelompokan dari empat peran yang ada, yaitu :

1. *Expert prescriber*

Seorang *expert prescriber* adalah seorang yang menjalankan peran seperti seorang konsultan. Praktisi yang berperan sebagai *expert prescriber* akan mengidentifikasi masalah, mengembangkan rancangan program, dan memegang tanggung jawab penuh dalam implementasi program yang telah dirancangnya itu. Indikator yang menunjukkan seseorang memainkan peran ini adalah :

- a. Membuat kebijakan komunikasi
- b. Mendiagnosa masalah-masalah PR
- c. Merencanakan dan merekomendasikan tindakan yang harus dilakukan
- d. Bertanggung jawab atas semua keberhasilan maupun kegagalan
- e. Orang lain menilai bahwa ia merupakan seorang pakar
- f. Orang lain dalam organisasi menganggap bahwa ia adalah seorang yang patut dipercaya.

2. *Communication fascilitator*

Peran ini menempatkan praktisi PR sebagai seorang pendengar yang baik dan penyedia informasi. Fungsi praktis adalah sebagai penghubung, interpreter, dan mediator antara organisasi dengan publiknya. Peran ini mencoba memelihara komunikasi dua arah dan memfasilitasi pertukaran informasi dengan menciptakan dan memelihara saluran-saluran media-media komunikasi yang diperlukan.

Adapun beberapa indikator yang menunjukkan peran *communication fascilitator* adalah :

- a. Menjaga agar pihak manajemen selalu mendapat informasi terbaru
- b. Melaporkan setiap hasil survei opini publik
- c. Menciptakan peluang agar pihak manajemen selalu mendengarkan pandangan-pandangannya
- d. Menjaga agar setiap orang dalam organisasi tersebut memperoleh informasi
- e. Melakukan audit komunikasi
- f. Mewakili organisasi dalam setiap pertemuan dan acara-acara

3. *Problem solving fascilitator*

Praktisi yang menjalankan peran ini bekerja bersama-sama dengan para manajer untuk memecahkan masalah. Praktisi PR menjadi bagian dari tim strategis. Hal ini bisa terjadi bila praktisi PR mampu mempergunakan dan menunjukkan keterampilan dan nilai dirinya dalam membantu manajemen dalam memecahkan masalah.

Indikator-indikator yang menunjukkan seseorang berperan sebagai *problem solving fascilitator* adalah sebagai berikut :

- a. Memenuhi kebutuhan akan perencanaan PR yang sistematis

- b. Bekerja sama dengan pihak manajemen dalam meningkatkan keterampilan
- c. Meningkatkan partisipasi manajemen
- d. Menjaga agar pihak manajemen selalu terlibat secara aktif
- e. Beroperasi sebagai katalis
- f. Membuat beberapa alternatif untuk keperluan memecahkan masalah.

4. *Communication technician*

Praktisi PR dikatakan berperan sebagai *communication technician* bila pekerjaannya sehari-hari hanyalah menerima perintah dari atasan. Umumnya, pekerjaan yang dilakukan antara lain, menulis, mengedit, membuat *press release*, *website*, *annual report*, mempersiapkan pidato dan pekerjaan teknis lainnya.

Beberapa indikator yang menunjukkan peran seorang *communication technician* adalah sebagai berikut :

- a. Menulis materi-materi PR
- b. Mengedit / menulis kembali untuk pengecekan tata bahasa
- c. Menangani aspek-aspek teknis
- d. Memproduksi brosur dan pamflet
- e. Melakukan aktivitas fotografi dan desain grafis
- f. Memelihara kontak dengan media dan mengirim *press release*

Ketiga peran pertama dikelompokkan ke dalam peran manajerial karena memerlukan kemampuan *strategic thinking* dalam melakukan pekerjaannya. Sedangkan *communication technician* masuk ke dalam kategori teknisi karena pekerjaannya semata-mata menggunakan keterampilan dan ia tidak terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

F.2 Konsep Posisi PR dalam Perspektif Gender

Gender adalah konstruksi sosial yang dibentuk melalui badan-badan sosial yang ada di masyarakat. Jadi gender tidak hanya dibentuk di dalam hubungan interpersonal keluarga, namun juga dibentuk melalui struktur sosial, baik itu sekolah, ekonomi negara dan organisasi. Institusi-institusi sosial tersebut yang kemudian memiliki peran dalam pembentukan gender di dalam masyarakat.

Menurut Andersen (2006:31) identitas gender dilekatkan secara kuat oleh struktur sosial yang sistematis yang terbentuk di masyarakat. Proses pelekatan itu tentu saja melalui proses komunikasi interpersonal dari masing-masing individu yang berada dalam struktur sosial tersebut.

Sedangkan bagi Acker (1990:146) gender merupakan sesuatu yang dikaitkan dengan eksploitasi dan kontrol, aksi dan emosi, makna dan identitas yang menjadi jurang pembeda antara pria dan wanita, maskulinitas dan feminitas

Dalam penelitian ini, penulis hendak menggunakan acuan definisi gender dari kedua teori tersebut. Dari kedua definisi tersebut menunjukkan kata-kata kunci dalam

gender, yaitu “struktur yang sistematis”, “struktur sosial”, “pembedaan antara pria dan wanita”, dan “maskulinitas dan feminitas”. Dengan demikian, gender merupakan sebuah proses sistematika struktur sosial yang membedakan peran antara pria dan wanita. Sedangkan dari pernyataan yang diungkapkan oleh Acker tersebut, maka dapat dikatakan bahwa gender begitu kental dalam organisasi kerja terutama dalam pembagian kerja. Keadaan yang demikian akan terus membuat wanita berada dalam posisi subordinat laki-laki.

Berger dalam Aldory et.al (1008:737) mengungkapkan bahwa dalam PRterdapat hubungan kekuasaan yang dikaitkan dengan komponen gender. Berger berpendapat bahwa pria merupakan mayoritas dalam jajaran koalisi dominan yang ada pada kebanyakan perusahaan.

Pria lebih mendominasi pada posisi manajerial yang mencerminkan sebuah kekuasaan (power) atas wanita yang berada dalam posisi subordinat. Seperti halnya model perilaku manajerial yang dikategorikan ke dalam empat hal, yaitu :

1. Agresivitas
2. Kewenangan dan kewibawaan
3. Daya saing
4. Keberanian dalam pengambilan resiko

Seperti yang diungkapkan oleh McGregor (1976:23) yang menyatakan “ *the good manager is aggressive, authoritative, firm and just. He is not feminine*”.

Pernyataan tersebut hendak membenarkan bahwa status profesi manajer haruslah profesi yang diampu oleh orang yang memiliki sifat-sifat maskulinitas, memiliki perhitungan yang teliti, dan ketegasan. Posisi manajerial tidak layak untuk diisi oleh orang yang memiliki kelembutan, cenderung lebih ekspresif, lebih memelihara, di mana karakteristik-karakteristik tersebut diidentifikasi dengan feminitas.

Menurut Mintzberg dalam Yukl (1007:35) mengungkapkan bahwa setidaknya terdapat 10 peran manajer. Kesepuluh peran tersebut adalah :

1. Peran performa

Sebagai konsekuensi dari kewenangan formal mereka sebagai kepala organisasi atau salah satu subunitnya, para manajer diharuskan untuk melakukan tugas simbolis tertentu yang bersifat legal dan sosial.

2. Peran sebagai pemimpin

Para manajer bertanggung jawab agar sub unit organisasinya berfungsi sebagai kesatuan yang terintegrasi guna mengejar tujuan dasarnya. Karenanya, manajer tersebut harus memberi pedoman kepada bawahan, memastikan bahwa mereka termotivasi, dan menciptakan kondisi yang menguntungkan untuk melakukan pekerjaan tersebut. Sejumlah kegiatan manajerial yang terkait dengan peran pemimpin, yang mencakup merekrut, melatih, mengarahkan, memberi pujian, memberi kritik, mempromosikan, dan

memberhentikan. Namun peran pemimpin menyerap semua kegiatan manajerial, bahkan yang mempunyai tujuan dasar yang lain.

3. Peran sebagai penghubung

Peran sebagai penghubung yang mencakup perilaku yang bertujuan untuk menetapkan dan mempertahankan jaringan hubungan dengan para individu dan kelompok di luar unit organisasi manajer itu. Hubungan tersebut sangat penting sebagai sumber informasi dan dukungan. Hakikat dari peran penghubung adalah untuk membuat kontak-kontak baru, tetap menjalin hubungan, dan memberi bantuan yang sebaliknya akan memungkinkan manajer tersebut pada saatnya nanti meminta juga kemurahan hati atau bantuan dari orang lain.

4. Peran sebagai pemantau

Para manajer secara berkelanjutan mencari informasi dari sejumlah sumber, seperti membaca laporan dan memo, hadir dalam pertemuan dan pengarahan dan melakukan perjalanan pengamatan. Beberapa dari informasi tersebut diteruskan ke bawahan (peran diseminator) atau ke pihak luar (peran sebagai juru bicara). Kebanyakan dari informasi tersebut dianalisis untuk menemukan masalah dan peluang, dan untuk mengembangkan pengertian mengenai peristiwa luar serta proses internal dalam subunit organisasi manajer tersebut.

5. Peran sebagai diseminator

Para manajer mempunyai akses khusus ke sumber informasi yang tidak tersedia bagi para bawahan. Beberapa dari informasi tersebut bersifat aktual dan beberapa di antaranya berhubungan dengan kelebihan yang dimiliki para individu yang ingin mempengaruhi manajer tersebut, termasuk mereka yang berada pada tingkat kekuasaan yang tinggi. Beberapa dari informasi tersebut harus diteruskan ke para bawahan, mungkin dalam bentuk aslinya atau setelah diinterpretasi dan disunting oleh manajer tersebut.

6. Peran sebagai juru bicara

Para manajer juga diharuskan untuk meneruskan informasi dan memberikan pernyataan tentang nilai kepada pihak yang berada di luar subunit organisasi mereka. Para manajer tingkat menengah dan manajer tingkat rendah harus melapor ke atasannya. Masing-masing manajer tersebut juga diharapkan untuk bertindak sebagai *lobbyist* dan sebagai pejabat hubungan masyarakat dari subunit organisasi ketika menghadapi para atasan dan pihak luar.

7. Peran sebagai wirausahawan

Manajer sebuah organisasi atau subunitnya bertindak sebagai pemrakarsa dan perancang perubahan yang terkendali untuk memanfaatkan peluang dalam memperbaiki situasi yang ada sekarang.

8. Peran sebagai orang yang menanggapi kekacauan

Dalam peran ini, manajer menangani krisis yang mendadak yang tidak dapat diabaikan, yang berbeda dengan masalah yang dipecahkan secara sukarela oleh manajer tersebut guna memanfaatkan peluang. Manajer lazimnya memberikan prioritas terhadap peran tersebut melebihi peran yang lainnya.

9. Peran sebagai pengalokasi sumber daya

Para manajer menggunakan kekuasaan mereka untuk mengalokasikan sumber daya seperti uang, personalia, material, peralatan, fasilitas dan jasa. Alokasi sumber daya termasuk dalam pengambilan keputusan manajerial mengenai apa yang akan dilakukan, dalam menyiapkan anggaran, dan dalam penjadwalan waktu manajer itu sendiri. Dengan mempertahankan kekuasaan untuk membagikan sumber daya, manajer tersebut mempertahankan kekuasaan untuk membagikan sumber daya, manajer tersebut mempertahankan kendali terhadap pembentukan strategi dan bertindak untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan tindakan bawahan sebagai dukungan terhadap pencapaian tujuan strategis.

10. Peran sebagai perunding

Perundingan apapun yang membutuhkan komitmen yang substansial mengenai sumber daya akan terbantu oleh kehadiran manajer yang mempunyai kekuasaan untuk membuat komitmen tersebut. Para manajer dapat ikut serta dalam berbagai jenis perundingan, termasuk perundingan dengan serikat pekerja mengenai kontrak antara buruh dan manajemen atau

mengenai tuntutan buruh, perundingan mengenai kontrak dengan para pelanggan yang peting, para pemasok, atau konsultan, perundingan mengenai pemberian pekerjaan dengan pegawai penting, dan perundingan lain yang tidak rutin.

Sementara jika dikaitkan dengan PR, untuk dapat melakukan peran manajerial, dalam struktur organisasi maka PR harus menjadi bagian dari *dominant coalition*. Hal ini bisa saja terjadi karena organisasi membutuhkan peran seorang *boundary spanning* (1992:93) yaitu individu di dalam organisasi yang secara frekuentif berhubungan dengan lingkungan organisasi dan yang mengumpulkan, menyeleksi, dan menyusun informasi yang didapat dari lingkungan untuk pengambilan keputusan oleh para *dominant coalition*. Dikatakan lebih lanjut bahwa *communication manager* dan praktisi PR yang berfungsi sebagai *boundary spanning* tersebut.

Dari penjelasan di atas, perlu diingat bahwa pria dengan gaya maskulinitasnya lebih dipercaya untuk memegang posisi manajerial. Sedangkan wanita berada dalam level subordinat atau teknisi. Ketika PR dimasukkan kepada peran manajerial yang menjadi bagian dari *dominant coalition*, maka seorang *boundary spanning* tersebut mengacu kepada pria itu sendiri. Ingat, *boundary spanning* itu sendiri adalah si manajer. Dia memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan oleh para koalisi dominan.

Sehingga dengan demikian, isu mengenai gender menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari hubungan kekuasaan antara apa yang dihargai dan siapa yang memiliki pengaruh. Dalam komunikasi organisasi gender dan kekuasaan telah dikonstruksi secara sosial.

G. Metodologi Penelitian

G.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis hendak menggunakan paradigma kritis. Berdasarkan dengan tujuan penulis dalam penelitian ini bahwa tidak hanya mendeskripsikan dan menganalisis saja, melainkan juga mengkritisi fenomena atau realitas yang terjadi dalam sebuah lokasi penelitian.

Menurut Miller (2005:66) dalam paradigma kritis tidak hanya sekedar memberikan representasi terhadap dunia sosial, tetapi juga peneliti menjadi agen perubahan dalam perombakan keadaan sosial yang sudah ada. Paradigma kritis dapat membantu pengembangan kajian ilmu komunikasi dan penelitian-penelitian sosial lainnya. Sedangkan menurut Bochner dalam West dan Turner (2007:74) paradigma kritis mengasumsikan bahwa ilmu pengetahuan tidak bisa eksis tanpa ideologi. Dalam paradigma ini, peneliti percaya bahwa pihak-pihak yang memiliki kekuasaan dapat membentuk pengetahuan serta “mengekalakan” *status quo*. Dengan demikian, orang yang memiliki kekuasaan dapat bertahan. Keadaan ini mendorong kaum minoritas untuk mempertanyakan mengenai

distribusi kekuasaan dan menuntut akan kebenaran yang sesungguhnya. Bagi peneliti yang menggunakan paradigma kritis, sangatlah penting untuk mengubah *status quo* untuk mengatasi ketidakseimbangan kekuasaan dan untuk memberikan dukungan kepada mereka yang “diam” akibat adanya struktur kekuasaan.

Berbicara mengenai paradigma kritis tidak bisa dilepaskan dari Immanuel Kant sebagai penggagasnya. Kant berpendapat bahwa manusia menggunakan proses interpretatif untuk memahami realitas sosial. Karl Marx dan Frankfurt School kemudian mengikuti gagasan paradigma kritis untuk membedah realitas sosial. Karl Marx terinspirasi dari gagasan Hegel (yang merupakan pengikut Immanuel Kant). Marx mempercayai bahwa dunia luar adalah bentukan manusia dan membuatnya menjadi objektif. Di kemudian hari, Marx mulai mengkaji mengenai peran manusia dalam proses pembentukan dan reifikasi dunia sosial serta dialektika-dialektika yang mendorong terjadinya proses tersebut. Inti dari kajian ini adalah perbedaan antara substruktur dan superstruktur di dalam masyarakat. Superstruktur dialamatkan kepada mereka yang memiliki alat-alat produksi dan dengan demikian memiliki kuasa untuk mempekerjakan budak (substruktur). Kondisi ini mendorong adanya perbudakan dan kapitalisme dalam masyarakat.

Paradigma kritis yang kedua dikemukakan oleh Frankfurt School, melalui tokoh-tokoh seperti Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Theodor W. Adorno,

Erich Fromm, dan Walter Benjamin. Adapun konsep penting yang digagas oleh Frankfurt School adalah *totality*, *consciousness*, *alienation*, dan *critique*

G.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif peneliti berkepentingan untuk memahami dunia tempat pengalaman-pengalaman yang dijalani dari sudut pandang orang-orang yang hidup dan berinteraksi di dalamnya (Daymon dan Holloway, 2002 : 18). Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti memiliki kepentingan dengan realitas subjektif, yakni apakah makna peristiwa, objek, dan liyan (*others*) bagi orang-orang. Penelitian ini memiliki prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

G.3 Metodologi Penelitian

Studi kasus merupakan metodologi penelitian yang dihubungkan dengan penyelidikan intensif terhadap sebuah lokasi, organisasi, atau kampanye. Desain studi kasus sering menyatukan kerangka teoretis dan pendekatan metodologis yang berbeda-beda.

Jadi, menurut Daymon dan Holloway (2008:162) studi kasus adalah pengujian intensif, menggunakan berbagai sumber bukti (yang bisa jadi kualitatif, kuantitatif, atau kedua-duanya), terhadap satu entitas tunggal yang

dibatasi oleh ruang dan waktu. Pada umumnya, studi kasus dihubungkan dengan sebuah lokasi. Kasusnya mungkin sebuah organisasi, sekumpulan orang seperti kelompok kerja atau kelompok sosial, komunitas, peristiwa, proses, isu maupun kampanye.

Tujuan studi kasus adalah meningkatkan pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi kontemporer yang nyata dalam konteksnya. Pertanyaan tentang bagaimana dan mengapa hal-hal tertentu terjadi dalam sebuah situasi tertentu, atau “apa yang terjadi di sini?” menjadi kepentingan utama ketika memilih pendekatan riset ini. Riset studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang detail dan “kaya” mencakup dimensi-dimensi sebuah kasus tertentu atau beberapa kasus kecil, dalam rentang yang luas. Studi kasus yang baik, oleh karena itu, menyoroti berbagai faktor yang mengatur komunikasi dalam situasi tertentu, melukiskan keunikannya, sekaligus, namun tidak selalu mencoba menawarkan pemahaman-pemahaman mendalam yang mempunyai releansi lebih luas.

G.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Pengumpulan data primer ini dilakukan dengan wawancara.

Wawancara merupakan sebarang kumpulan data yang bermanfaat, sebab wawancara memungkinkan peneliti untuk menyelidiki persepsi dan perspektif berbagai pemangku kepentingan dan publik. Wawancara sangat bernilai, karena sangat fleksibel. Jawaban-jawaban yang diberikan oleh orang-orang yang diwawancarai menjadi landasan percakapan yang mengalir. Wawancara harus dilakukan secara kolaboratif, sehingga orang yang diwawancarai bisa mengartikulasikan topik dan pengalaman yang diminati (Dayman dan Holloway, 2002: 259).

Wawancara akan dilakukan dengan praktisi PR yang ada di Divisi PRPT Astra International Tbk yang meliputi : *Chief Corporate Communication, Head of PR Division, Departement Head Internal PR, Departemen Head External PR*, dan seorang staff Divisi PRPT Astra International Tbk.

Dari *Chief Corporate Communication* penulis hendak menanyakan mengenai alasan mengapa seorang pria ditaruh pada posisi *Head of PR Division* dan bagaimana kinerja dari PR tersebut. Kepada *Head of PR Division* penulis hendak menanyakan mengenai bagaimana peran yang diemban selama ini dan juga mengenai tanggung jawab sebagai *Head of PR Division*. Sementara kepada *Departement Head Internal PR* dan *Departemen Head External PR*, penulis hendak menanyakan pertanyaan yang sama dengan *Head of PR Division*. Sementara itu, penulis juga akan mewawancarai kepada salah satu staff di Divisi PRPT Astra International Tbk. Tujuan penulis memilih

salah satu staff adalah untuk mengetahui bagaimana sosok atasan mereka dan bagaimana atasan tersebut memberikan instruksi atau berkomunikasi dengan bawahan. Staff yang penulis pilih adalah staff yang sudah bekerja cukup lama di Divisi PRPT Astra International Tbk.

Dalam wawancara ini akan digunakan jenis wawancara terbuka, yaitu wawancara yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang sedemikian rupa bentuknya sehingga responden atau informan tidak hanya berakhir pada jawaban “ya” atau “tidak” saja, tetapi dapat mengucapkan keterangan-keterangan dan cerita-cerita yang panjang. Teknik wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan. Oleh karena itu, jenis wawancaranya adalah wawancara terstruktur, dimana pertanyaan akan diajukan pada sejumlah sampel yang representatif.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh penulis melalui sumber sekunder dalam bentuk dokumen. Dengan demikian penulis akan melakukan analisis terhadap dokumen yang dikumpulkan.

Penulis akan mengumpulkan dokumen resmi tentang organisasi yang menjadi objek penelitian. Dokumen ini bisa diperoleh dari internal organisasi maupun dari eksternal organisasi.

G.5 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (1004:248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasi data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Data kualitatif adalah data-data yang berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi.

Tahapan analisis data kualitatif dalam Rachmat adalah sebagai berikut :

1. Analisis data yang berhasil dikumpulkan periset di lapangan. Data terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dokumen-dokumen, dan sebagainya.
2. Setelah pengumpulan data, maka data akan diklasifikasikan dalam kategori-kategori tertentu. Pengklasifikasian atau pengkategorian harus memperhatikan kesahihan atau kevalidan, memperhatikan kompetensi subjek penelitian, tingkat audiensitas, dan melakukan triangulasi berbagai sumber data.
3. Setelah diklasifikasikan, periset melakukan pemaknaan terhadap data. Dalam melakukan pemaknaan atau interpretasi, periset dituntut berteori untuk menjelaskan dan berargumentasi.
4. Memberikan kesimpulan terhadap hasil penelitian. Kesimpulan yang menjadi titik akhir dari serangkaian penelitian kualitatif oleh peneliti menjadi sebuah alat

untuk menunjukkan hasil dari sintesis-sintesis dan analisis data yang telah dilakukan.

