

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikan Penelitian

Kemkominfo merupakan unsur pelaksana pemerintah dipimpin oleh menteri yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden. Bertugas membantu Presiden dalam menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika. Dengan kata lain kemkominfo berperan sebagai *Public Relations* (Humas) pemerintah.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia atau yang biasa disebut Kominfo dalam upaya menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dan menciptakan citra yang positif dari pemberitaan-pemberitaan di masyarakat, Kominfo sempat melakukan penanganan terhadap isu – isu yang terjadi pada platform media sosial terkait unsur pornografi. Melalui website www.kominfo.go.id dilansir beberapa berita mengenai kasus pornografi, diantaranya adalah Whatsapp, Telegram dan Facebook.

Seiring berjalannya perkembangan teknologi dan informasi, manusia semakin terus memiliki keingin-tahuan yang tinggi untuk mendapatkan hal-hal baru. Manusia dengan sifat sosialnya mencoba menggali informasi yang terbaik dari berbagai tempat termasuk di lingkungan instansi pemerintahan. Undang – undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik pada pasal 7 ayat 3 mengamanatkan bahwa setiap badan publik wajib membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik secara baik dan efisien sehingga dapat diakses dengan mudah, yang dalam hal ini terkait informasi mengenai aplikasi Telegram.

Telegram adalah sebuah aplikasi layanan pengirim pesan instan multiplatform berbasis awan yang bersifat gratis dan nirlaba. Klien Telegram tersedia untuk perangkat telepon seluler (Android, iOS, Windows Phone, Ubuntu Touch) dan sistem perangkat komputer (Windows, OS X, Linux). Para pengguna dapat mengirim pesan dan bertukar foto, video, stiker, audio, dan semua tipe fail atau berkas. Telegram juga menyediakan pengiriman pesan ujung ke ujung terenkripsi opsional.

Telegram dikembangkan oleh Telegram Messenger LLP dan didukung oleh wirausahawan Rusia Pavel Durov. Kode pihak kliennya berupa perangkat lunak sistem terbuka namun mengandung blob binari, dan kode sumber untuk versi terbaru tidak selalu segera dipublikasikan, sedangkan kode sisi servernya bersumber tertutup dan berpaten. Layanan ini juga menyediakan API kepada pengembang independen. Pada Februari 2016, Telegram menyatakan bahwa mereka memiliki 100 juta pengguna aktif bulanan, mengirimkan 15 miliar pesan per hari.

Keamanan Telegram telah menghadapi pemeriksaan teliti yang menjadi perhatian; para kritikus mengklaim bahwa model keamanan Telegram dirusak oleh penggunaan protokol enkripsi yang dirancang khusus yang belum terbukti andal dan aman, dan dengan tidak mengaktifkan percakapan aman secara default. Telegram juga menghadapi kritik karena penggunaan skala luas oleh organisasi teroris Negara Islam (NIIS). NIIS telah merekomendasikan Telegram kepada para pendukung dan anggotanya dan pada Oktober 2015 mereka mampu melipatgandakan jumlah pengikut saluran resmi mereka menjadi 9.000 orang. Telegram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna atau User untuk mengirimkan pesan *Chatting* rahasia atau *Secret Chat* yang di enkripsi end-to-end sebagai keamanan tambahan. Telegram juga bisa mengirim yang bukan hanya sekedar gambar dan video, tapi anda juga bisa mengirim dokumen seperti word, excell, PDF dan lainnya tanpa menetapkan besarnya size file yang di kirimkan, serta mengirimkan lokasi anda dengan mudah. Telegram juga merupakan aplikasi yang ringan, cepat, tidak ada iklan, dan bisa membuat grup yang berisi 5000 orang, serta dapat diakses secara gratis untuk selamanya.



Gambar 1 Logo Telegram

Sumber: www.google.com

Sejak Mei 2015, aplikasi pesan instan asal Rusia, Telegram, memberi akses kepada pemrogram untuk membuat stiker digital dan memungkinkan pengguna menginstal stiker-stiker untuk berekspresi dalam percakapan di Telegram. Para kreator stiker bisa mendaftarkan karyanya melalui bot @stickers di Telegram. Setiap kumpulan stiker akan mendapatkan tautan permanen, sehingga pengguna bisa dengan mudah menambahkan stiker baru atau membaginya ke teman.

Sayang, masih ada pengguna yang memanfaatkan fitur ini dengan membuat stiker yang tidak pantas dikonsumsi oleh kalangan tertentu, termasuk stiker soal pornografi. Stiker seperti ini banyak tersebar di Internet, dan salah satunya dapat diakses melalui Telegramhub.net, situs yang menyediakan beragam stiker untuk Telegram.

Maraknya kasus – kasus pornografi membuat masyarakat menjadi resah. Informasi mengenai pornografi pada layanan media sosial secara cepat disebarluaskan kepada penggunanya dengan menampilkan konten sebuah gambar berupa GIF atau *sticker*. Melalui fitur yang disediakan, para pengguna dengan mudah nya men-*download* dan dapat mengakses GIF atau *sticker* tersebut secara gratis.

Menanggapi hal itu Direktur Jenderal Aptika Kemkominfo Samuel Abrijani Pangerapan, mengatakan bila pihaknya juga akan menindaklanjuti dengan mengirimkan surat pada aplikasi yang memiliki konten berbau porno. Dua aplikasi yang disebutkan Samuel sudah dicek oleh Kemkominfo yakni Facebook dan Telegram. Surat yang dikirim pun tak berbeda dengan yang dilayangkan kepada WhatsApp, yaitu berupa teguran.

Pada bulan Juli 2017, Pendiri Telegram Pavel Durov bertemu dengan Bapak Menteri Kominfo Rudiantara yang membahas sejumlah komitmen yang akan dijalankan antara kedua belah pihak terkait konten negatif, antara lain sebagai berikut:

- 1) Contact Point di Indonesia dimana saat ini Telegram telah menunjuk satu orang perwakilan sebagai contact point di Indonesia.
- 2) Standard Operating Procedure (SOP) terkait dengan:
 - a) Penyesuaian Terms of Service di Telegram untuk penanganan konten negatif
 - b) Dibuatnya Telegram User Interface dalam versi bahasa Indonesia
 - c) Broadcast Message bagi pengguna di Indonesia untuk penjelasan fungsi fitur Telegram.
- 3) Self Censoring System
- 4) Penanganan Konten Negatif (terorisme/radikalisme) dengan:
 - a) Report button untuk channel dan big chat bagi pengguna
 - b) Jalur khusus bagi report dari Pemerintah Indonesia
 - c) Report diproses oleh Tim Moderator dari Indonesia
 - d) Telegram telah memiliki tim khusus dari Indonesia yang memahami konten dan konteks local (local expertise) di Indonesia
 - e) Durasi tindak lanjut pelaporan maksimal 12 jam.

Kasus lain adalah penyebaran *sticker* berbau pornografi yang disediakan oleh aplikasi Telegram melalui pengiriman *chat to chat*. *Sticker* bernada pornografi di aplikasi perpesanan asal Rusia ini, bisa digunakan oleh para penggunanya. Saat seorang pengguna mengirimkan stiker itu pengguna lain juga dapat memiliki akses untuk mengunduhnya dan menyebarkan ke orang lain.

Sejauh ini, Telegram memberikan akses bagi penggunanya untuk membuat *sticker* sendiri dan digunakan saat *chatting*. *Sticker* tersebut dapat ditemukan di [telegramhub.net](https://www.telegramhub.net). *sticker* yang memiliki konten negatif itu disuguhkan secara terang-terangan dan banyak.

Terlebih bila mencoba menuliskan kata yang bermakna pornografi. Berbagai *sticker* dengan konten pornografi bermunculan. Kementerian Komunikasi dan Informatika yang dimintai keterangan mengenai peredaran stiker ini mengatakan bahwa pihaknya telah melakukan tindak lanjut pada pihak Telegram

Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo) langsung mengambil tindakan mengenai hal tersebut. PLT Kepala Humas Kominfo, bapak Noor Iza mengungkapkan pesan singkatnya yang mengatakan bahwa "tim aduan konten sudah menindaklanjuti isi ini dengan berkordinasi dengan pihak Telegram" hari selasa (10/10/17) dilansir pada website www.kominfo.go.id.

Dari kasus diatas, selain digunakan sebagai media komunikasi media sosial juga dimanfaatkan untuk berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Dailey (2009:3) mendefinisikan media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca, dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten.

Menurut Knapp dan Hall dalam buku "Ilmu Komunikasi" isyarat non verbal sebagai mana symbol verbal, jarang punya makna denotatif yang tunggal. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah konteks tempat perilaku berlangsung. Secara sederhana, pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata – kata. Komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. Definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan dan kita mengirim banyak pesan non verbal tanpa menyadari bahwa pesan pesan tersebut bermakna bagi orang lain.

Media sosial adalah kekuatan baru yang digunakan pada saat ini dalam berkomunikasi. Bahkan bagi banyak perusahaan, media sosial telah menjadi kekuatan penting untuk membangun citra perusahaan. Melalui media baru ini, memungkinkan mereka untuk menjangkau dan memahami konsumen yang belum pernah dijangkau sebelumnya. Media sosial juga sebagai sarana pengembangan profesionalitas praktisi PR dalam menjalin hubungan yang baik dengan publiknya.

Praktisi *Public Relations* (PR) menjadi hal yang tidak asing di setiap lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan maupun lembaga perusahaan. Humas pemerintah mempunyai fungsi yang sangat penting bagi sebuah pemerintahan yaitu membentuk citra suatu lembaga dan juga humas biasanya memiliki relasi yang luas (Rudi & Herru, 2017).

Peranan praktisi humas dalam pemerintahan merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman akan fungsi *Public Relations* dan komunikasi pemerintahan di samping sebagai sarana pengembangan pencapaian profesionalitas dari praktisi humas. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat membuat seorang praktisi PR harus mampu bersaing dan menguasai beragam teknologi yang berkembang saat ini termasuk mengontrol penggunaan media konvensional, media online dan media sosial.

Penggunaan media online dan konvensional bagi seorang PR adalah sebagai media *monitoring* terhadap isu – itu atau berita yang terkait mengenai instansi atau perusahaan di tempat dia bekerja. Dari sinilah semua berita yang berasal dari internet atau koran terkait instansi atau perusahaan dikumpulkan dan dianalisis yang nantinya akan dilaporkan kepada pimpinan instansi atau perusahaan tersebut.

Dalam melaksanakan tugasnya praktisi *Public Relations* perlu melakukan strategi dalam menanggulangi konten – konten yang diberikan media kepada publiknya. Praktisi *Public Relations* juga harus menjalin hubungan yang baik dengan media agar dapat memberikan informasi yang sesuai keinginan publiknya. Alasan mengapa seorang praktisi *Public Relations* harus memiliki pemahaman yang tepat tentang strategi membangun hubungan dengan media menurut Darmastuti (2012 :154) yaitu:

Fakta menunjukkan bahwa 90 % informasi yang dikirimkan oleh *Public Relations* ke media massa masuk ke tong sampah, dan hubungan yang baik antara *Public Relations* dengan media massa sangat mempengaruhi publikasi yang dikirimkan oleh *Public Relations* ke media massa.

Oleh sebab itu, *Public Relations* membutuhkan pengertian dan penguasaan tentang strategi menangani isu atau konten tentang media supaya dapat memberikan pelayanan yang baik kepada publiknya.

Melihat pembacaan di atas, penulis akan mencoba membuat penelitian yang membahas mengenai Strategi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I dalam menangani kasus-kasus pornografi pada platform media sosial khususnya pada aplikasi Telegram dengan mengambil judul: **“Strategi *Public Relations*”**

Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I Dalam Menangani Kasus – kasus Pornografi (Studi kasus: Sticker Pornografi pada Aplikasi Telegram)“.

1.2 Fokus Penelitian

Untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis hasil penelitian, maka Penelitian ini difokuskan pada Strategi *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I dalam menangani kasus *sticker* pornografi pada aplikasi Telegram yang meliputi 4 tahapan proses strategi *public relations* diantaranya adalah ***Defining the problem, Planning and programming, Taking action and communicating, dan Evaluating the program.*** Dari tahapan – tahapan tersebut peneliti mendeskripsikan langkah – langkah yang diambil oleh Kemenkominfo melalui wawancara secara mendalam yang nantinya akan ditemukan hasil dari penelitian ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari uraian di atas yang menjadi latar belakang penelitian penulis terdapat pokok permasalahan yang akan diteliti oleh penulis adalah

- a) Strategi apa yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I?
- b) Bagaimana Strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) R.I dalam menangani kasus *sticker* pornografi pada aplikasi telegram?.

1.4 Tujuan Penelitian

Melalui perumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan:

- a) Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, dan
- b) Untuk menjelaskan proses yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I dalam menyusun strategi *Public Relations* untuk kasus *sticker* pornografi pada aplikasi telegram.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang nantinya akan dilakukan ini diharapkan agar memberikan manfaat berguna bagi beberapa pihak, antara lain :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang komunikasi. Khususnya *Public Relations* terutama hubungan dengan publiknya. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya yang mengkaji tentang strategi perencanaan yang hanya dilihat dari satu sisi tertentu.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi kalangan mahasiswa, pelajar dan khususnya Kemkominfo R.I, guna menentukan bagaimana hubungan yang baik yang perlu dijalin dengan *public* sehingga tercipta hubungan yang menguntungkan serta saling pengertian untuk menciptakan citra positif.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, penulis membuat kerangka sistematika penulisannya menjadi 5 (lima) bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Didalam bab ini diuraikan mengenai fenomena yang diambil sebagai materi penelitian, latar belakang masalah yang diambil, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan skripsi

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai teori yang berhubungan dengan pengertian *Public Relations*, Tugas dan Tanggung Jawab *Public Relations* Tujuan *Public Relations*, Fungsi dan Peran *Public Relations*, Fungsi *Public Relations* Pemerintah, Strategi *Public Relations*, Tahapan Proses Strategi *Public Relations*, Media Massa, Media Sosial. Adapun materi yang digunakan adalah pengertian dari setiap variable, tipe-tipe yang dimiliki setiap variable. Dari variable tersebut nantinya akan didapatkan kesimpulan sementara dan dituangkan dalam kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan mengenai Metode Jenis Penelitian kualitatif dengan Metode Pengumpulan Data dengan Data Primer dan Data Sekunder, Pemilihan Key Informan, Teknik Keabsahan Data yang validitas dengan Uji Kredibilitas, Uji Dependability, dan Uji Konfirmability, serta Metode Analisis Data.

BAB IV : ANALISIS PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan masalah yang diangkat dan menguraikan analisis penelitian secara umum dan mendalam yaitu mengenai Strategi *Public Relations* Kemkominfo R.I dalam menangani kasus *sticker* pornografi pada aplikasi Telegram.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah dilakukan agar menimbulkan suatu *goodwill* dan pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh publik (khalayak).

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan sumber – sumber seperti buku, jurnal, dan sumber digital.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisikan lampiran yang mendukung hasil penelitian dan segala persyaratan yang sudah ditentukan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.