

RINGKASAN

ARGUMEN PEMERINTAH DAN *THE FREEDOM INSTITUTE* DALAM KEBIJAKAN KENAIKAN HARGA BBM: Sebuah Rhetorical Analysis pada Iklan Layanan Masyarakat dari *The Freedom Institute* & Kementerian Informasi dan Komunikasi

(Ratih Puspa (1), Dian Yulie Reindrawati (2), Sulikah Asmorowati (3))

Jurusan Ilmu Komunikasi(1), Jurusan D3 Pariwisata (2), Jurusan Ilmu
Administrasi Negara (3) FISIP Universitas Airlangga Surabaya
Kampus B Jl. Darmawangsa Dalam Surabaya. Telp. 031-5034015

Penelitian ini merupakan penerapan dari kajian Komunikasi Organisasi dan Kehumasan. Sebuah organisasi adalah sebuah entitas yang tidak hidup dalam ruang *vacuum*. Karena organisasi hidup di tengah-tengah masyarakat, maka organisasi harus mampu beradaptasi serta menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan sekitarnya. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh organisasi adalah ketika organisasi itu harus berhadapan dengan isu yang kontroversial. Hal inilah yang dialami oleh Pemerintahan SBY dan *The Freedom Institute* ketika berhadapan dengan isu kenaikan harga BBM. Dalam situasi seperti ini organisasi dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan publik yang memiliki kepentingan yang sama dengan organisasi. Dengan menggunakan kajian Retorika, penelitian ini bermaksud untuk mengungkapkan bagaimana sebuah organisasi memformulasikan pesannya, argumen-argumen yang dipakai, serta gaya retorika apa yang digunakan dalam situasi kontroversial semacam itu dengan menganalisis Iklan Layanan Masyarakat dari *The Freedom Institute* dan Kementerian Komunikasi dan Informasi.

Tinjauan pustaka yang digunakan adalah teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi organisasi, kehumasan, dan retorika. Juga akan dibahas tentang fungsi retorika bagi masyarakat serta relevansi retorika bagi masyarakat moderen seperti sekarang ini. Secara spesifik akan dibahas tentang berbagai macam teknik dan gaya retorika serta macam-macam aspek retorika yang nantinya akan diaplikasikan dalam penelitian ini. Secara khusus penelitian ini menggunakan konsep-konsep Retorika dari Aristoteles.

Metode Penelitian yang dipakai adalah Analisis Retorika. Analisis ini merupakan salah satu bagian dari metode analisis tekstual kualitatif. Penelitian dilakukan dengan menganalisis serta mengaplikasikan aspek-aspek Retorika *Ethos, Pathos, Logos, Aim, dan Mode* ke dalam objek penelitian yaitu Iklan Layanan Masyarakat tentang kenaikan harga BBM dari *The Freedom Institute* dan Kementerian Komunikasi dan Informasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan Layanan Masyarakat dari *The Freedom Institute* lebih banyak menggunakan pendekatan *Logos*, sementara Iklan Layanan Masyarakat dari Menkominfo lebih cenderung menggunakan pendekatan *Pathos* khususnya aspek *Pity* dan *Shame*.

Kata kunci = kenaikan harga BBM & Iklan layanan masyarakat

Dibiayai oleh Dana DIPA PNBP
Nomor Kontrak: 989/JO3/PP/2005
Tanggal: 28 Juli 2005

SUMMARY

THE ARGUMENTS USED BY INDONESIAN GOVERNMENT AND THE FREEDOM INSTITUTE IN JUSTIFYING THE OIL PRICE POLICY: A Rhetorical Analysis on Public Announcement Advertising by The Freedom Institute and The Ministry of Information and Communication

(Ratih Puspa (1), Dian Yulie Reindrawati (2), Sulikah Asmorowati (3))

Communication Studies Department (1), Tourism Department (2), State Administration Department (3) Faculty of Social and Political Sciences Airlangga University Surabaya
Campus B Jl. Darmawangsa Dalam Surabaya. Phone: 031-5034015

This research was a part of Public Relations and Organizational Communication domain. Organization as an entity lives and situated within a certain social environment and therefore must be able to interact and to adapt as its environment changes constantly from time to time. One of the abilities required by organizations to survive in a changing environment is the ability and competency to communicate and build a mutual relationship with its surroundings. Since the survival of organizations are dependent upon its dynamic relationship with its environment, it is crucial for organizations to be able to explain its position or point of view clearly regarding a certain controversial issue.

President Susilo Bambang Yudhoyono's Administration faced a similar situation when issuing a controversial policy to raise the price of oil-related products. This controversial policy raised debates, pros, and contras among different groups and communities in Indonesia. Mostly, the people were protesting and critiquing the current administration as insensitive towards the poor people sufferings.