

Menengok Peluang Prospek Kerja Auditor Komunikasi bagi Mahasiswa

Bicara soal prospek kerja lulusan Ilmu Komunikasi, kebanyakan dari kita mungkin langsung kepikiran profesi seperti *Public Relations*, *Social Media Specialist*, atau jurnalis. Padahal, sebenarnya masih ada profesi lain yang juga cukup menarik untuk dibahas, salah satunya adalah Auditor Komunikasi. Profesi ini menjadi cukup penting ketika banyak perusahaan atau penyelenggara acara mulai menggunakan berbagai klaim seperti “ramah lingkungan” untuk menarik perhatian publik. Di sinilah auditor komunikasi berperan untuk melihat kembali apakah pesan yang disampaikan tersebut memang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Topik tersebut dibahas dalam sebuah seminar bersama Mas Alfa, seorang Antropolog dan Peneliti Kajian *Sports, Media, & Society*, yang juga bekerja sebagai Auditor Komunikasi untuk *Event Olahraga*. Dalam pemaparannya, ia membahas empat kata “sakti” yang sering digunakan dalam *event*, yaitu *Green Event*, *Zero Waste*, *Society Friendly*, dan *Low Emission*. Keempat istilah tersebut memang terdengar positif. Namun, menurutnya, tetap perlu dilihat apakah klaim tersebut benar-benar sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Dari sini kemudian muncul perbedaan antara *claim* dan *reality*.

Hal tersebut sebenarnya bisa kita temui dalam beberapa *event* yang ada di sekitar kita. Pada pameran otomotif seperti GIIAS misalnya, narasi tentang *future vehicle* sering dikaitkan dengan kendaraan yang lebih *low emission*. Namun, masih banyak kendaraan dengan mesin bensin konvensional yang ditampilkan dalam pameran tersebut. Contoh lainnya dapat dilihat pada festival musik seperti Pesta Pora yang mengusung konsep ramah lingkungan dengan melarang pengunjung membawa air mineral kemasan sekali pakai dan mendorong mereka untuk membawa *tumbler*. Namun, ketika acara berlangsung, air mineral kemasan tetap dapat ditemukan dan dibeli oleh pengunjung.

Berdasarkan contoh tersebut, terlihat bahwa apa yang disampaikan melalui sebuah kampanye atau acara belum tentu sepenuhnya sama dengan apa yang terjadi di lapangan. Fenomena seperti ini kemudian dikenal dengan istilah *greenwashing*. Secara sederhana, *greenwashing* terjadi ketika suatu pihak terlihat ingin menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap lingkungan, tetapi kenyataannya belum tentu sesuai dengan yang disampaikan. Karena itu, seorang auditor komunikasi tidak bisa hanya melihat dari pesan yang diberikan oleh perusahaan atau penyelenggara acara saja.

Dalam pekerjaannya, auditor komunikasi perlu melakukan investigasi dan *double cross-check*. Artinya, auditor tidak langsung percaya begitu saja pada *claim* yang diberikan, tetapi juga mencari *evidence* dan melihat *reality* yang ada di lapangan. Ketiga hal tersebut kemudian dibandingkan untuk melihat apakah memang terdapat kesesuaian. Jika ditemukan adanya perbedaan yang cukup jelas, hasil audit tersebut dapat menjadi bahan evaluasi dan dalam kondisi tertentu juga dapat berujung pada teguran atau sanksi bagi pihak yang melakukan pelanggaran.

Dari pembahasan tersebut, terlihat bahwa pekerjaan di bidang Ilmu Komunikasi sebenarnya cukup luas. Mahasiswa Ilmu Komunikasi tidak hanya belajar bagaimana membuat pesan yang menarik atau membangun citra yang baik, tetapi juga belajar untuk melihat dan menganalisis pesan secara lebih kritis. Profesi Auditor Komunikasi menjadi salah satu contoh bahwa kemampuan tersebut juga dapat digunakan untuk memeriksa apakah suatu informasi atau klaim yang disampaikan kepada publik memang sesuai dengan kenyataan.