

# Inspirasi

memberi inspirasi komunikasi



**2** Bersama Meningkatkan Reputasi Bangsa  
Reputasi bangsa dibangun berdasarkan kolektifitas. Bagaimana caranya?

**3** Ajakan Hemat Energi...PR setengah Hati  
Menghemat energi bukan hanya slogan tetapi juga memerlukan keteladanan dan konsistensi.

## DPD, Batik dan Orchestra

## Opini Komunikasi Politik



Heri Rakhmadi

Sidang Paripurna DPD RI, 23 Agustus 2005: Tampil beda dengan busana batik dan Orchestra

Baru-baru ini tepatnya tanggal 23 Agustus 2005, kita disuguhkan pertunjukan menarik dan unik yaitu Sidang Paripurna Dewan Perwakilan Daerah RI (DPD RI) untuk mendengarkan pidato Presiden tentang pembangunan daerah. Unik dan menariknya karena baru pertamakali diselenggarakan sidang paripurna di gedung MPR dengan iringan orchestra sementara undangan mengenakan batik.

"Seperti menghadiri pesta perkawinan saja" celetuk wartawan yang meliput acara tersebut. Ya..Di ruang persidangan kala itu memang sangat terasa bernuansa pesta. Tamu-tamu yang datang seperti Bupati, Walikota, Ketua DPR RI Provinsi/Kabupaten, Duta besar Negara Sahabat, Menteri Kabinet, anggota DPD RI dan Presiden/Wakil Presiden, memasuki ruangan dengan wajah sumringah. Pakaian batik yang dikenakan dan diiringi lagu-lagu nasional yang dibawakan *Twilite Orchestra* sungguh membawa kesemarak.

Melihat pemandangan seperti itu, wartawan foto dan kamera televisi tiada henti-hentinya mengabadikan momen tersebut. Demikian pula wartawan radio, cetak, dan internet melaporkan peristiwa langka tersebut ke seantero nusantara.

### Strategi Tepat

Rancangan acara sidang paripurna DPD RI dengan pakaian batik dan orchestranya sungguh sangat tepat ditengah rendahnya awareness publik terhadap lembaga yang dipimpin Ginanjar Kartasasmita itu. Dengan

rancangan acara seperti itu, DPD RI berhasil "mencuri" kembali perhatian masyarakat karena konteks kebaruan dan juga keunikannya. Dan tentu saja materi yang dibahas.

Menurut Heri Rakhmadi, praktisi komunikasi dan juga Direktur BamboeDoea Communications menyatakan bahwa strategi DPD RI mengenakan batik dan mengundang *Twilite Orchestra* sangat tepat sebagai *gimmick* untuk mendapatkan perhatian publik. "Perhelatan ini juga akan semakin berarti jika DPD RI mampu menghasilkan kebijakan yang sesuai dengan aspirasi masyarakat daerahnya" urai Heri.

Perlu diketahui sejak dilantiknya anggota DPD RI pada bulan Oktober 2004, keberadaan dan aktivitas DPD RI nyaris tak terdengar. Berdasarkan riset IFES pada bulan Februari 2005 dinyatakan bahwa hanya sedikit (47%) pernah mendengar dan membaca atau bahkan sama sekali tidak mengetahui (34%) mengenai DPD RI. Bahkan dari yang 47%, hanya 19% responden yang mampu menyebut secara benar anggota DPD RI dari provinsinya.

Namun sejak penyelenggaraan sidang paripurna tersebut, tingkat popularitas lembaga yang mewakili daerah ini meningkat pesat.

Kini DPD RI harus menjaga momentum tersebut. Dengan momentum baik ini DPD RI akan lebih mudah berkomunikasi dengan seluruh konstituenya diseluruh Indonesia.

Ketika tulisan ini di buat, bangsa ini sedang menghadapi persoalan yang cukup pelik. Mulai dari kasus busung lapar, kontroversi perdamaian Aceh-GAM, penyakit flu burung, krisis/kelangkaan BBM, merosotnya nilai tukar rupiah, jatuhnya pesawat penumpang Mandala Airlines hingga desakan *reshuffle cabinet*.

Berlarut-larutnya persoalan diatas mulai memunculkan ketidakpercayaan publik. Tanda-tanda itu mulai terlihat dengan maraknya demonstrasi dan penolakan dari berbagai LSM, termasuk resistensi dari pelaku pasar dengan kebijakan ekonomi yang dijalankan.

Di negara manapun, ketidakpercayaan publik, adalah momok yang menakutkan karena dapat menyebabkan kejatuhan pemerintahan.

Tak salah jika pada beberapa kesempatan Presiden mencoba melakukan aktivitas komunikasi politik misalnya mengunjungi Bank Indonesia, memimpin rapat marathon dengan tim ekonomi, dan sidak ke berbagai tempat seperti kilang minyak dan lokasi jatuhnya pesawat Mandala. Tujuannya tentu saja meraih kepercayaan.

Persoalannya kemudian, percayakah publik dengan komunikasi politik tersebut? Pasalnya publik terlanjur menilai SBY terlalu pandai bersilat lidah.

Memang tidak mudah, tetapi kepercayaan itu bisa diraih dengan bekerja bersungguh sungguh, terbuka dan tidak menutup-nutupi. Bukan saatnya lagi menggunakan komunikasi lipstick yang selalu memoles ketidakbecusan. Kesalahan yang di komunikasikan dapat dipahami publik asalkan dengan argumentasi yang tepat.

Inspirasi kali ini mengulas berbagai persoalan komunikasi negara mulai dari Komunikasi DPD RI, Perdamaian Aceh, dan program hemat BBM. Inti pesan yang ingin kami sampaikan adalah perlunya komunikasi yang terbuka dan intensif. Dengan cara seperti itu kami yakin publik akan simpati dan menaruh kepercayaan. Selamat Membaca!!!

## Bamboedoea Communication Bantu Paripurna DPD RI



Pertemuan Pimpinan/anggota DPD RI dengan Forum Editor media cetak dan elektronik di Jakarta (4/8). Suasana akrab dan penuh kekeluargaan. Tampak dalam gambar Wakil Ketua DPD RI Irman Gusman, Direktur Pemberitaan TVRI, Nunuk Parwati, Pimpinan Bamboedoea Heri Rakhmadi dan anggota DPD RI Intsiawati ayus.

Suksesnya perhelatan sidang paripurna DPD RI tanggal 23 Agustus lalu tidak terlepas dari peran Bamboedoea Communications. Bamboedoea ditunjuk sebagai tim komunikasi dan public relations.

Dalam menjalankan tanggung jawab tersebut, Bamboedoea melaksanakan berbagai program komunikasi diantaranya penyebarluasan informasi, media relations dan media konsultan.



Konfrensi Pers Pimpinan/Anggota DPD RI menjelang sidang paripurna 23 Agustus 2005.

Dipilihnya Bamboedoea Communications diharapkan dapat mengangkat citra dan nama DPD RI ditengah hiruk pikuk perpolitikan di Indonesia. "Kami menginginkan agar sukses Bamboedoea pada pemilu 2004 juga diterapkan pada sidang paripurna ini" kata Irman Gusman, Wakil Ketua DPD RI di ruang kerjanya seusai meminta Bamboedoea sebagai tim Public Relations dan Komunikasi.

Hasilnya, Sidang Paripurna DPD RI mendapat peliputan yang luas oleh seluruh media cetak dan eletronik nasional/daerah. Tercatat 5 stasiun TV dan 3 stasiun radio menyiarkan secara langsung acara tersebut. Hasil yang lebih nyata lagi yaitu mulainya publik menaruh perhatian terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan anggota DPD RI.

Sebagaimana diketahui sidang paripurna DPD RI ini terbilang unik dan berbeda dengan sidang paripurna DPR. Suasana nampak lebih cair, bersahabat dan penuh kekeluargaan. Bahkan sebagian undangan yang hadir menyatakan bahwa acara ini lebih menarik dan bersemangat.

### IPRA Dialog:

## "Bersama Meningkatkan Reputasi Bangsa"

Bagaimana mengangkat citra Indonesia sebagai bangsa yang disegani dunia? Hal itu dibahas pada acara dialog yang digelar *International Public Relation Association (IPRA)* Representatif Indonesia yang diselenggarakan di Jakarta beberapa waktu yang lalu.

Pada dialog yang bertema "**Bersama Membangun Reputasi Bangsa**" itu, Teddy Kharsadi, MIPRA, praktisi senior PR dan juga sekaligus IPRA Council Member & National Chair - Indonesia menyatakan bahwa untuk mengangkat citra positif Indonesia harus dimulai dari citra pemerintah yang baik. Jika persoalan tersebut terselesaikan maka, hal lainnya akan menjadi mudah.

Sejalan dengan hal tersebut, Elizabeth G.Ananto, Ph.D menekankan bahwa selain dimulai dari pemerintahan, lembaga lainnya juga perlu turut berpartisipasi termasuk para jurnalis dan praktisi PR.

Pada kesempatan dialog tersebut, IPRA Indonesia Representatif juga menyampaikan selamat kepada Bamboedoea yang telah memperoleh penghargaan **Honorable Mention pada event IPRA Golden Award 2005**. Menurut Elizabeth G. Ananto, IPRA Fellow yang juga menjadi salah satu juri IPRA Golden World Award, prestasi Bamboedoea telah memberikan sumbangsih mengharumkan nama Indonesia di mata dunia internasional.



Peserta dan panitia dialog berfoto bersama seusai acara.

Dialog bulanan IPRA Indonesia ini diikuti oleh para profesional PR dan Petinggi media massa.

## Ajakan Hemat Energi: PR Setengah Hati

Masih ingat ajakan Presiden kita Soesilo Bambang Yudhoyono untuk menghemat energi? Mudah-mudahan masih ingat karena ajakan itu baru sebulan lalu dilakukan. Setelah keluarnya ajakan tersebut, secara spontan dan sporadis, departemen dan lembaga terkait mulai menerapkan ajakan tersebut dengan berbagai cara. Langkah konkrit yang dilakukan presiden untuk menghemat energi salah satunya dengan melarang penggunaan jas disiang hari. Alasannya agar temperatur AC tak perlu menggunakan suhu terdingin yang disyalir menghabiskan banyak energi listrik yang secara langsung akan mengkonsumsi banyak BBM.

Sementara itu Pemda DKI mematikan sebagian lampu penerangan jalan di Jakarta, dan menaikkan temperatur AC di gedung-gedung pemerintah. Seakan tak ingin ketinggalan Departemen Komunikasi dan Informasi mengeluarkan keputusan menteri yang membatasi jam siar televisi yang hanya sampai pukul 01.00 dini hari.

Lembaga-lembaga lainnya pun melakukan hal yang serupa dengan berbagai cara. Singkat kata semua ingin berpartisipasi mensukseskan program tersebut. Saking semangatnya ada sebuah perkantoran di daerah Sulawesi Selatan yang secara tiba-tiba pegawainya sebagian bersepeda ria menuju ke kantor.

Lalu bagaimana program hemat BBM sekarang? Istilah anak mudanya "sudah lupa tuh". Baru sebulan ajakan itu, tapi kini tidak terdengar lagi. Berdasarkan data Pertamina, konsumsi BBM tidak berkurang. Bahkan pada bulan September 2005 Pertamina tetap akan mengimpor minyak mentah sebanyak 17,6 juta barel minyak, sama dengan bulan sebelumnya.

Dari sudut pandang ilmu komunikasi, tak ada yang salah dengan ajakan Presiden untuk menghemat BBM. Yang kurang tepat adalah strategi yang dilakukan. Semestinya untuk mengkomunikasikan persoalan seperti ini perlu pelibatan banyak pihak termasuk masyarakat pihak swasta. "Pemerintah jangan main perintah saja".



Ke kantor naik sepeda: Lebih hemat

Pemerintah yang menjadi motor penggerak harus memberikan contoh yang baik. Ber-piara saja dengan menggagal kepercayaan. Jika pemerintah berhasil menanamkan kepercayaan maka akan mudah mengatasinya.

Menggalang kepercayaan bukanlah persoalan sepele karena memerlukan waktu yang panjang. Oleh karena itu pesan yang disampaikan harus terus menerus dan konsisten melalui media yang tepat dan terjangkau oleh publik.

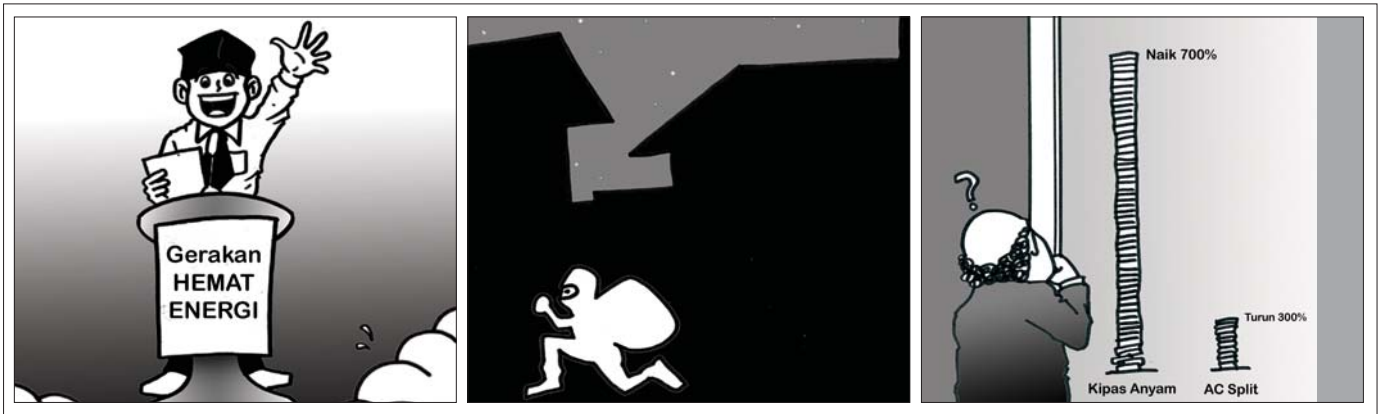
Kampanye yang dilakukan saat ini nampaknya kampanye spontanitas tanpa perencanaan yang matang.

## Aduh, Sulitnya Aceh Berdamai.

Begitulah kira-kira benak Hamid Awaluddin selaku Ketua Juru Runding perdamaian Aceh di Helsinki Finlandia. Pasalnya sesuai penandatanganan perdamaian, tidak sedikit permasalahan yang muncul di dalam negeri. Mulai dari sikap sebagian anggota DPR yang belum sepekat dengan hasil perundingan, pengamat yang "genit" dengan opini-opininya hingga masyarakat dan anggota GAM yang belum memahami esensi perdamaian.

Bila persoalan ini ditelusuri, sebetulnya berpangkal dari komunikasi yang kurang. Kesalahfahaman seharusnya bisa diselesaikan dengan sosialisasi. Konferensi pers saja tidak cukup karena media pun memiliki keterbatasan. Untuk itu perlu dilakukan berbagai terobosan komunikasi diantaranya melibatkan partisipasi masyarakat termasuk pihak yang bertikai yaitu GAM. Dan yang lebih penting lagi adalah proses komunikasi harus intensif yang menjangkau berbagai segmentasi yang terlibat didalam proses perdamaian ini. Kewibawaan kredibilitas dan kejujuran pemerintah akan menjadi modal utama. Walaupun ada kesalahan tidak perlu ditutupi tetapi perlu diperbaiki. Tujuan baik jangan didiamkan tetapi dikomunikasikan terus menerus.





## Etalase

Menjelang akhir tahun, banyak perusahaan membuat kalender & planner holder. Supaya tidak sekedar menjadi ritual akhir tahun sebaiknya "communication tools" itu dibuat lebih bermakna dan berdaya guna.

Kalender, planner holder, yang baik bukan hanya tampilan/desainnya yang bagus, tetapi juga harus mengandung pesan. Adapun pesan tidak harus melalui rangkaian kata-kata tetapi juga dari visual yang ditampilkan. Berikut contoh-contoh desain yang dapat dijadikan referensi.

