

2 **Aktivitas**
Dari Pelatihan ke Pelatihan

4 **Senggang**
Media Internal / Karikartun

Depdiknas Kini Semakin Transparan



Bambang Sudibyo, Menteri Pendidikan Nasional RI ketika meresmikan Gerai Informasi dan Media Depdiknas.

Depdiknas Selamat pagi... Dengan Neni, ada yang bisa bantu? "demikianlah sapaan bersahabat dari balik telepon ketika menghubungi Gerai Informasi dan Media Depdiknas.

Ya.. beberapa waktu lalu tepatnya tanggal 8 Februari 2006, Departemen Pendidikan Nasional meresmikan Pusat Informasi Pendidikan yang di beri nama Gerai Informasi dan Media (GIM). Gerai Informasi dan Media ini melayani kebutuhan publik terhadap informasi pendidikan baik berupa data statis, dinamis, foto, ataupun *audio visual* tentang pendidikan.

Departemen yang bertanggung jawab terhadap kemajuan pendidikan nasional ini juga melayani aspirasi, harapan dan pengaduan publik melalui telepon (021-5703303), SMS (0811976929), email (aspirasipendidikan@indo.net.id), faximile (021-5703337) dan juga melalui kotak surat (PO.BOX 4490). Layanan Informasi ini diberi nama Sahdu Sidik (Saluran Harapan, Pengaduan dan Aspirasi Pendidikan).

Hingga saat ini pengaduan terbanyak datang melalui SMS disusul pengaduan melalui email dan telepon. Pengaduan terbanyak mengenai permohonan pendidikan gratis, disusul masalah kurikulum dan pengadaan buku. Pengaduan lainnya mengenai penyalahgunaan wewenang di lingkungan

pendidikan. Aspirasi publik yang diterima direpson secepat mungkin bahkan ditindak lanjut melalui mekanisme yang diatur oleh Depdiknas.

Pelayanan Gerai Informasi juga meliputi pelayanan kepada jurnalis yang sehari-hari bekerja di Depdiknas seperti penyediaan fasilitas mesin foto kopi, mesin scanner, akses internet, telepon, faximile, ruang bekerja yang nyaman, serta komputer multimedia. Tidak itu saja Gerai Informasi juga menyediakan data dan informasi penting untuk kebutuhan media.

Gerai Informasi ini dimaksudkan untuk mewujudkan transparansi dan *good governance* di Departemen Pendidikan Nasional" jelas Bambang Sudibyo ketika meresmikan GIM ini di Jakarta. Selain itu, Mendiknas juga mengatakan bahwa GIM ini dimaksudkan untuk membangun citra positif lembaga pendidikan di Indonesia.

Heri Rakhmadi, Direktur Bamboedoea Komunikasi selaku praktisi komunikasi yang sekaligus konsultan pengembangan GIM menyatakan bahwa dibangunnya Gerai Informasi sebagai gerbang informasi terpadu Depdiknas sangat tepat ditengah maraknya isu pendidikan yang terjadi belakangan ini. "Semoga gerai mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat" urainya.

O p i n i

Saatnya Transparan



Heri Rakhmadi

Kata transparansi belakangan ini sangat sering diucapkan. Entah oleh pejabat negara, pimpinan perusahaan ataupun lembaga swadaya masyarakat. Motif penyebutannya berbeda beda. Kalau kata transparansi berasal dari mulut seorang LSM, maka bisa jadi transparansi itu berarti tuntutan, namun jika keluar dari mulut pejabat maka bisa jadi hal itu sebuah pembelaan atau pembenaran mengenai program yang dijalankan.

Menurut pengertiannya, transparansi dapat berarti keterbukaan dalam melakukan segala kegiatan termasuk aktivitas keuangan, *procurement* dan rekrutmen sumberdaya manusia yang banyak menjadi sorotan akhir-akhir ini. Transparansi juga berarti penjelasan dari sebuah fakta atau kebenaran.

Pertanyaannya, bagaimana mengimplementasikan transparansi ini menjadi sebuah kebenaran yang bukan hanya sekedar wacana atau retorika?

Jawabannya sederhana. Kerjakan dengan baik dan komunikasikan.

Mengkomunikasikan pekerjaan menjadi bagian proses menuju transparansi itu sendiri.

Depdiknas sepertinya harus diberi apresiasi karena lembaga yang bertanggung jawab terhadap kemajuan pendidikan ini mengawali transparansinya dengan aksi nyata mendirikan Gerai Informasi Media (GIM).

Dengan GIM, Depdiknas membuka diri terhadap pengaduan publik dan juga terhadap pemberitaan media cetak dan eletronik.

DPD RI Galakkan *Talkshow* Televisi-Radio



Prof. Surya, Ketua PAH III DPD RI pada acara Kabar Pagi Interaktif Radio 68H



Dr. Laode Ida, Wakil Ketua DPD RI pada acara Parlemen Menjawab TVRI

Sebagai sebuah lembaga baru, DPD RI gencar mengkampanyekan program dan misi yang akan dilakukan. Salah satu adalah dengan menggelar *talkshow* di media televisi dan radio. Bamboedoea Communications ditunjuk sebagai konsultan media sekaligus konseptor dari acara tersebut.

Berbagai tema diangkat mulai dari permasalahan perpajakan, masa depan lembaga DPD RI, Undang-Undang Guru dan Dosen, Dana Bantuan Langsung Tunai, dan berbagai permasalahan lainnya. Hampir seluruh pimpinan DPD menyempatkan diri untuk mengisi acara tersebut. Mulai dari Laode Ida dan Irman Gusman selaku Wakil Ketua, hingga Prof. Surya, Marwan Batubara, Muspani dan Faisal Mahmud juga menjadi narasumber. Program yang digelar pada Desember 2005 ini direncanakan akan berlanjut pada 2006. Hal ini sebagai wujud komitmen DPD RI untuk selalu berkomunikasi dengan konstituen pemilihnya.



Irman Gusman, Wakil Ketua DPD RI pada Acara Dialog Interaktif MetroTV

GIM Diawali dengan Rekrutmen SDM

Tahapan yang paling penting ketika membangun Gerai Informasi & Media (GIM) Departemen Pendidikan Nasional adalah penyiapan sumberdaya manusia (SDM). Pasalnya keberadaan SDM pada GIM ini sangat mempengaruhi kualitas pengelolaan gerbang informasi pendidikan di Indonesia.

Untuk itu, berbagai tahapan program dilakukan dalam rangka menjangkau sumberdaya manusia. Tahapan diawali dengan pengumuman terbuka, wawancara, psikotes, hingga pelatihan.

Materi pelatihan yang diberikan meliputi teknis penanganan media, teknik pelayanan publik, pembuatan siaran pers, teknis pengelolaan media center dan juga *training leadership* (pelatihan kepemimpinan) dan motivasi.



Materi Teknik pengelolaan Gerai Informasi dan Media



Materi Training leadership dan Motivations



Bamboedoea Tangani Pelatihan Pilkada

Sebagai Konsultan komunikasi yang berhasil menangani sosialisasi pemilu legislatif dan pemilu presiden 2004, Bamboedoea kebanjiran undangan untuk menjadi *trainer* dalam berbagai pelatihan Pilkada. Pada akhir 2005 hingga awal tahun 2006, Bamboedoea menjadi *trainer* bagi penyelenggara pemilu di Aceh dan Bontang.

Training Pilkada di Aceh diadakan untuk memberikan pembekalan mengenai strategi sosialisasi, membangun reputasi dan pengelolaan *media center*. Sementara di Bontang, Bamboedoea memberikan materi kepada penyelenggara pemilu tentang tata cara sosialisasi yang efektif dan efisien kepada pelaksana pemilu (PPK, PPS) di kabupaten Bontang.

Sebelumnya, Bamboedoea juga menjadi pembicara pelatihan pilkada di daerah lainnya.



Enam Tahun Majalah Toko Kita

Tidak terasa pengelolaan Majalah Toko Kita *Frisian Flag Indonesia* oleh Bamboedoea Communications kini genap enam tahun. Majalah yang secara khusus menyambangi pemilik toko yang menjual produk susu bendera itu terbit perdana pada akhir tahun 1999.

Terbitnya Majalah Toko Kita didasarkan pada pemikiran bahwa pemilik toko perlu informasi yang tepat mengenai pekerjaannya sebagai pemilik toko. Informasi yang tepat dan berguna diyakini akan meningkatkan loyalitas pemilik toko. Hasilnya terbukti, toko yang masuk dalam kategori Toko Kita memberikan kontribusi signifikan dalam penjualan produk-produk Susu Bendera.

Rubrikasi, penulisan hingga *lay-out* dirancang khusus sehingga majalah tiga bulanan ini enak dibaca, tidak menggurui dan bahkan menjadi referensi para pemilik toko. Rubrikasi pada majalah Toko Kita di antaranya, info cerdas, info sehat, info program, info produk, kiat, *entertainment*, sukses dan sebagainya.



Tips Membuat Majalah Internal

Kiat

Menerbitkan media internal bagi sebuah perusahaan atau lembaga pemerintah adalah hal yang lumrah. Tapi apakah sudah tepat dan efektif? Berikut kiat mengelola menerbitkan media internal yang tepat dan efisien:

1. Perjelas segmentasi pembacanya.
Segmentasi yang jelas sangat berhubungan dengan rubrikasi visi lembaga dan pesan yang ingin disampaikan.
2. Masa terbit harus diperjelas dan konsisten, taat *deadline*. Sebaiknya media internal diterbitkan dua kali sebulan atau minimal sebulan sekali.
3. Tulisan sebaiknya tidak formal (*feature*) untuk menghindari kejenuhan membaca.
4. Teknik pengolahan media internal bisa dilakukan dengan tiga cara yaitu *full-inhouse*, *semi-outsouse*, atau redaksi *in-house*. Cara yang terbaik adalah redaksi *in-house*. Artinya informasi/reportase berasal dari internal sedangkan editing naskah/penulisan serta *lay-out* dikerjakan pihak ketiga. Cara ini sangat efektif dan menghasilkan majalah internal yang layak baca, efisien, dan bermanfaat.
5. Media yang baik harus sampai ke tangan pembacanya tepat waktu.



Contoh media internal yang diterbitkan Bamboedoea Communications

Sinergi Komunikasi Pemasaran

Gagasan

Integrasi Iklan, Public Relations, dan Promosi



Oleh **Drs. Hifni Alifahmi, M.Si.**

Xx+240 hlm : 23 cm
Penerbit : Quantum

Bamboedoea Communications:

Buku ini bakal menjadi fenomena karena isinya memberi inspirasi sepanjang masa khususnya bagi para pemasar dan orang-orang yang bekerja pada disiplin ilmu komunikasi.

Suksesan program komunikasi pemasaran masa kini ditandai dengan adanya sinergi atau integrasi antara iklan, public relations, dan promosi yang memberi kesan unik, kreatif, mengemparkan atau membuat heboh.

Istilah-istilah baru pun muncul seperti komunikasi pemasaran, komunikasi korporat, komunikasi terpadu, pemasaran terpadu, pemasaran persahabatan, humas pemasaran, humas/pemasaran politik, dan pemasaran citra. Intinya adalah perkawinan antara disiplin ilmu atau praktik komunikasi dan pemasaran.

Buku ini merangkum selusin sinergi yang bisa diciptakan: sinergi pesan tematik, segmentasi media, gaya komunikasi dialogis, kombinasi reputasi korporat dan citra produk, iklan multiguna, promosi penjualan simpatik, pemasaran berbasis data, humas pemasaran, pemasaran getok tular, promosi di titik penjualan, ajang khusus pemasaran dan komunikasi akrab pelanggan.

by baloemar

Komunikartun



Inspirasi

Pimpinan Redaksi: Heri Rakhmadi,

Penulis: Andi Irman, **Sekretaris Redaksi:** Nita Saptarini,

Grafis: Iqbal, Wahyu, Tetra, **Alamat:** Jl. Cakra Wijaya II Blok J No. 10 Kav. Diskum

Jakarta Timur - 13420 Telp. +62 21 8591 2743 - 44, Fax. +62 21 856 0408

<http://www.bamboedoea.com>, e-mail: bamboedoea@bamboedoea.com,

bamboe2@dnet.net.id