

2 **Gagasan**
Humas Bukan Sekedar Tukang Klipping

3 **Wacana**
Krisis Tak Harus Kritis

BAMBOEDOE A di Media Center Pilkada ACEH



Kandidat Gubernur NAD

Suksesnya Pilkada NAD 2006 yang baru saja berlalu menjadi kebanggaan Bamboedoea Communications. Betapa tidak pada event akbar yang menjadi sorotan dunia Internasional tersebut, Bamboedoea ditunjuk (setelah melalui tender) oleh UNDP (United Nations Development Programme) dan Komisi Independen Pemilihan Aceh (KIP ACEH) untuk mengelolah sosialisasi terpadu (Media Center) Komisi Independen Pemilu.

Kebanggaan itu tentu saja sangat beralasan. Betapa tidak Pilkada Aceh merupakan Pilkada terbesar dalam sejarah Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia. Bayangkan saja, Pilkada ini diselenggarakan di 19 Kabupaten/kota serentak, untuk memilih Gubernur/Wakil Gubernur sekaligus Bupati/Wakil Bupati dan Walikota/Wakil Walikota. Dilihat dari jumlah daerah yang melaksanakan pemilihan, tidak heran kalau terdapat 42.581 penyelenggara formal yang terdiri dari Petugas KPPS, PPG, PPK, Panwas, KIP Kabupaten/kota, sampai KIP Provinsi.

Dalam pemilihan skala besar inilah, Media Center KIP bergerak aktif menginformasikan segala data dan informasi seputar proses dan perkembangan Pilkada NAD. Sejak September 2006, Media Center sudah bergabung dengan KIP untuk mensosialisasikan informasi seputar pelaksanaan Pilkada, antara lain dengan strategi komunikasi penyebaran materi sosialisasi, melaksanakan event-event pers, dan melibatkan publik secara luas.

Setiap hari, tim media center melakukan monitoring media dan melihat tren pemberitaan yang berkembang. Pada minggu-minggu menjelang Pilkada, jumlah berita yang muncul bisa mencapai 300 buah. Isu yang sedang hangat akan segera ditanggapi dengan melaksanakan Konferensi pers atau Press Background. Media dan publik juga bisa langsung meminta data ke help desk

informasi yang selalu siap di Media Center. Selain itu, juga ada tim event yang membentuk konsep acara dan event yang meriah dan melibatkan berbagai unsur masyarakat. Deklarasi Kampanye Damai dan Karnaval becak adalah contoh event yang mendapat coverage nasional dan internasional.

Hal ini tentu tidak mudah, karena selain diperhatikan publik, banyak aspirasi yang harus diakomodasi. Sebagai contoh, total peserta yang ingin menjadi Kepala Daerah adalah 130 pasang (260 orang) kandidat bersaing pada Pilkada Aceh 2006. Jumlah ini terdiri dari 8 pasang calon Gubernur/Wakil Gubernur dan 122 pasang calon Bupati/Wakil Bupati dan Walikota/Wakil Walikota. Yang istimewa dan menjadi perhatian banyak pihak, adalah bahwa terdapat calon independen di Pilkada yang diawasi 150 orang pemantau asing ini. Untuk memilih mereka, KIP membuka 8.471 TPS di seluruh NAD, dengan 16.942 kotak suara; 33.884 bilik suara; serta 8471 botol tinta Pilkada. Ini belum pengandaan logistik lainnya seperti termasuk 5.405.348 lembar surat suara dan 2.632.935 kartu pemilih.

Kerja sama berbagai pihak ini tidak sia-sia. Sebagai hasil, terpilihlah salah satu calon independen, yaitu irwandi Yusuf-M.Nazar, yang meraup 38.2% suara -'96 mematahkan prediksi survey nasional dan internasional yang menyatakan kemungkinan besar akan ada Pilkada Putaran II untuk Pemilihan Gubernur/Wakil Gubernur.

Salah satu hal yang patut dibanggakan adalah kecilnya kesalahan mencoblos, yaitu hanya 4.39%. Jumlah yang menjadi angka terendah dalam pelaksanaan pemilihan di Indonesia itu mencerminkan bahwa masyarakat tahu dengan baik tata cara pencoblosan. Dengan kata lain, sosialisasi berhasil dilakukan.

O p i n i

SUKSES KOMUNIKASI, SUKSES PILKADA NAD



Heri Rahmadi

Pekerjaan baru, kekhawatiran baru. Begitulah siklus dunia kerja. Seperti setumpuk kekhawatiran yang mengganjal sebelum kami berangkat ke Aceh untuk program Pilkada NAD. Mulai dari masalah keamanan, juga masalah praduga orang Aceh yang kabarnya sulit menerima kehadiran orang luar.

Harus kami akui, Pilkada NAD adalah program yang kompleks. Selain tempat penyelenggaraannya yang rawan konflik, juga karena Aceh merupakan daerah bencana dimana masih ada 250 ribu orang yang tinggal di barak. Kompleksitas lainnya karena adanya calon independen yang harus diverifikasi secara faktual. Selain itu adanya persyaratan uji baca Al-quran pada tahap pencalonan.

Jadi saat merancang program ini, kami pun mulai menyusun strategi secara matang. Pertama-tama, kami melakukan riset, mempelajari survey-survey yang telah ada, menganalisis kecenderungan media massa, juga mempelajari kultur masyarakat Aceh.

Kami juga mempelajari beberapa survey opini masyarakat Aceh mengenai Aceh. Dari survey bulan Februari 2006 ini, kami mendapatkan data awareness level, sumber informasi masyarakat Aceh, pengetahuan masyarakat NAD tentang waktu dan pelaksanaan Pilkada Aceh.

Ternyata, dari sana kami tahu bahwa ternyata 47,5% sudah tahu bahwa Pilkada akan dilaksanakan. Tak hanya itu, 75% warga juga tahu bahwa Pilkada itu tidak hanya memilih gubernur, juga bupati dan walikota Aceh. Dari sana kami kemudian menyusun strategi dan membentuk tim yang terdiri dari 7 orang yang telah berpengalaman dalam mengelola sosialisasi beberapa Media Center, seperti Pemilu 1999, Pemilu 2004, dan Pilkada Depok.

Yang juga melegakan adalah, ternyata setibanya disana sebagian besar kekhawatiran awal kami hanyalah mitos belaka. Syukurlah, semua pihak mulai dari UNDP, KIP, Pemda menyambut kami dengan sangat ramah dan tangan terbuka.

Pada Pilkada aceh, PR dan publicity kami jadikan program utama sedangkan iklan hanya sebagai pendukung (hanya menghabiskan 2,5% dari total anggaran)

Hasilnya, dalam 1,5 bulan awareness masyarakat meningkat pesat. Tercatat ada 79,9% partisipasi masyarakat, dan ini termasuk yang tertinggi di Indonesia. Tentu saja, ini merupakan kepuasan tertinggi bagi kami, karena Pilkada bisa berjalan aman dan damai.

Humas Pemerintah : **BUKAN SEKEDAR TUKANG KLIPPING**



Media Center Depdiknas

Saat ini, hampir seluruh instansi pemerintah punya kantor humas yang merupakan jembatan pemerintah dengan masyarakat, sekaligus p e n g h u b u n g pemerintah dengan pers.

Untuk itu, divisi humas ini juga telah m e l a k u k a n sejumlah publikasi internal, member-

dayakan kantor-kantor wilayah serta unit pelayanan teknis sebagai outlet informasi.

Sayangnya, masih banyak masyarakat yang menganggap kinerja humas pemerintahan kurang baik. Dalam polling di website Bakohumas pada 7 Maret 2007. dari 46 responden, 65,2% menganggap kinerja humas pemerintahan kurang baik. 30,4% menganggap kinerja humas pemerintahan cukup baik, dan hanya 4,34% yang menganggap kinerja humas pemerintahan baik.

Apa sajakah kendala para humas pemerintahan tersebut?

- Lemahnya struktur dan kultur organisasi humas di sebagian besar instansi pemerintahan. Tak hanya itu, kultur pikiran para pejabat dan petugas humas juga masih cenderung "to be served" ketimbang "to serve" publik.
- Infrastruktur, seperti belum lengkapnya sarana dan prasarana yang memadai, seperti ruang kerja, peralatan kantor, dan sarana penunjang lainnya.
- Sumber Daya Manusia yang ada belum memenuhi kualifikasi sebagai petugas/pejabat humas. Ini karena petugas humas belum dianggap penting oleh pimpinan, sehingga rekrutmentnya pun terkesan "seadanya".
- Belum bisa meraih kepercayaan publik. Poin ini didasari oleh beberapa hal, seperti:
 - 1) Tidak terkemasnya informasi secara baik
 - 2) Kurang efektifnya media yang digunakan. Banyak instansi pemerintahan yang masih menggunakan

penerbitan internal melalui majalah, tabloid, leaflet, website. Selain konten yang kurang diminati publik, penerbitan internal juga tak mampu menjangkau khalayak secara luas.

- 3) Adanya diseminasi informasi mengenai topik yang sensitif, misalnya kebijakan pemerintah. Ini mengesankan kinerja humas yang lamban, sehingga tertinggal oleh media massa.
 - 4) Citra humas pemerintah yang kurang kredibel dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya.
- Belum adanya standar minimal kelembagaan humas pemerintahan yang diatur secara nasional untuk menetapkan organisasi kehumasan pemerintahan, misalnya setara dengan satuan kerja atau organisasi di lembaga pemerintahan, baik pusat maupun daerah.
 - Belum terciptanya aliran informasi atau standar konten dari setiap departemen/ lembaga negara/ BUMN/ Pemda terhadap penanganan informasi, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Padahal, potensi humas pemerintah secara organisasi sebetulnya cukup besar. Di tingkat Kabupaten/Kota saja, terdapat 400 organisasi kehumasan. Sementara di tingkat Propinsi terdapat 33 organisasi kehumasan dan di tingkat Pusat sebagai anggota Bakohumas ada sekitar 183 organisasi melingkupi Departemen, Lembaga Negara dan BUMN.

Untuk itu, perlu pemberdayaan lembaga humas pemerintah, misalnya cara pengelolaan informasi kebijakan pemerintah, sehingga informasi tersebut dapat disampaikan pada masyarakat. "Oleh karena itu, humas pemerintah yang sementara masih dicitrakan hanya sebagai pengklipping, atau sebagai tukang foto saja, perlu ada upaya-upaya peningkatan kemampuan skill di bidang kehumasan," ujar Sofyan Djalil, Menkominfo di Palembang, 22 Desember 2006).

Pusat Informasi dan Humas Departemen Pendidikan Nasional mungkin bisa menjadi contoh yang baik. Departemen ini mengembangkan Media Center sebagai pusat informasi terpadu yang mewadahi semua lembaga di dalamnya. Media Center Diknas ini juga memiliki sejumlah SDM yang handal dan powerfull untuk menyelenggarakan sejumlah program komunikasi. Bagaimana dengan departemen lainnya?

Menanti

RUU Kebebasan Memperoleh Informasi dan RUU Pelayanan Publik, PR Akan Semakin Dibutuhkan

Dalam waktu dekat, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat akan menetapkan Undang-undang yang sangat penting yaitu **Undang-Undang Kebebasan memperoleh Informasi dan UU Pelayanan Publik**. Kenapa Undang-undang ini menjadi penting ? karena selama ini masih banyak persoalan yang dihadapi masyarakat terkait hak untuk memperoleh informasi dan pelayanan publik.

Persoalan Pelayanan Publik

Sejarah birokrasi di Indonesia memiliki raport buruk dimana birokrasi terkadang menjadi mesin politik. Imbas dari itu semua, masyarakat harus membayar tarif/biaya yang mahal. Ketidakpastian waktu, dan ketidakpastian siapa yang bertanggung jawab adalah beberapa fakta empiris rusaknya layanan birokrasi. Lebih dari itu, layanan birokrasi justru menjadi salah satu penyebab terhadap maraknya korupsi, kolusi, nepotisme.

Secara substansi RUU Pelayanan Publik sangat baik karena ingin mengikis habis ketidakefisienan layanan birokrasi, yakni dengan membuat standar pelayanan, seperti prosedur pelayanan, waktu pelayanan, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana, kompetensi petugas pemberi pelayanan, pengawasan internal, penanganan pengaduan, saran dan masukan, serta jaminan pelayanan (Pasal 17 RUU Layanan Publik, Draf VIII). RUU Pelayanan Publik ini juga memberikan ruang yang luas bagi masyarakat jika terjadi sengketa antara masyarakat dan pemberi pelayanan publik, bahkan melalui akses gugatan publik, baik dengan cara class action maupun legal standing (Pasal 40 RUU Layanan Publik, Draf VIII).

Persoalan Kebebasan Memperoleh Informasi Publik.

Sama halnya dengan pelayanan publik, akses memperoleh informasi pun menjadi persoalan di negeri ini

KRISIS TAK HARUS KRITIS

Belum lama kita terkejut dengan musibah kecelakaan pesawat Adam Air, dan tenggelamnya kapal Levina, kita lagi-lagi dikejutkan dengan peristiwa terbakarnya pesawat Garuda pada Maret lalu. Tak hanya musibah yang menelan sejumlah korban jiwa, peristiwa ini sekaligus juga menjadi titik krisis bagi perusahaan yang bersangkutan.

Secara harafiah, krisis bisa berarti setiap situasi yang dapat mengancam integritas ataupun reputasi perusahaan, yang kerap kali disebabkan oleh kecenderungan media dalam memberitakan secara negative. Situasi ini bisa berupa permasalahan hukum, pencurian, kecelakaan, kebakaran, banjir ataupun bencana lainnya yang bisa mencemarkan nama baik perusahaan, baik langsung ataupun tak langsung. Atau, situasi ini juga bisa berupa kondisi dimana media massa memberitakan bahwa perusahaan Anda tidak bereaksi dengan sebagaimana mestinya saat menghadapi krisis. Dalam kasus di atas, misalnya kecenderungan negative dalam memberitakan peristiwa tersebut. Apalagi saat PR perusahaan atau juru bicara perusahaan tersebut tak kunjung muncul dan memberikan pernyataan.

Lalu bagaimana mengatasinya? Nah, berikut 6 kunci panduan Anda dalam menangani krisis adalah:

- Bersikap responsif dan cepat menangani persoalan
- Membentuk Tim Krisis Komunikasi, yang terdiri atas CEO, kepala bagian PR, Direktur, Manajer senior dari divisi yang terlibat dalam krisis, kepala bagian keamanan, pengacara organisasi, juga pihak-pihak yang mungkin terlibat seperti saksi. Keseluruhan anggota tim nantinya harus punya kemampuan untuk menghadapi pertanyaan media. Tim ini nantinya akan bertugas untuk mengidentifikasi tindakan yang harus diambil dalam menyikapi krisis yang sedang terjadi.
- Ciptakan figur juru bicara. Harus ada satu figur juru bicara yang mewakili perusahaan, membuat pernyataan resmi, menjawab pertanyaan media selama krisis. Perlu juga disiapkan juru bicara pengganti jika juru bicara utama sedang berhalangan. Tak hanya itu, juga perlu disiapkan sejumlah pakar atau konsultan ahli, seperti misalnya pakar keuangan, konsultan teknik, ataupun ketua komunitas yang terkait krisis. Juru bicara haruslah seorang yang nyaman berhadapan dengan media dan wartawan,



Musibah Garuda

berpengalaman menangani media, mampu mengidentifikasi sejumlah kunci pokok, mampu bicara di depan umum tanpa menggunakan jargon, menghargai pekerjaan wartawan, serta memiliki wawasan yang luas tentang organisasi dan penanganan krisis.

- Buatlah news release, yang minimal mencakup 5W yaitu who, what, when dan where kejadian. Fakta yang dimuat haruslah akurat dan berasal dari sumber yang terpercaya.
- Siapkan pernyataan yang dapat digunakan oleh pihak-pihak selain juru bicara untuk menjawab pertanyaan wartawan. Ini karena wartawan berhak mewawancarai siapa saja. Karena itu, hendaknya disiapkan pernyataan seperti "Saat ini masih dilakukan pencarian fakta. Tapi akan segera diadakan konferensi pers mengenai hal ini. Jadi, mohon tinggalkan nama dan nomor ponsel yang dapat kami hubungi. Terima kasih". Pernyataan ini nantinya bisa disebar luaskan lewat telpon, email, fax, ataupun sms.
- Tunjukkan kerja keras dalam mengatasi krisis tersebut. Pastikan setiap aktivitas Anda dalam mengatasi krisis itu diliput oleh media.
- Timbulkan empati publik, misalnya dengan menggunakan testimoni para karyawan ataupun keluarga korban.

padahal, hak memperoleh informasi merupakan bagian hak asasi manusia. Pada konstitusi hasil perubahan kedua disebutkan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi guna mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya serta berhak mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Sejauh ini fungsi kontrol masyarakat sangat terbatas karena tidak ada perangkat hukum yang menjadi dasar seseorang untuk memperoleh informasi. Di sisi lain, pemerintah dan aparaturnya terkendala karena tidak adanya batas yang jelas mengenai informasi jenis apa saja yang bisa diperoleh publik. Persoalan semakin rumit apabila dikaitkan dengan keluarnya Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2004, di mana batasan mengenai rahasia negara bergantung pada kebijakan pejabat publik. Ketika pejabat publik bisa berkehendak sendiri merumuskan batasan keterbukaan dan kerahasiaan sebuah informasi. Hal ini menyebabkan partisipasi publik akan layu karena praktis akses untuk mendapatkan informasi publik bisa tertutup rapat hanya karena subjektivitas pejabat publik.

Pada rancangan Undang-undang kebebasan memperoleh informasi publik ini (KMIP) disebutkan bahwa undang undang ini akan menjamin hak setiap orang dan Badan Publik untuk dapat mengakses Informasi Publik dalam rangka mendorong

peningkatan kecerdasan masyarakat, kualitas kehidupan sosial dan kesejahteraan ekonomi melalui pemanfaatan Informasi Publik. Selain itu juga mendorong terwujudnya penyelenggaraan negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif dan efisien, serta dapat dipertanggungjawabkan dan yang lebih penting lagi karena undang-undang ini diharapkan akan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan nasional serta dalam aktifitas penyelenggaraan negara.

PELUANG Public Relations

Diundangkannya RUU Pelayanan Publik dan Kebebasan memperoleh informasi tentu saja menjadi peluang sekaligus tantangan bagi komunitas public relations, karena dengan kompetensi yang dimilikinya, lembaga negara menjadi sangat membutuhkan profesi ini.

Lembaga piar (PR) memiliki kompetensi mengatur arus informasi berdasarkan kebutuhan publik, demikian pula cara untuk mengakses informasi itu secara mudah, murah dan efisien. Peran lembaga piar akan menjembatani kekuatan lembaga negara terhadap kebocoran rahasia negara karena lembaga piar yang baik dapat mengemas informasi dan menyajikan secara transparan kepada publik. Dengan demikian publik akan merasa terlayani dengan informasi dan pelayanan yang diberikan.

Materi Sosialisasi Pilkada NAD 2006

Hampir 1.000.000 exp materi sosialisasi diproduksi dan didistribusikan untuk mendukung sosialisasi Pilkada NAD 2006



Newsletter KIP NAD



Baliho



Buku Panduan



Poster



Komik Sigam Sinong



Brosur



Stiker Mobil



Kertas Suara untuk Sosialisasi



Print ad / iklan koran



Umbul-Umbul



Kalender