

Gagasan

- 2 Humas Bappenas Ingin Contoh PIK Depkumham

Wacana

- 3 KPU Undang Bamboedoea Bedah Masalah Komunikasi

Senggang

- 4 Website dan Poster Depkumham peroleh Anugerah Media Bakohumas

Mem PR kan Indonesia

Mungkin menjadi sebuah pertanyaan besar, tetapi tidak terpikirkan, mengapa Indonesia yang memiliki banyak potensi ini, kurang memiliki reputasi di mata dunia internasional. Apakah benar, bangsa lain lebih unggul dari kita. Atau jangan-jangan, kita yang tidak sadar bahwa begitu banyak potensi yang dimiliki bangsa ini. Kalaupun sadar, sudahkah kita punya strategi mengelola keunggulan bangsa ini.

Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi pembahasan dalam Konvensi Nasional Humas (KNH) Indonesia 2008 yang akan berlangsung di Batam, 3 sampai 6 Desember 2008. Dengan mengambil tema "Branding the Nation", ratusan pakar, akademisi, praktisi dan pemerhati humas Indonesia berkumpul mendiskusikan bagaimana menciptakan *country branding* Indonesia, yang akan menjadi acuan bagi PERHUMAS dan *stakeholdersnya* dalam membangun Nation Branding.

Saat ini, disamping pentingnya reformasi kelembagaan, seperti efisiensi birokrasi, peningkatan mutu layanan publik, efektifitas regulasi, akuntabilitas dan transparansi serta penegakan hukum, usaha-usaha komunikasi yang terintegrasi untuk mengelola *brand* Indonesia—baik di tingkat institusi, perusahaan sampai negara juga menjadi sangat penting.

Globalisasi yang meretas sekat-sekat geografis dunia, membuat Indonesia harus mempunyai daya tahan untuk siap bersaing dengan negara-negara lain. Masing-masing negara akan berusaha meningkatkan reputasinya. Lewat penguasaan komunikasi dan informasi yang baik, sebuah negara akan mampu mewartakan keunggulannya ke seluruh dunia.



Perhumas menyakini, Indonesia banyak memiliki keunggulan kompetitif baik itu sebagai negara maupun sebagai bangsa. "Persoalannya, apakah keunggulan yang kita miliki sudah dikomunikasikan dengan baik ke publik sendiri atau ke dunia, dan seberapa pemahaman publik atas keunggulan tersebut," ujar Ketua Panitia KNH yang juga Direktur Bamboedoea Communications Heri Rakhmadi.

Konvensi ini, lanjut Heri, dirancang sebagai forum untuk melahirkan gagasan-gagasan dan pemikiran yang operasional untuk para praktisi *public relations* (PR), pimpinan perusahaan, praktisi media massa dan para pemangku mandat di pemerintahan untuk saling bersinergi dan memahami bidang kerja masing-masing. "Sinergi ini akan mampu menciptakan *Country Branding*

Indonesia yang selanjutnya menjadi acuan bagi PERHUMAS dan *stakeholdersnya* dalam membangun Nation Branding dalam tataran operasional, bukan hanya wacana," jelas Heri.

Selain dihadiri "orang humas", KNH juga menghadirkan Menteri Komunikasi dan Informasi Prof. M Nuh, Menteri Luar Negeri Hasan Wirajuda, 18 pembicara handal, pejabat pemerintah, pimpinan perusahaan, tokoh-tokoh komunikasi, tokoh politik, tokoh masyarakat, media massa, lembaga swadaya masyarakat serta mahasiswa dan peminat PR. "Dengan mengundang berbagai kalangan dan lapisan masyarakat, maka, pesan-pesan dari konvensi nasional ini dapat disebarluaskan," ujar Heri.



Heri Rakhmadi

Iklan Politik atau Public Relations ?

Cara paling dangkal untuk berusaha mempengaruhi orang lain adalah melalui omongan tanpa apa pun yang nyata di belakangnya. Pengaruh yang dihasilkan oleh sekedar goyang lidah seperti itu tidak akan terlalu berarti (I Ching, abad ke 18 SM).

Akhir-akhir ini, kita sangat akrab dengan maraknya iklan politik. Mulai iklan Pilkada, iklan parpol hingga iklan calon presiden. Langkah ini dianggap dapat mendongkrak citra sehingga bisa terpilih oleh rakyat. Betulkah?

Iklan media memang cara pragmatis untuk mendongkrak popularitas seseorang. Namun, dalam konteks politik, apalagi untuk memilih calon pemimpin, sesungguhnya tidak terlalu tepat karena iklan hanya menampilkan permukaan yang bisa jadi menipu. Bahkan, iklan adalah jalan pintas yang instan dan cepat untuk memperkenalkan diri kepada rakyat. Iklan tidak dapat menilai kompetensi dan integritas seseorang. Dengan iklan, masyarakat hanya dijejali kelebihan-kelebihannya semata. Iklan politik hanyalah sebuah metode pemaksaan makna melalui biaya yang besar.

Pertanyaannya, apakah dengan melakukan pencitraan seperti yang dilakukan sekarang ini akan mampu menjawab problem dasar yang dialami kehidupan politik kita sekarang? Jawabnya pasti tidak. Figur populer belum tentu dipilih karena masyarakat saat ini tidak bodoh lagi. Masyarakat juga menginginkan pemimpin yang berkualitas bukan sekedar populer. Paling tidak ada tiga hal penting untuk bisa dipilih. Pertama, masalah konstituen atau basis dukungan. Kedua, kompetensi dan kapabilitas. Dan ketiga adalah integritas moral politik. Dengan kata lain menjadi seorang pemimpin butuh citra dan reputasi baik untuk mendapatkan kepercayaan publik dan dipilih.

Bagaimana dengan strategi public relation (PR)? Strategi dan program PR ditujukan untuk membangun reputasi dan kepercayaan publik, melalui peningkatan citra positif, dan memperbaiki citra negatif. Berbagai aktifitas PR mampu mendekatkan calon dengan rakyat melalui komunikasi dua arah. Dengan demikian rakyat juga bisa menilai calon pemimpin. Kendala utama PR ini adalah butuh waktu yang cukup lama serta strategi yang tepat, tidak cukup bermodalkan uang saja. Membangun kepercayaan publik dan reputasi tidaklah mudah dan butuh waktu. *Reputation is slow to earn but fast to loose*. Tetapi peluangnya ada karena kebijakan KPU memperpanjang masa kampanye menjadi 9 bulan. Rakyat punya waktu banyak untuk menilai calon pemimpinnya. Bukankah memang untuk menjadi pemimpin tidak instan dan tidak ujuk-ujuk? wassalam.

Humas Bappenas Ingin Contoh PIK Depkumham

Humas Kementerian Negara Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas ingin mencontoh strategi komunikasi yang telah dijalankan oleh Pusat Informasi dan Komunikasi (PIK) Departemen Hukum dan HAM (Depkumham).

Kepala Biro Humas dan TU Pimpinan Bappenas, Maruhum Batubara mengatakan, PIK Depkumham dapat dijadikan contoh oleh Bappenas dalam menyambut diberlakukannya Undang-Undang (UU) Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (PIK). "Media center yang ada di Depkumham, bisa dijadikan contoh bagi pengembangan program diseminasi informasi di Bappenas," ujar Maruhum di PIK Depkumham, Gedung Depkumham Jakarta (24/07).

Menurut Maruhum, media center memang diperlukan untuk bisa membantu pekerjaan wartawan, sehingga terjalin komunikasi yang baik antara narasumber dengan media dalam menyampaikan berbagai informasi. Kehumasan di Bappenas lanjut Maruhum, sangat strategis karena deputi-deputi yang ada di dalam Bappenas menyangkut berbagai isu, mulai dari Polhukhankam, ekonomi hingga ke isu lingkungan hidup. Semua itu perlu memperoleh tanggapan publik agar bisa diperoleh kebijakan yang komprehensif dan merangkul aspirasi publik.

"Untuk bisa mensukseskan terlaksananya *media relations* yang sehat memang diperlukan kerjasama yang baik di internal Bappenas. Selain itu, diperlukan kecakapan staf serta pengetahuan dan kemampuan dalam membaca strategi dan kebutuhan isu wartawan," ujar Maruhum.

Team Leader PIK Depkumham Heri Rakhmadi menjelaskan, latar belakang dibentuknya PIK adalah untuk mempersiapkan Humas Depkumham dalam menyambut diberlakukannya UU KIP, yang mengharuskan adanya transparansi informasi kepada masyarakat di semua lembaga pemerintah.

Menurut Heri, informasi adalah bagian yang tidak dapat dilepaskan dari publik. Salah satu fungsi PIK adalah menyalurkan aspirasi publik dalam setiap penyusunan peraturan perundang-undangan. Sebelum adanya PIK, banyak publik yang masih menganggap bahwa

Depkumham adalah lembaga penegak hukum. Padahal, peran itu telah diambil alih oleh Mahkamah Agung. Setelah ada PIK, publik mulai mengetahui bahwa peran Depkumham adalah pembangunan hukum nasional. "PIK membantu departemen (depkumham) mengelola kehumasannya," kata Heri

Depkumham adalah salah satu departemen yang mempunyai unit utama terbanyak (10 unit utama). Dalam mengelola informasi, PIK Depkumham merancang strategi tiap-tiap unit. "Setiap unit kita buat strateginya masing-masing. Sekarang (strategi komunikasi) dalam proses aplikasi," ujar Heri.

Kegiatan yang telah dilakukan oleh PIK Depkumham adalah mengeluarkan strategi komunikasi yang diperlukan oleh biro humas Depkumham antara lain, *media relations* (*press conference, press background, press tour* dan mediator antara media massa dengan departemen termasuk menyediakan media center). Selain itu, PIK melakukan *media monitoring*, pengelolaan website dan manajemen data.

Diakhir kunjungan, rombongan Biro Humas dan TU Pimpinan Bappenas diajak berkeliling melihat berbagai kegiatan, meteri sosialisasi, berbagai fasilitas dan ruangan Media Center Depkumham. Tiga ruang utama yang dikunjungi, yaitu: Ruang Media Informasi (*media monitoring* dan rekapitulasi berita termasuk berita TV, media data olahan); Ruang Press Conference, dan Press Room (Ruang Media Relations, Ruang Rapat dan beberapa unit komputer, sambungan internet, telepon, fax, dan etalase koran dan majalah nasional yang disediakan sebagai fasilitas wartawan).



Kepala Biro Humas & TU Pimpinan Bappenas Maruhum Batubara (paling kanan) saat mengunjungi PIK Depkumham

KPU Undang Bamboedoea Bedah Masalah Komunikasi

Tidak terkomunikasikannya dengan baik masalah-masalah eksternal yang dialami Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu) 2009 menjadi permasalahan komunikasi yang dihadapi KPU saat ini. Sebenarnya, banyak kendala dari luar yang mengakibatkan “terganggunya” KPU dalam menjalankan program-programnya. Namun, karena hal ini tidak terkomunikasikan, publik menganggap kinerja KPU kurang optimal.

Berbagai kendala eksternal itu antarlain, pembahasan paket Undang-Undang (UU) Politik (UU Partai Politik, Pemilihan Legislatif, Pemilihan Presiden) yang tidak tepat waktu. Hal ini, mengakibatkan KPU harus “berjibaku” dalam penyiapan jadwal dan pembuatan Keputusan KPU. Berbagai kontroversi pasal-pasal dalam paket UU Politik juga sangat mempengaruhi KPU dalam mengambil keputusan. Selain itu, sistem Pemilu yang lebih rumit, tata cara pemilihan yang berbeda, parpol lebih banyak, dapil yang bertambah, begitu menguras waktu, tenaga dan pikiran anggota yang hanya berjumlah tujuh orang. Banyaknya partai politik yang berpengurus ganda juga “menyeret” dan menambah beban KPU dalam penyelenggaraan pemilu.

“Berbagai permasalahan eksternal yang sangat mempengaruhi kinerja KPU tidak terkomunikasikan dengan baik oleh KPU,” ujar Direktur Bamboedoea Communications Heri Rakhmadi yang menjadi pembicara kunci pada *Focus Discussion Group (FGD) for KPU-Media Center*. Diskusi yang difasilitasi oleh *United Nations Development Programme (UNDP Indonesia)* ini, berlangsung di Bandung, 14-15 November 2008.

Heri, yang pada pemilu 2004 menjadi Team Leader Media Center KPU 2004 mengatakan, Media Center KPU dimaksudkan sebagai Pusat Informasi Pemilu 2004 bagi media massa, publik, dan seluruh *stakeholder* Pemilu, sekaligus menjadi sarana KPU berinteraksi dengan media massa dan *stakeholder* lainnya. Media Center juga mengelola berbagai kegiatan media dan event-event PR untuk mendukung program sosialisasi KPU secara efektif dan efisien.

Media Center KPU terdiri dari tiga sub program. Pertama, Media Monitoring dan Analisis (memantau semua pemberitaan politik, khususnya yang berhubungan dengan pemberitaan Pemilu dan kegiatan KPU serta membantu media center dan anggota KPU dalam memformulasikan sistem informasi dan strateginya, juga untuk menanggapi isu yang muncul di media). Kedua, Data Manajemen (mengumpulkan dan mengolah data serta informasi yang dibutuhkan media dan publik), dan ketiga, Pusat Pers dan

Informasi (berfungsi sebagai pusat informasi Pemilu bagi publik dan *stakeholder* pemilu lainnya). Diluar ketiga sub program ini, yang juga tidak kalah pentingnya adalah mobilisasi sosial. Sebuah program desiminasi Pemilu bersifat massal yang bekerjasama dengan organisasi kemasyarakatan.

Pemilu 2009 menurut Heri, akan lebih banyak tantangan yang membayangnya. Sebab itu, perlu segera ada sebuah strategi komunikasi yang terpadu, agar program-program KPU dan tahapan Pemilu dapat tersosialisasikan dengan baik ke publik, terutama melalui media. “Pemilu tidak akan berjalan baik tanpa dukungan media,” ujar Heri.

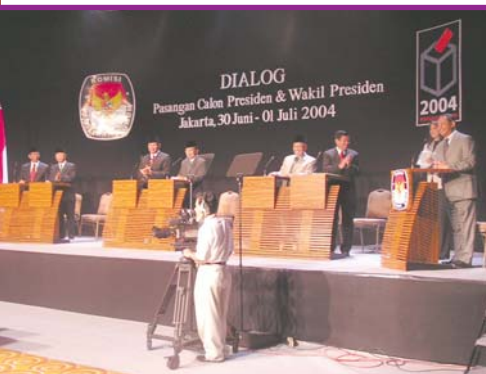
Saat ini, pemberitaan mengenai KPU di media



Para peserta FGD for KPU - Media Center bersama pembicara se usai membedah masalah komunikasi KPU

cenderung negatif. Pemberitaan cenderung tidak *cover both side*, sehingga pesan yang ingin disampaikan KPU ke publik tidak tersampaikan dengan baik. KPU juga jarang mengklarifikasi pemberitaan negatif. Ini mengakibatkan, pemberitaan media terutama mengenai kelembagaan/kinerja KPU yang cenderung negatif mengendap dan dianggap benar oleh publik. “Isu negatif yang diendapkan akan dianggap benar oleh publik,” jelas Heri.

KPU harus segera merancang strategi komunikasinya terutama ke Media. KPU memerlukan sebuah *supporting unit* yang bergerak di bidang komunikasi, agar komunikasi yang baik dengan media massa dan para *stakeholder* dapat terjalin dengan baik.



Berbagai kegiatan Media Center KPU 2004

Website dan Poster Depkumham peroleh Anugerah Media Bakohumas 2008



Team Leader PIK Depkumham Heri Rakhmadi bersama Deputy NPD Cappler Kholier Haryanto dan Kabiro Humas Depkumham Djoko Sasongko menyerahkan Piala Anugerah Media Bakohumas Kepada Sekjen Depkumham Abdul Bari Azed (kedua dari kiri)



Departemen Hukum dan HAM (Depkumham) berhasil menjadi juara 2 untuk kategori poster dan juara 3 kategori website pada malam final Anugerah Media Badan Koordinasi Humas (Bakohumas) 2008 yang berlangsung di Batam (01/09).

Salah satu website Depkumham memperoleh penghargaan website terbaik ketiga untuk kategori peserta departemen, lembaga negara dan pemerintah. Sedangkan untuk poster, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HKI) mendapat terbaik kedua untuk kategori yang sama.

Team Leader Pusat Informasi dan Komunikasi (PIK) Depkumham Heri Rakhmadi yang juga direktur Bamboedoe Communications mengatakan, sejak diluncurkan awal Oktober 2007 sampai dengan November 2008 www.hukumham.info telah dikunjungi sebanyak 3 juta kali oleh pengunjung di 25 negara. Pengunjung dari Amerika menempati *hits* terbanyak



untuk mencari informasi dari website ini. Website ini berisi hal-hal aktual mengenai perkembangan hukum dan HAM di Indonesia. Selain itu juga berisi undang-undang sejak dari penyusunan, pembahasan sampai disahkan

