

Gagasan

2 **Bappenas Berkomunikasi dari Daerah**

Aktivitas

4 **10 BUMN Dominasi Pemberitaan Media Massa**

Ragam

6 **Indonesia Butuh PR Platform**

Tujuh BUMN Kuasai 26 Persen Kapitalisasi Pasar Modal

Pada tahun 2010 saham BUMN menunjukkan kinerja dan performa yang terus membaik dibanding tahun 2009. Menteri BUMN Mustafa Abubakar dalam Konferensi Pers Refleksi Akhir Tahun 2010 Kementerian BUMN (31/12) mengatakan dari 17 BUMN yang terdaftar di pasar modal, hampir seluruhnya mengalami pergerakan yang positif. Perusahaan BUMN yang harga sahamnya mengalami pertumbuhan terbesar adalah Adhi Karya (122%). Menyusul di belakangnya, Widjaya Karya (112,3%), BNI (103,1%), dan BTN (98, 8%).

Kinerja saham-saham BUMN juga terlihat dari nilai kapitalisasinya. Dari total 421 perusahaan yang terdaftar di pasar modal dengan nilai kapitalisasi pasar yang mencapai sekitar Rp3.100 triliun, sebanyak Rp819 triliun dikuasai oleh 17 BUMN atau sekitar (26%). Dari 20 perusahaan dengan kapitalisasi terbesar di pasar modal, tujuh diantaranya merupakan BUMN (Telkom, Mandiri, BRI, Perusahaan Gas Negara, BNI, Semen Gresik, dan Bukit Asam). Ketujuh BUMN ini menguasai 30 persen nilai kapitalisasi pasar (*market cap*) dari 20 perusahaan dengan kapitalisasi terbesar tadi.

Laba Bersih Meningkat

Lebih lanjut, Mustafa menjelaskan secara umum kinerja BUMN pada 2010 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Laba bersih BUMN tahun 2010 diperkirakan mencapai Rp84,78 triliun. Capaian tersebut belum termasuk perolehan laba 17 BUMN terbuka pada Q3 2010. Sebagai pembanding laba 17 BUMN terbuka sampai Q3 mencapai Rp 37,9 triliun atau sekitar Rp12,6 triliun per triwulan. Sektor energi tercatat sebagai pemberi kontribusi terbesar dengan capaian sekitar Rp33, 26 triliun.



Menteri BUMN Mustafa Abubakar (paling depan), Sesmen Kementerian BUMN Mahmuddin Yasin (tengah), Ketua Desk Infomas Nukman Sangadji (paling kanan), dan Wakil Ketua Desk Infomas Heri Rakhmadi (paling kiri) menuju ruang konferensi pers Refleksi Akhir Tahun 2010 Kementerian BUMN (Berita Foto Harian Sindo, 01/01/2011/Hasiholan Siahaan)

Berikutnya, sektor perbankan dan telekomunikasi.

Sedangkan total aset BUMN pada 2010 diperkirakan meningkat menjadi Rp 2.382 triliun, lebih tinggi dibandingkan total aset BUMN pada 2009 yang hanya mencapai Rp2.257 triliun. Peningkatan juga terjadi pada pendapatan usaha. Jika pada 2009 perolehan pendapatan usaha BUMN hanya Rp987, 3 triliun, setahun berikutnya melonjak menjadi Rp1.037 triliun. Padahal jumlah tersebut, belum termasuk pendapatan usaha kuartal keempat 17 BUMN yang tercatat di pasar modal.

Pencapaian dividen tahun 2010 diperkirakan meningkat menjadi Rp29,9 triliun. Padahal, tahun sebelumnya hanya sekitar Rp28, 6 trlun. Realisasi Belanja Modal atau *Capital Expenditure* tahun 2010 (prognosa) mencapai Rp197 triliun. Sedangkan realisasi Belanja Operasional atau *Operational Expenditure* tahun 2010 (prognosa) mencapai Rp893 triliun. Untuk kontribusi BUMN langsung ke

negara dalam bentuk dividen dan pajak masing-masing mencapai Rp29,9 triliun dan Rp100, 7 triliun serta hasil privatisasi sebesar Rp2,1 triliun.

Sejumlah program unggulan dan strategis yang berhasil dilaksanakan pada tahun 2010 antara lain, program konversi minyak ke gas, program pembangkit Listrik 10.000 MW, program pembangunan jal tol trans Jawa 1. 000 Km, program pembangunan rumah susun sederhana 1.000 Tower, dan program penyaluran dan penjamin KUR (Kredit Usaha Rakyat). "Dengan capaian ini, saya optimis tahun 2011 Kementerian BUMN akan mencapai kinerja yang lebih baik lagi," ujar Mustafa.

Berkat strategi dan perencanaan yang matang, Konferensi Pers Akhir Tahun 2010 Kementerian BUMN berjalan dengan baik. Dihadiri 75 wartawan, magnitude pemberitaan kegiatan ini cukup tinggi dengan *tone* pemberitaan positif.



Bola Tennis VS Bola Voli

Menyampaikan sesuatu sesuai fakta adalah prinsip dasar dalam memberikan informasi kepada media massa. Jika fakta itu sebesar bola tennis sampaikan seukuran bola tennis. Jika sebesar bola voli, gambarkan informasi juga sebesar bola voli. Memang dalam menyampaikan informasi sesuai fakta membutuhkan *skill* komunikasi tersendiri. Tanpa *skill* komunikasi yang mumpuni, sering 'sang penerima' informasi menafsirkan fakta sebesar bola voli menjadi sebesar bola tennis, demikian sebaliknya.

Dalam menyampaikan informasi sesuai fakta, banyak variabel yang melingkupinya. Misalnya saja, Kementerian yang hendak menyampaikan capaiannya dalam suatu periode harus merancang program-program sosialisasi yang mampu menggambarkan keberhasilannya sesuai fakta yang ada dan mudah dicerna sehingga menjadi bagian dari pengetahuan publik. Dan tugas ini ada di pundak Humas. Itulah kenapa dalam beberapa kesempatan, Presiden SBY meminta agar semua Kementerian mengoptimalkan Humas-nya untuk mensosialisasikan berbagai program kerja dan capaian yang telah diraih selama setahun terakhir ini sesuai fakta yang ada. Permintaan ini bukan tanpa alasan, banyak capaian atau keberhasilan program pemerintah yang belum tersosialisasikan dengan baik kepada publik. Akibatnya yang menjadi wacana publik hanya kekurangan pemerintah. Keberhasilan sebesar bola voli hanya tersampaikan sebesar bola tennis. Tentu ada masalah Kehumasan di institusi pemerintahan.

Jika melihat kondisi kebanyakan Humas Pemerintah saat ini, keinginan presiden di atas sepertinya akan sulit terpenuhi. Kebanyakan Humas Pemerintah saat ini masih dalam level teknisi komunikasi (*Communication Technician*). Humas yang masih sebatas melakukan tugas dasar yaitu klipng koran dan menulis (siaran pers, media internal, *in house feature*). Keinginan presiden bisa tercapai jika Humas Pemerintah sudah berperan sebagai *expert prescriber* (ahli resep) yang punya kemampuan untuk menganalisis masalah, mengembangkan/mengimplementasikan program, dan dipercaya pimpinan sebagai corong informasi. Namun, di satu sisi, kondisi Humas saat ini juga akibat tidak ada *political will* institusi—anggaran, infrastruktur, SDM—kepada Humas. Kalau sudah begini, keinginan presiden masih jauh panggang dari api. Fakta keberhasilan sebesar bola apa pun tidak akan tersampaikan utuh ke publik.

Mengkomunikasikan Setahun Kinerja Bappenas Bappenas Berkomunikasi dari Daerah



Suasana siaran langsung Economic Challenges Metro TV dengan tema 'Perekonomian Nasional dan Daya Saing Bangsa' (29/11)

Oktober 2010 kemarin, tepat setahun usia Kabinet Indonesia Bersatu (KIB) II. Semua jajaran pemerintahan mulai dari presiden hingga para menteri memaparkan pekerjaan beserta hasil yang telah dicapai selama setahun berkiprah. Tidak terkecuali Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Kementerian PPN/Bappenas).

Sebagai Kementerian strategis, semua perumusan kebijakan akan terimplementasi dengan baik jika di dukung penuh oleh segenap *stakeholders* bangsa. Dukungan ini bisa tercapai jika seluruh *stakeholders* paham pesan-pesan terkait prioritas pembangunan. Menyadari perannya yang strategis ini, Biro Humas dan Tata Usaha Pimpinan Kementerian PPN/Bappenas menggunakan konsep komunikasi dan sosialisasi terpadu untuk mengabarkan kinerja Kementeriaannya. Lewat program besar 'Sosialisasi Produk Perencanaan Kementerian PPN/Bappenas', Biro Humas Kementerian PPN/Bappenas menggunakan berbagai saluran komunikasi agar kinerja dan rencana kerja ke depan Kementerian ini bisa sampai dan dipahami semua lapisan masyarakat.

Setelah melalui serangkaian proses tender dan uji kelayakan, akhirnya Bamboedoea dipilih untuk membantu Bappenas mengeksekusi program Sosialisasi Produk Perencanaan Kementerian PPN/Bappenas. Memang, untuk menjalankan program

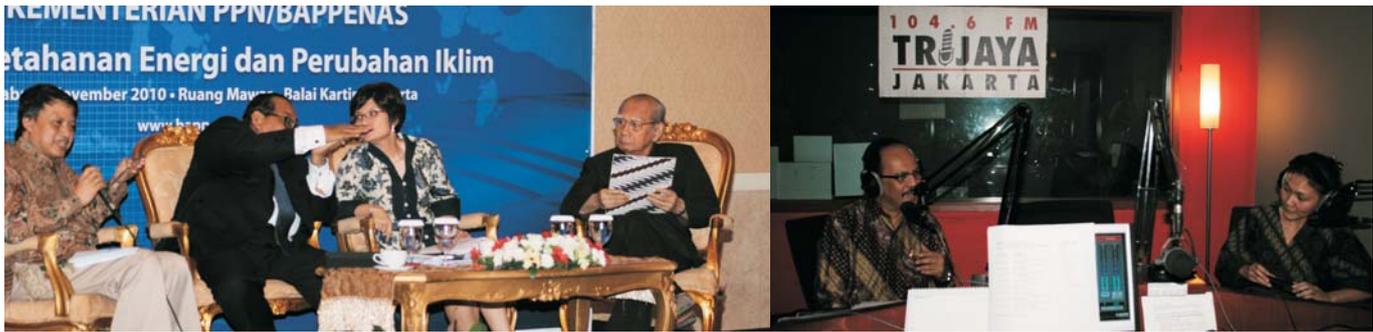
komunikasi dan sosialisasi terpadu diperlukan perusahaan konsultan komunikasi yang telah berpengalaman menjalankan program sejenis. Sebelumnya Bamboedoea telah menangani program sosialisasi terpadu Pemilu 2004, Pilkada Aceh 2006, Pemilu 2009, Kemendiknas 2005-2006, Kemenkumham 2007-2008, Kementerian PU 2010 dan instansi lainnya.

Sesuai konsep terpadu yang diusung, maka saluran komunikasi yang digunakan adalah paduan antara sosialisasi lewat media massa dan sosialisasi langsung (tatap muka) ke publik. Dengan kemampuan persuasi atau mempengaruhi yang begitu tinggi dalam menggalang opini publik, sosialisasi lewat media massa sangat efektif dan efisien.

Program sosialisasi lewat media yang digunakan antara lain pembuatan dan penayangan advertorial di media nasional dan lokal, talkshow TV dan Radio, dan penayangan *running text*.

Salah satu talkshow yang cukup mendapat perhatian publik adalah Economic Challenges Metro TV.

Program yang ditayangkan langsung ini menghadirkan Menteri PPN/Kepala Bappenas Armida S. Alisjahbana, Ketua Kadin Suryo B. Sulisto, Ketua Komite Inovasi Nasional Prof. Dr. Zuhal, dan juga hadir anggota DPR Harry A. Azis. Tema yang dibahas juga cukup menarik yaitu "Perekonomian Nasional dan Daya Saing Bangsa".



Suasana Seminar Sosialisasi Produk Perencanaan Kementerian PPN/Bappenas (kiri) dan Talkshow Radio Trijaya FM (kanan)

Seminar di Empat Kota

Program ini merupakan sosialisasi langsung berbagai produk perencanaan Kementerian PPN/Bappenas kepada masyarakat. Pemilihan tema dan narasumber yang tepat menjadi salah satu kunci disambutnya gelaran seminar ini. Selain dirancang menjadi 'layak media', pemilihan tema juga didasarkan pada 'karakteristik' kota tempat seminar berlangsung.

Jakarta. Seminar yang berlangsung di Balai Kartini (3/11) ini mengambil tema "Ketahanan Energi dan Perubahan Iklim" dibuka langsung oleh Menteri PPN/Kepala Bappenas Armida S. Alisjahbana. Kegiatan yang diliput 28 jurnalis dan dipandu pengamat ekonomi Aviliani dengan pembicara Prof. Dr. Emil Salim (Tokoh Lingkungan Hidup), Dr. Sugiharto, SE, MA (Komisaris Utama Pertamina/Mantan Menteri BUMN), dan Prof. Dr. Widjajono Partowidagdo (Guru Besar ITB) disambut antusias sekitar 120 peserta. Hal yang sama juga terlihat pada saat konferensi pers sesuai seminar.

Bandung. "Pembangunan Infrastruktur dan Sinergi Pusat – Daerah" menjadi tema yang dibahas pada seminar di Bandung (11/11). Peserta seminar yang didominasi kalangan perguruan tinggi ini cukup membludak. Bahkan Gubernur Jawa

Barat Ahmad Heryawan tidak sekedar memberi sambutan tetapi juga mengikuti sesi pemaparan oleh narasumber. Sebanyak 150 orang peserta antusias mendengarkan pemaparan dari Ir. Sumaryanto Widayatin, MSc (Deputi Bidang Infrastruktur dan Logistik Kementerian BUMN), Dipl.Ing. Bambang Soeroso (Komisi Infrastruktur DPD RI), dan Prof. Dr. Rizal Zainuddin Tamin (Guru Besar ITB).

Padang. Ternyata tema "Penanganan Pembangunan Pascabencana" sangat menarik bagi masyarakat Kota Padang. Jumlah peserta seminar yang berlangsung di Hotel Pangeran Beach (24/11) ini sebanyak 192 orang. Memang sebagai daerah yang sedang dalam proses 'pembangunan kembali' tema ini dirasa sangat penting diketahui masyarakat Padang. Peserta seminar terdiri dari perguruan tinggi, Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), LSM/Ormas cukup merata jumlahnya.

Dengan menghadirkan Dr. Ir. Max H. Pohan, CES, MA (Deputi Menteri PPN/Kepala Bappenas Bidang Pengembangan Regional dan Otda) dan Prof. Dr. Damsar (Guru Besar dan Sosiolog Universitas Andalas) penanganan pascabencana diteropong dari berbagai sisi termasuk kearifan lokal. 'Rasa lokal' inilah yang cukup menarik perhatian para peserta

termasuk Gubernur Sumatera Barat Irwan Prayitno yang ikut memberikan sambutan kunci. Dalam seminar yang dipandu oleh Sawir Pribadi (Redaktur Pelaksana Harian Singgalang—media lokal terbesar di Padang) sebanyak 50 wartawan lokal dan kontributor media nasional meliput kegiatan ini.

Makassar. Kota yang dikenal sebagai daerah yang mempunyai sumber daya kelautan melimpah ini dipilih menjadi tempat seminar bertema "Pengembangan Potensi Kelautan dan Maritim". Sekitar 120 orang peserta memanfaatkan forum ini untuk berdiskusi dengan Ir. Bemby Uripto, MSc (Staf Ahli Menteri PPN Bidang Tata Ruang dan Kemaritiman), Dr. Arif Satria (Dekan Fakultas Ekologi Manusia IPB), dan Prof. Dr. Jamaluddin Jompa (Guru Besar Fak. Ilmu Kelautan dan Perikanan UNHAS) tentang pengembangan potensi kelautan yang ada di Sulawesi Selatan dan Indonesia. Seminar ini sendiri di pandu oleh M.Yusuf AR (Wapemred Harian Fajar Makassar).

"Antusias masyarakat dalam kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap kinerja Bappenas dan menghasilkan pemahaman dan opini publik yang baik terhadap produk perencanaan Bappenas," ujar Kepala Biro Humas dan TU Pimpinan Bappenas Maruhum Batubara.

Media Ekspos Seminar Empat Kota

Liputan media memang menjadi *concern* tersendiri bagi Bamboedoea dalam mengelola even Seminar Sosialisasi Produk Perencanaan Kementerian PPN/Bappenas yang digelar di empat Kota. Hal ini agar informasi-informasi penting tidak hanya diketahui oleh pera peserta saja tetapi juga oleh masyarakat luas lewat pemberitaan media. Untuk itu, pemilihan media juga sangat penting dalam setiap seminar. Seminar yang diadakan di daerah (luar Jakarta), media lokal menjadi target utama dan tentunya para kontributor media nasional yang ada di daerah-daerah tersebut.

Strategi yang dilakukan Bamboedoea agar pemberitaan terkait seminar bisa proporsional dan informatif adalah dengan mengadakan konferensi pers dengan narasumber para pembicara seminar dan para pejabat Bappenas. Untuk memberi *background* tema yang dibahas, Bamboedoea membuat dan membagikan siaran pers. Siaran pers sudah dibuat berbentuk berita dengan mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik. Hasilnya, hampir semua media lokal memberitakan kegiatan ini.



Grup BUMN paling bersinar



surat kabar yang paling intensif memberitakan tentang Kementerian BUMN dan BUMN. Untuk surat kabar umum, jumlah pemberitaan Kementerian BUMN dan BUMN masih perlu ditingkatkan lagi. Contohnya di *Kompas*, sepanjang tahun lalu yang hanya mencover sekitar 370 pemberitaan mengenai Kementerian BUMN dan BUMN. Dari jumlah tersebut, 219 di antara muncul dengan tone positif seperti pemberitaan terkait sinergi BUMN; penghargaan dan kinerja BUMN serta kegiatan *NonDeal Road Show*. Sedangkan pemberitaan dengan tone negatif yang muncul di *Kompas* antara lain krisis listrik dan kisruh IPO PT KS. Terkait dengan narasumber,

10 BUMN Dominasi Pemberitaan Media Massa

Saat ini terdapat 142 Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Jumlah tersebut tentu belum termasuk dengan hitungan anak perusahaan BUMN yang jumlahnya juga tidak kalah banyak. Namun dari 142 BUMN, hanya 10 BUMN yang pemberitaannya sering menghiasi media surat kabar (hasil monitoring dan rekapitulasi berita Kementerian BUMN dan BUMN pada 21 surat kabar periode Desember 2009-November 2010 yang dilakukan oleh Bamboedoea Communications).

Sepuluh BUMN yang pemberitaannya paling banyak beredar antara lain Pertamina, PLN, Mandiri, BNI, Garuda, Telkom, Jamsostek, Krakatau Steel, Antam, dan PT Kereta Api. Dari 9.654 berita, kategori pemberitaan BUMN mencapai 3.715 (39%), Kementerian 3.290 (34%), dan kategori lainnya 2.649 (27%). Dengan jumlah pemberitaan yang mencapai 1048, Pertamina tercatat sebagai BUMN dengan pemberitaan yang dominan. Menyusul dibelakangnya PLN (846) dan Bank Mandiri (842).

Beberapa pemberitaan terkait Pertamina dengan tone positif antara lain; Penerbitan obligasi global (global bond) senilai US\$ 1-1,5 miliar; Kegiatan-kegiatan CSR Pertamina; Ekspansi atau pengembangan usaha dalam bentuk sinergi antar-BUMN ataupun kerjasama dengan Non-BUMN; Pembagian deviden serta laba yang diterima oleh Pertamina dan rencana

Pertamina menguasai saham PT Medco Energi Internasional Tbk. Sedangkan yang muncul dengan tone negatif diantaranya; Permasalahan hutang piutang Pertamina; Masalah konversi dari minyak tanah ke elpiji yang berujung pada maraknya ledakan tabung gas elpiji 3 kilogram dan rencana impor minyak mentah jenis Azeri Light dari Azerbaijan yang dinilai berpotensi menimbulkan kerugian bagi negara karena adanya biaya tambahan.

Hasil monitoring mencatat total pemberitaan Kementerian BUMN dan BUMN mencapai 9.654 artikel (rata-rata 30 berita/800 berita tiap bulan). Pemberitaan dengan tone positif tampil cukup dominan, jumlahnya mencapai 6.359 berita (66%). Hanya sekitar 1.477 berita (15%) dengan tone negatif. Sedangkan berita netral 1.818 berita atau (19%).

Selama rentang waktu satu tahun pencapaian pemberitaan tertinggi terjadi pada Oktober 2010 yang mencapai 1.005 berita. Berita-berita yang muncul saat itu diantaranya proses penjualan saham PT KS, program Indonesia Emas 2011, dan *right issue* BNI. Sedangkan Mei merupakan pencapaian pemberitaan terendah yang hanya mencapai 672 berita. Dari 21 media cetak yang dipantau, tiga surat kabar; *Bisnis Indonesia* (1.771); *Investor Daily* (1.619); dan *Neraca* (763) merupakan

sebagai pejabat tertinggi di Kementerian BUMN, Mustafa Abubakar tercatat sebagai narasumber yang paling banyak dikutip oleh surat kabar. Jumlahnya mencapai 2.128 kutipan. Menyusul di belakangnya Sekretaris Menteri BUMN Said Didu (sekarang mantan-red) dan Sekretaris Menteri BUMN yang baru Mahmuddin Yasin. Sedangkan untuk narasumber eksternal yang paling sering dikutip adalah Direktur Pusat Studi Kebijakan Publik Sofyano Zakaria dan Direktur Eksekutif Indonesia Resources Studies Marwan Batubara.

Sejalan dengan himbuan Menteri BUMN Mustafa Abubakar, upaya BUMN mengintensifkan komunikasi publik memang perlu ditingkatkan. Hal ini bertujuan agar ke depan, exposing pemberitaan BUMN tidak hanya didominasi oleh 10 BUMN, tapi lebih meningkat lagi menjadi 30-50 BUMN.

Menurut konsultan kehumasan Heri Rakhmadi sebenarnya komunikasi publik yang dilakukan BUMN dapat lebih ditingkatkan mengingat keberadaan BUMN yang melingkupi seluruh sektor kehidupan. Mulai dari pembibitan benih hingga industri pesawat terbang. Untuk itu, Heri mengusulkan agar setiap BUMN perlu merancang strategi kehumasannya. "Strategi ini yang nantinya bermanfaat sebagai panduan pembuatan program-program kehumasan," ujarnya.

Training UU KIP Kementerian PU Media Center Solusi Pelayanan Informasi Publik

Inti dari penerapan Undang-Undang No.14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) adalah Badan Publik mempunyai sistem pelayanan informasi dan dokumentasi data yang mumpuni sehingga bisa memberikan informasi kepada pencari informasi dan publik secara cepat, tepat, biaya ringan, dan dengan cara sederhana (tidak berbelit-belit).

“Transparansi dan keterbukaan informasi membutuhkan sistem pengelolaan dan pelayanan informasi,” ujar Direktur Bamboedoea Communications Heri Rakhmadi saat menjadi pembicara pada Training UU KIP yang diselenggarakan oleh Badan Pembinaan Konstruksi dan Sumber Daya Manusia (BPKSDM) serta Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian PU, di Bandung, Juni 2010 lalu.

Kewajiban yang diamanatkan UU KIP antara lain transparan dan terbuka untuk memberikan informasi; menyediakan dan memberikan pelayanan informasi yang akurat, cepat, mudah diakses, dan proporsional; serta mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi sehingga dapat diakses publik dengan mudah, membutuhkan sebuah konsep yang komprehensif dan terintegrasi.

Salah satu konsep pelayanan informasi yang sudah teruji mampu memberikan pelayanan informasi yang cepat dan tepat adalah Media Center. Jika ditilik dari namanya bukan berarti konsep ini adalah khusus pelayanan informasi buat media, tetapi sebuah konsep integratif yang di dalamnya terdapat program-program pelayanan dan penyebarluasan informasi.

“Media Center terdiri dari empat program yaitu Pusat Pers dan



Informasi Publik, *Media Relations*, Media Monitoring dan Analisis, dan Manajemen Data,” ungkap Heri.

Selain itu, yang tidak kalah penting di era keterbukaan pers dan publik saat ini adalah perlu ada sebuah model pelayanan khusus buat media massa. “Saat ini media massa mempunyai kemampuan diseminasi informasi yang luas, mempunyai pengaruh besar dalam membangun persepsi, citra dan reputasi lembaga, dan bisa menjadi partner dalam edukasi publik tentang tugas pokok dan fungsi institusi/lembaga,” ujar Heri.

Melibatkan Masyarakat Mengawasi Pemilu

Keberhasilan pemilu/pemilukada tergantung dari kinerja Bawaslu/Panwaslu dalam mengawasi setiap tahapan. Pengawasan yang efektif akan menciptakan sebuah pemerintahan baru yang lahir dari sebuah proses yang benar-benar jujur, adil dan demokratis.

Namun, peran penting dan strategis ini belum sepenuhnya didukung oleh infrastruktur yang memadai. Jika menengok kiprah Bawaslu/Panwaslu pada Pemilu 2009 dan Pemilukada setelahnya, banyak tantangan yang dihadapi lembaga ini untuk mengefektifkan peran dan fungsinya. Sebut saja, penganggaran yang selalu tidak jelas, keterbatasan jumlah personel, keterlambatan pembentukan Panwaslu, terbatasnya waktu dalam melakukan pengawasan, dan sosialisasi/publikasi/kegiatan kepada publik dan media masih sangat minim

“Keterbatasan ini harus diatasi agar pengawasan penyelenggaraan Pemilu benar-benar efektif. Salah satunya dengan membangun partisipasi publik, terutama lewat media massa, untuk ikut serta dalam melakukan pengawasan pelaksanaan pemilu/pemilukada,” ujar Direktur Bamboedoea Communications Heri Rakhmadi saat menjadi pembicara

Pelatihan Operasional Komunikasi dan Humas Sekretariat Bawaslu pada 22-24 Juli 2010 yang difasilitasi oleh UNDP.

Strategi untuk membangun partisipasi publik antara lain dengan menggelar berbagai program sosialisasi dan pemahaman kepada media, publik, ormas, LSM mengenai berbagai aspek pengawasan Pemilu, membuka selebar-lebarnya ruang aspirasi/pengaduan publik terhadap pelanggaran Pemilu (*Call Center*, Email Center, SMS Center, Kotak Pengaduan dll), serta menjalin relasi yang intensif dengan *stakeholders*.

Agar partisipasi masyarakat terbangun untuk membantu Bawaslu/Panwaslu **m e n g a w a s i** Pemilu/Pemilukada diperlukan sebuah strategi komunikasi terpadu. “Strategi yang memadukan program *media relations* untuk meraih dukungan media, program pusat informasi, saluran aspirasi **p u b l i k**, mengembangkan kemitraan, dan **k a m p a n y e**

kehumasan dan even publik,” jelas Heri.

Para peserta cukup antusias mengikuti kegiatan ini. “Pelatihan ini sangat bermanfaat bagi Humas Sekretariat Bawaslu sebagai pengetahuan bagaimana strategi merancang dan mengimplementasikan program-program komunikasi untuk membangun partisipasi publik **m e m b a n t u m e n g a w a s i** Pemilu/Pemilukada,” ujar Rahmat Yasin salah seorang peserta pelatihan.

Selain memberikan paparan mengenai strategi komunikasi Bawaslu, Heri juga memberikan materi terkait efektivitas *media relations* dan media even.



Para peserta pelatihan, perwakilan UNDP Indonesia dan pembicara (Heri Rakhmadi) berfoto bersama se usai pelatihan

Heri Rakhmadi :

Indonesia Butuh **PR Platform**

Perlu sebuah *platform* atau dasar pijakan untuk melangkah agar terwujud praktik *Public Relations* (PR) yang profesional di Indonesia. *Platform* ini harus mampu menjadi acuan komprehensif yang mampu memandu para PR di Indonesia bekerja sesuai kaidah dan prinsip dasar PR. Topik inilah yang menjadi salah satu pembahasan dalam Konvensi Nasional Humas (KNH) 2010 yang digelar oleh Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (Perhumas) di Hotel Sultan, Jakarta, 21-22 Juli 2010. Dengan mengambil tema "Powering Public Relations Excellence" kegiatan ini diikuti oleh ratusan praktisi dan akademisi Humas dari seluruh Indonesia dan dibuka oleh Wakil Presiden RI Boediono.

Direktur Bamboedoea Communications Heri Rakhmadi yang menjadi salah satu pembicara memaparkan, terdapat empat pilar *platform* menuju PR Indonesia yang profesional. Pertama, *Platform* Organisasi Manajemen Kehumasan (memberikan landasan akan prinsip-prinsip sebuah organisasi kehumasan. Kedua, *Platform Hukum Dan Etika Kehumasan* (perlu landasan hukum untuk kegiatan kehumasan, termasuk untuk memayungi *Platform Kehumasan Indonesia*). Ketiga, *Platform Sumber Daya Manusia Kehumasan* (*leadership*, pendidikan PR, perilaku dan etika, keterampilan, dan *Art of Public Relation*). Keempat, *Platform Dukungan Eksternal/Internal Kehumasan* (dukungan infrastruktur dari lembaga tempat PR bernaung dan penerimaan profesi PR). "Keempat pilar ini menjadi dasar pijakan, bingkai, dan arah menuju PR Indonesia yang profesional," ujar Heri dalam sesi pemaparan. Hadir juga

sebagai pembicara kunci Menteri BUMN Mustafa Abubakar dan Ketua PMI yang juga mantan Wakil Presiden RI Jusuf Kalla.

Untuk itu, lanjut Heri, perlu sebuah peta jalan (*road map*) untuk menapaki jalan menuju PR Indonesia yang profesional. Tahapan *road map* adalah penguatan organisasi PR di Indonesia, penguatan profesi PR, penerapan nilai dan prinsip PR, implementasi *platform*, hukum, dan etika Kehumasan, serta penguatan industri PR. "Jika *road map* ini bisa digerakkan sinergis dan dilaksanakan secara konsisten, PR Indonesia yang profesional hanya tinggal menunggu waktu," ungkap Heri.



Para pembicara sedang menjawab pertanyaan para peserta KNH 2010

Pameran Foto Meriahkan KNH 2010



Seorang peserta sedang mengamati foto-foto yang dipamerkan pada Pameran Foto KNH 2010

Ada yang beda dari gelaran Konvensi Nasional Humas 2010 kali ini. Selain disugukan presentasi dan pemaparan dari banyak pakar, para peserta juga dapat menyaksikan pameran foto-foto apik dan menarik yang berisi aktivitas institusi-institusi anggota Perhumas, perusahaan swasta dan BUMN. Dengan *layout* panel yang interaktif dan pencahayaan yang pas, pameran ini mendapat banyak perhatian dari para peserta KNH.

"Foto bisa berbicara, bercerita, merekam, dan menjadi

saksi peristiwa-peristiwa penting," ujar Ketua Bidang Komunikasi DPP Perhumas Heri Rakhmadi yang menggagas pameran foto ini. Tujuan dari pameran ini adalah untuk menampilkan foto-foto karya para Humas yang kreatif, menarik, dan punya nilai berita. Selain itu juga sebagai media informasi untuk mengabarkan berbagai peristiwa dan kegiatan penting di institusi masing-masing.

Lebih dari 15 institusi/perusahaan swasta/BUMN menampilkan foto-foto terbaiknya. Misalnya saja PT Pertamina, Freeport, dan Aqua yang menampilkan potongan-potongan foto kegiatan CSR-nya yang sangat menarik dan humanis. Atau Bamboedoea Communications yang menyajikan foto-foto kegiatan Kehumasan yang pernah ditangani antara lain, Media Center Pemilu 2004, Sosialisasi Terpadu Pilkada Aceh 2006, Gerai Informasi Diknas 2005-2006, Pusat Informasi dan Komunikasi Kemendiknas 2007-2008, Sosialisasi Terpadu Pemilu 2009, dan kegiatan komunikasi institusi lainnya yang pernah ditangani (PU, DPD, Kementerian BUMN, Bappenas, AIGRP, dll). Institusi/perusahaan lain yang turut serta adalah BNI, Bumiputera, LSPR, Exxon, PGN, BPH Migas, Medco, dan lainnya.

Inspirasi

Pemimpin Redaksi: Heri Rakhmadi

Penulis: Amir, Oddi Arma

Sekretaris Redaksi: Nurul Agustina, **Grafis:** Wahyu, Fajri, Budi Rama

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