

**Pengembangan Strategi
Komunikasi (Public Relations)
untuk PROGRAM KERJA DPP
ORGANDA 2020**

**Oleh
ARVIN HARDIAN**



Latar Belakang

Peran Organda selama ini memiliki peran yang cukup strategis dalam melakukan pembinaan pengusaha angkutan umum di Indonesia . Dalam Progam Kerja DPP Organda 2018 sedikitnya ada tiga konsentrasi pengembangan mulai angkutan penumpang, barang dan organisasi, masing –masing memiliki target yang terukur.

DPP Organda mengharapkan perbaikan sistem transportasi, terutama sektor angkutan penumpang umum di jalan, dilakukan secara menyeluruh dan melibatkan stakeholder terkait.

Program Kerja 2020 DPP Organda j “menyoal “ berbagai kesulitan yang dirasakan oleh para pengusaha angkutan umum di jalan selama ini adalah dalam hal peremajaan kendaraan. Kesulitan ini disebabkan beberapa hal, diantaranya : harga kendaraan umum yang mahal/tinggi, suku bunga kendaraan umum yang lebih tinggi daripada suku bunga untuk kendaraan pribadi, harga sparepart yang tinggi karena penerapan harganya diserahkan pada mekanisme pasar, sementara tarif angkutan penumpang umum ditetapkan oleh pemerintah.

Belum lagi menyikapi persaingan angkutan berbasis “online” DPP Organda agaknya mengeluarkan energi super ekstra khususnya soal aturan main industri transportasi . Dapat dipastikan dengan modal yang tidak terbatas transportasi berbasis online akan menggerus kehidupan anggota Organda.

Seiring dengan upaya keras DPP Organda ternyata belum dapat memberikan nilai tawar terhadap kebijakan pemerintah, apalagi program-programnya sama sekali belum banyak diketahui secara luas. Oleh karena itu, strategi komunikasi (aktivitas promosi dan public relations) akan menjadi solusi strategis untuk meningkatkan penyebaran informasi terkait Proker DPP Organda .

Rencana strategi komunikasi harus dikembangkan melalui proses analisis studi untuk memperoleh insight dari stakeholder komunikasi DPP Organda. Dengan menggunakan studi analisis akan memperoleh informasi dan data menggunakan Metode Kualitatif (In-Depth Interview (IDI), Focus Group Discussion (FGD), dan Secondary Data Analysis). Hasil studi ini akan digunakan sebagai panduan untuk mengembangkan strategi komunikasi DPP Organda.

TUJUAN

- ❑ Menyediakan strategi komunikasi berbasis riset untuk DPP Organda (evidence based communication strategy) khususnya soal ancaman, tantangan, hambatan dan gangguan industri transportasi dengan menyediakan data data yang akurat.
- ❑ Meningkatkan presence and visibility DPP Organda, sehingga mampu memunculkan dukungan positif stakeholder internal dan eksternal

STRATEGI KOMUNIKASI

Implementasi komunikasi DPP Organda hanya digunakan sebagai “pemadam kebakaran” artinya ketika ada isu yg menyerang varu direspon,. Sementara program kerja yang memiliki implikasi positif tidak terdengar “gaungnya”

Memperhatikan berbagai aspek seperti kondisi pengelolaan komunikasi saat ini kemampuan strategi komunikasi masih berada di bawah standar. Perlu pengembangan personil organisasi secara gradual demi menjawab tantangan kedepan..

Dari hasil pengamatan kami terdapat beberapa isu yang menjadi sorotan utama DPP Organda antara lain:

- Komunikasi dan koordinasi internal yang kurang maksimal dalam mengelola komunikasi baik ditingkat daerah maupun di tingkat pusat. Khususnya menyikapi isu strategis termasuk taksis Online
- Kurangnya kesadaran dan pengetahuan anggota terhadap isu kebijakan DPP Organda yang berdampak pada kurangnya dukungan publik terhadap implementasi program kerja.
- Pengembangan pesan belum disesuaikan dengan minat publik
- Masih lemahnya pendekatan dan komunikasi kepada parlemen dan sektor privat
- Perlunya peningkatan kapabilitas personil dan pengelolaan database yang terstruktur dan terintegrasi
- Bila perlu dibentuk suatu unit yang secara khusus mengelola manajemen isu demi menyikapi dinamika.

Berdasarkan pengamatan di atas, maka strategi komunikasi organisasi KEHUMASAN dikembangkan dengan beberapa tahapan yaitu:

- ❑ Strategi Jangka Pendek untuk meningkatkan awareness stakeholder dan publik terkait tema kampanye pemberlakuan kembali PM 108 serta pengawasannya harus berjalan secara linier, baik di pusat maupun di daerah terutama soal posisi dan sikap organisasi. Dibutuhkan peningkatan kapabilitas personil dalam pengelolaan komunikasi publik.
- ❑ Strategi Jangka Menengah DPP Organda dapat menumbuhkan acceptance stakeholder terhadap peran ORGANDA agar berdampak pada munculnya dukungan stakeholder
- ❑ Strategi Jangka Panjang DPP Organda menumbuhkan trust stakeholder yang berperan dalam menjalankan roda penghubung angkutan darat serta memperkuat positioning industri transportasi di ranah global dalam implementasi program kerja.

Key Message

□ DPP Organda memiliki fungsi membina dan mengembangkan kemampuan profesionalisme para anggotanya, Dengan tujuan akhir usaha angkutan darat dapat kuat, efektif, efisien, inovatif dan berdaya saing tinggi. Mampu menghadapi tantangan, ancaman, hambatan dan gangguan. Sementara keunggulan komparatif dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku industry

Pendekatan Strategi Komunikasi DPP ORGANDA

No	Milestone	Target Audience - Stakeholders	Strategic Approach	Tactics
1	Strategi	<input type="checkbox"/> Kemenhub <input type="checkbox"/> Korlantas. <input type="checkbox"/> Kominfo <input type="checkbox"/> Kementrian Terkait	Pengembangan Kapasitas Komunikasi Personel	Kegiatan <i>capacity building</i> melalui training, workshop & seminar dan coffe morning
		Anggota DPR	Pelibatan Pihak ketiga yaitu Tenaga Ahli DPR	<i>Content feeding</i> melalui kegiatan seminar atau hearing resmi -Pinjam suara
		Media Massa	<i>Media Layering</i> Membentuk Komunitas Media yang fokus dengan dunia perhubungan darat	FGD dengan wartawan senior (<i>editor up level</i>) <i>Content feeding</i> melalui distribusi siaran pers & <i>fact sheet</i> secara berkala (satu bulan sekali)
		<i>Partner</i> (Anggota, Sektor Privat, NGO, Perguruan Tinggi, Lembaga Penelitian, <i>Development Partner</i> , <i>Beneficiary Countries</i>)	Secara proaktif memberikan informasi mengenai kegiatan anggota Organda melalui berbagai media	Media digital sebagai forum komunikasi dua arah Materi Publikasi Forum Pertemuan Langsung\

		Masyarakat Umum	Menggunakan media massa & media sosial sebagai <i>channel public</i>	Menggunakan media massa sebagai media komunikasi Media digital sebagai forum komunikasi dua arah

TERIMA KASIH