



PUBLIC AFFAIRS CORNER

# Belajar Fungsi Komunikasi

**D**i dunia bisnis istilah *spin-off* memiliki arti melepaskan anak perusahaan atau unit usaha dari induknya untuk menjadi badan usaha yang mandiri. Alasan umum terjadinya *spin-off* agar perusahaan dapat berkonsentrasi kepada bidang usaha tertentu sehingga segenap sumber daya dan modal dapat lebih diselaraskan dengan strategi perusahaan. Bisnis perlu fokus kepada bidang-bidang yang menjadi keahliannya (*core competency*) agar efisien dan mencapai volume produksi barang atau jasa secara ekonomis.

Di Indonesia, dalam dasawarsa terakhir banyak terjadi *spin-off* di dunia perbankan dan jasa keuangan yang disebabkan oleh tumbuhnya segmen bisnis berlandaskan syariah. Bank syariah tidak boleh menjadi satu dengan bank konvensional, maka bank-bank yang memiliki unit syariah harus melepaskannya menjadi badan hukum tersendiri. Pada umumnya bank konvensional telah berdiri lebih dahulu dan baru kemudian memasuki segmen bisnis syariah, maka yang mengalami *spin-off* adalah unit syariah.

Konsekuensi lebih lanjut adalah banyak bank syariah harus membangun fungsi-fungsi korporatnya dari nol, termasuk

fungsi komunikasi korporat. Kiroyan Partners pernah mendampingi klien bank syariah yang mengalami nasib seperti ini, yaitu harus membangun unit komunikasi korporat yang sama sekali baru.

Pendampingan klien dalam membangun fungsi komunikasi korporat ini berlangsung selama setahun. Lingkup kerjanya juga luas, termasuk pendidikan dan pelatihan para eksekutif komunikasi korporat, serta direksi. Kami membantu menyusun strategi komunikasi hingga aspek-aspek aplikatif seperti hubungan dengan media, *media handling training* dan *media visit*, serta sosialisasi kepada media tentang perbankan syariah. Kegiatan dilanjutkan dengan *media gathering* secara berkala, penempatan *byline articles* secara beretika dan terarah dalam rangka sosialisasi dan pembentukan opini, serta *media monitoring*.

Dalam melaksanakan pendampingan, kami menekankan pentingnya mempertahankan etika dalam segala kegiatan komunikasi korporat. Yang menarik ketika klien kami sudah “lulus” dalam pengertian pendampingan selesai. Saat menyelenggarakan konferensi pers pertama kali secara independen, mereka

bertanya apakah perlu menyediakan amplop untuk wartawan. Semua kami kembalikan kepada pelatihan yang telah diberikan selama ini. Ternyata meski tidak memberi amplop, pemberitaan mereka positif.

Dalam setiap pelatihan penanganan media atau *media handling training* kami selalu secara spesifik menekankan kepada para klien agar tidak memberikan amplop kepada wartawan. Bukan saja hal itu melanggar etika, tapi juga media-media *mainstream* melarang wartawannya untuk menerima imbalan untuk peliputan. Kesan kami adalah masih banyak perusahaan beranggapan bahwa pemberitaan positif hanya dapat dicapai dengan membayar wartawan. Budaya tersebut sudah sangat mengakar di kalangan perusahaan dan perlu upaya bersama antara pihak perusahaan, instansi pemerintah dan pihak pers dalam meluruskan persepsi ini. ●



**Noke Kiroyan**

Chairman & Chief Consultant  
Kiroyan Partners.