



Menentukan Arah Bisnis

Tahun politik akan sangat berdampak pada perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan memerlukan konsultan PR dan *public affairs* untuk melakukan analisis dan *monitoring* agar dapat mengarahkan bisnis ke depan.

Pesta demokrasi, Pemilu 2024, sudah di depan mata. Di tahun politik ini, konsultan *public relations* (PR) dan *public affairs* tidak melulu diajak bermitra oleh klien politik atau kontestan pemilu. Tapi, ikut membantu korporasi, terutama multinasional dan Tbk., untuk melakukan analisis. Begitu kata CEO & Principal Consultant Kiroyan Partners (KP) Verlyana Hitipeuw dalam wawancaranya bersama PR INDONESIA, Jumat (10/2/2023).

Menurutnya, hal ini dikarenakan bagi perusahaan tahun politik memiliki tantangan dan risiko tersendiri. Sebab, berdasarkan analisis *politic, economic, social, technology, environment, legal* (PESTEL), politik menjadi salah satu *nonmarket issue* yang dapat memengaruhi bisnis.

Pengaruhnya ini umumnya dirasakan oleh perusahaan yang terlibat dalam proyek-proyek strategis pemerintah. Karena sedang memasuki tahun politik, bisa saja perusahaan yang bersangkutan memilih mengubah atau bahkan mengalami perubahan *timeline* yang disebabkan oleh perubahan kepemimpinan.

Tak hanya analisis, perusahaan juga membutuhkan *monitoring* untuk isu politik dan tren pemilu. Bahkan beberapa perusahaan sudah meminta konsultan/agensi PR maupun *public affairs* untuk melakukan *monitoring* terkait isu ini, dua tahun sebelum kontestasi politik dimulai.

Perempuan yang karib disapa Veve ini melanjutkan, *monitoring* merupakan bagian dari manajemen risiko perusahaan. "Dari hasil *monitoring*, perusahaan dapat memetakan *stakeholder* dan melakukan

strategi *engagement* yang lebih tepat," kata praktisi yang juga dosen Swiss German University (SGU) ini.

Ia lantas memberi contoh klien, dalam hal ini perusahaan, yang ingin melakukan ekspansi bisnis. Maka, perusahaan harus dapat memetakan *stakeholder* mulai dari pemerintah setempat, politisi lokal, organisasi lokal, dan lain sebagainya. Dari sana perusahaan dapat menilai hal-hal yang menjadi *concern* bagi masing-masing *stakeholder*. "Nah, anjang-ancang inilah yang berguna untuk menavigasi bisnis di tahun politik," ujarnya.

Risiko lain yang mungkin dihadapi oleh perusahaan adalah adanya keberpihakan. Perusahaan memerlukan informasi terkait kandidat-kandidat pemimpin dan pihak-pihak yang mendukung pemimpin tersebut. Selain itu, isu politik nasional juga dapat memengaruhi investasi. Kondisi politik yang stabil turut mendukung keberlanjutan investasi. Sebaliknya, kondisi politik yang panas, dapat memperburuk iklim investasi di Indonesia. Nah, kepastian atau *certainty*

dalam investasi ini menjadi hal penting bagi perusahaan.

Di KP sendiri terdapat servis *political risk advisory*. Perannya, untuk membantu klien dalam menganalisis seputar kandidat-kandidat politik. Nantinya, perusahaan klien akan mendapatkan informasi terkini secara berkala tentang kandidat terkuat baik di level nasional maupun di tempat perusahaan beroperasi.

Panduan Ketat

Hingga saat ini, sudah tak terhitung berapa banyak KP mendampingi klien dari kementerian, lembaga, dan BUMN. Namun, Veve menggarisbawahi, KP tidak pernah mendampingi pejabat publik secara individu. Alasannya, karena KP memiliki panduan yang cukup ketat terkait masalah etika. "Pencitraan boleh saja, namun harus dibuktikan dengan kinerja dan sikap," katanya.

Fakta pendukung inilah yang kemudian akan memperkuat pesan kunci yang disampaikan kandidat dalam membangun reputasi. Sebab, KP percaya, reputasi yang baik merupakan gabungan dari kinerja, perilaku, dan komunikasi.

Alasan lainnya adalah politik erat hubungannya dengan konflik kepentingan. Perempuan peraih gelar



"Di Tahun politik, konsultan PR dan *public affairs* ikut membantu korporasi dalam melakukan analisis dan *monitoring* guna melakukan navigasi bisnis," kata CEO & Principal Consultant Kiroyan Partners (KP) Verlyana Hitipeuw, Jumat (10/2/2023).

Foto: Dok. Pribadi

Di satu sisi, ia berpendapat, literasi rendah dapat berakibat terjadinya "perang" di media sosial. Masing-masing orang membela kandidat dan menjatuhkan lawan politik. "Kekesalan itu bisa berbuah saling *unfollow* dan *block*," kata Veve. Tantangan berikutnya, pemilih usia muda yang baru pertama mengikuti pemilu. Meskipun melek digital, generasi ini umumnya memiliki tingkat kepedulian politik yang lebih rendah ketimbang generasi sebelumnya. Untuk itu, perlu pendekatan khusus kepada mereka.

Mereka juga perlu diedukasi untuk tidak menyerang pihak lain yang memiliki pandangan politik yang berbeda. Sebaliknya, mereka sebaiknya menganggap hal tersebut sebagai pemicu untuk melakukan verifikasi informasi. "Kita harus mencari tahu sebab seseorang tidak memiliki pandangan politik yang sama dengan kita," imbuhnya.

Sebagai praktisi komunikasi yang berada di dalam tataran strategis, konsultan PR dan *public affairs* dapat mengambil bagian untuk mengedukasi masyarakat agar tidak terpolarisasi. Salah satu caranya dengan menulis opini di media. Langkah ini pula yang pernah dilakukan oleh Veve sebagai bentuk keresahannya terkait potensi adanya polarisasi di tahun politik 2019.

Veve berharap, siapa pun kandidat yang kelak memenangkan pemilu memiliki pemikiran untuk memajukan Indonesia. "Kompetisi sehat memang tidak mudah, namun setiap ada niat baik pasti menemukan jalan," pungkasnya. ●rvh/rtn

master Bonn-Rhein-Sieg University of Applied Sciences dan University of Bonn, Jerman, ini mengatakan, kandidat politik tidak berdiri sendiri. Ada banyak *stakeholder* di sekitar kandidat yang memiliki kepentingan berbeda-beda. Mulai dari partai hingga aktor lain dan masyarakat yang mendukungnya.

Nah, yang perlu menjadi perhatian adalah komunikasi politik hanya memiliki satu tujuan, yakni menang. Cara untuk bisa menang itu dapat dilakukan dengan strategi yang berbeda-beda. Bisa saja, keputusan dari *stakeholder* sekitar tersebut bertentangan dengan etika maupun hati nurani konsultan.

Alasan lainnya adalah adanya risiko reputasi. Menurut Veve, akan ada konsekuensi reputasi perusahaan apabila agensi/konsultan PR atau *public affairs* terlibat dalam aktivitas mengampunikan tokoh politik. Apabila mendukung kandidat yang tidak tepat, misalnya, maka akan berisiko terhadap perusahaan agensi yang bersangkutan. Sebaliknya, jika konsultan mendukung kandidat yang patuh pada *good corporate governance*

(GCG), maka reputasi perusahaan perusahaan juga turut menanjak.

Panduan KP ini juga berlaku untuk klien dari kalangan korporasi. Misalnya, jika perusahaan mengalami krisis karena satu kesalahan tertentu, maka perusahaan harus mengakui kesalahannya. Bukan justru malah melakukan *spinning* atau pengalihan isu. "Selama klien tersebut mengakui kesalahan dan mengupayakan perbaikan, kami berkomitmen akan bersedia mendampingi mereka melewati masa-masa sulit," kata pengampu mata kuliah *reputation management* tersebut.

Mencegah Polarisasi

Veve meyakini tahun ini sudah ada perbaikan literasi masyarakat dalam menghadapi tahun politik 2024. Namun, perbaikan tersebut tidak bisa disamaratakan di seluruh wilayah. Luasnya wilayah cakupan negara ini membuat edukasi dan literasi belum bisa dilakukan secara merata. "Masih ada pemilih yang belum terlalu bisa membedakan kandidat terbaik. Hal ini karena adanya *gap* dari segi digital, ekonomi, dan edukasi," kata Veve.



Siapa pun kandidat yang kelak memenangkan pemilu diharapkan adalah mereka yang memiliki pemikiran untuk memajukan Indonesia.