Komunitas PR Indonesia Dukung “Nation Branding”

Teddy Poernama selaku Kepala Bagian Humas dan Protokoler Kementerian BUMN menerima penghargaan di acara JAMMPIRO di Yogyakarta, Kamis (6/10)(Antara)

Jakarta, 7 Oktober 2016 (Antara) – Peran humas atau PR semakin menantang di era saat ini. Seperti yang pernah dipaparkan oleh Presiden RI Joko Widodo pada rapat terbatas akhir September lalu, citra positif negara di mata dunia harus terus dibangun agar menjadi daya saing positif.

Langkah membangun citra positif Indonesia di mata dunia inilah yang menjadi fokus majalah PR Indonesia untuk menggelar acara “Jambore Media dan PR Indonesia” atau yang disingkat JAMMPIRO untuk kedua kalinya di Yogyakarta pada 4-6 Oktober 2016.

Menurut *founder* dan CEO PR Indonesia, Asmono Wikan, momen ini adalah awal yang baik untuk menyatukan seluruh kekuatan komunitas PR Indonesia dalam mendukung *nation branding* untuk meningkatkan daya saing Indonesia di dunia.

Acara ini dikemas unik dengan melibatkan 250 praktisi PR, mahasiswa PR, media, hingga para pemegang kebijakan seperti pemimpin korporasi, pemimpin daerah, serta pejabat negara. Beberapa komunitas yang hadir antara lain, Asosiasi Perusahaan Public Relations Indonesia (APPRI), Forum Humas BUMN, Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS), Ikatan Pranata humas Indonesia (IPRAHUMAS), Tenaga Humas Pemerintah (THP), EGA Briefings, dan ASEAN Public Relations Network (APRN), Indonesia CSR Society (ICSRS), dan didukung Kantor Staf Presiden (KSP).

Menurut Kepala Bagian Humas dan Protokol Kementerian BUMN, Teddy Poernama, peran PR saat ini semakin dibutuhkan bagi organisasi dan korporasi dan sudah menjadi perhatian dari presiden dan pihak - pihak lain. “Namun, efektifitas pelaksanan program PR masih terkendala khususnya tentang *positioning* PR yang menyangkut level dan akses, karena dengan dua poin tersebut PR dapat menyampaikan pesan yg mengena,” katanya.

Tak hanya itu, menurut Teddy, saat ini PR dituntut untuk lebih kreatif dan memahami momentum secara tepat disaat arus informasi yang masif dan beragam. Ia juga menggaris bawahi fokus Presiden RI Joko Widodo tentang konsep “Nation Branding”. “Sesuai arahan presiden Nation Branding bukan bicara slogan maupun *tagline*, namun bukti nyata. Saat ini PR dituntut untuk dapat melihat pencapaian organisasi maupun korporasi serta bisa menyampaikannya ke publik,” paparnya.

Penghargaan Insan PR Indonesia 2016
Acara ini makin meriah dengan adanya apresasi “Penghargaan Insan PR INDONESIA” yang diberikan kepada para praktisi PR atas kinerja dan kontribusinya yang menginspirasi publik.

Peraih penghargaan ini adalah, Arif Prabowo (VP Corcom Telkom), Teddy Poernama (Kementerian BUMN), Tofan Mahdi (Astra Agro Lestari/GAPKI), Ahmad Reza (Bank Mandiri), Yusuf Wibisono (Petrokimia), Boy Rafli Amar (Mabes Polri), Eko Sulistyo (KSP), Nurlaela Arif (Bio Farma), Wianda Pusponegoro (Pertamina), Endah Kartikawati (Iprahumas), dan Yuyuk Adriati Ishak (KPK).

“Untuk pertama kalinya, PR Indonesia mempersembahkan sebuah penghargaan kepada mereka – insan PR di Indonesia — yang kami anggap selama satu tahun berjalan, telah memperlihatkan kinerjanya yang membanggakan dan menginspirasi praktisi PR yang lain di negeri ini,” kata Asmono Wikan.

Sosok-sosok tersebut, dipandang memiliki kemauan kuat untuk mengkontribusikan pemikiran,

waktu, biaya, energi, hingga keterlibatannya secara langsung bagi pembangunan kehidupan PR yang lebih modern dan profesional di Tanah Air, sehingga memberikan pengaruh bagi penguatan reputasi Bangsa.

Tak hanya itu, acara ini juga menjadi ajang unjuk gigi bagi pemerintah kota, kabupaten, provinsi, dan korporasi daerah se-Kalimantan, Sulawesi, dan Jawa atas publisitas yang terpantau di media cetak nasional sepanjang tahun 2015 melalui apresiasi bernama “Kalimantan PR Indonesia Media Relations Awards” (KALPRIMAS), Sulawesi PR Indonesia Media Relations Awards” (SULPRIMAS), dan Jawa PR Indonesia Media Relations Awards” (JAPRIMAS).

Sumber : www.antaranews.com

[:en]Teddy Poernama selaku Kepala Bagian Humas dan Protokoler Kementerian BUMN menerima penghargaan di acara JAMMPIRO di Yogyakarta, Kamis (6/10)(Antara)

Jakarta, 7 Oktober 2016 (Antara) – Peran humas atau PR semakin menantang di era saat ini. Seperti yang pernah dipaparkan oleh Presiden RI Joko Widodo pada rapat terbatas akhir September lalu, citra positif negara di mata dunia harus terus dibangun agar menjadi daya saing positif.

Langkah membangun citra positif Indonesia di mata dunia inilah yang menjadi fokus majalah PR Indonesia untuk menggelar acara “Jambore Media dan PR Indonesia” atau yang disingkat JAMMPIRO untuk kedua kalinya di Yogyakarta pada 4-6 Oktober 2016.

Menurut *founder* dan CEO PR Indonesia, Asmono Wikan, momen ini adalah awal yang baik untuk menyatukan seluruh kekuatan komunitas PR Indonesia dalam mendukung *nation branding* untuk meningkatkan daya saing Indonesia di dunia.

Acara ini dikemas unik dengan melibatkan 250 praktisi PR, mahasiswa PR, media, hingga para pemegang kebijakan seperti pemimpin korporasi, pemimpin daerah, serta pejabat negara. Beberapa komunitas yang hadir antara lain, Asosiasi Perusahaan Public Relations Indonesia (APPRI), Forum Humas BUMN, Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS), Ikatan Pranata humas Indonesia (IPRAHUMAS), Tenaga Humas Pemerintah (THP), EGA Briefings, dan ASEAN Public Relations Network (APRN), Indonesia CSR Society (ICSRS), dan didukung Kantor Staf Presiden (KSP).

Menurut Kepala Bagian Humas dan Protokol Kementerian BUMN, Teddy Poernama, peran PR saat ini semakin dibutuhkan bagi organisasi dan korporasi dan sudah menjadi perhatian dari presiden dan pihak - pihak lain. “Namun, efektifitas pelaksanan program PR masih terkendala khususnya tentang *positioning* PR yang menyangkut level dan akses, karena dengan dua poin tersebut PR dapat menyampaikan pesan yg mengena,” katanya.

Tak hanya itu, menurut Teddy, saat ini PR dituntut untuk lebih kreatif dan memahami momentum secara tepat disaat arus informasi yang masif dan beragam. Ia juga menggaris bawahi fokus Presiden RI Joko Widodo tentang konsep “Nation Branding”. “Sesuai arahan presiden Nation Branding bukan bicara slogan maupun *tagline*, namun bukti nyata. Saat ini PR dituntut untuk dapat melihat pencapaian organisasi maupun korporasi serta bisa menyampaikannya ke publik,” paparnya.

Penghargaan Insan PR Indonesia 2016
Acara ini makin meriah dengan adanya apresasi “Penghargaan Insan PR INDONESIA” yang diberikan kepada para praktisi PR atas kinerja dan kontribusinya yang menginspirasi publik.

Peraih penghargaan ini adalah, Arif Prabowo (VP Corcom Telkom), Teddy Poernama (Kementerian BUMN), Tofan Mahdi (Astra Agro Lestari/GAPKI), Ahmad Reza (Bank Mandiri), Yusuf Wibisono (Petrokimia), Boy Rafli Amar (Mabes Polri), Eko Sulistyo (KSP), Nurlaela Arif (Bio Farma), Wianda Pusponegoro (Pertamina), Endah Kartikawati (Iprahumas), dan Yuyuk Adriati Ishak (KPK).

“Untuk pertama kalinya, PR Indonesia mempersembahkan sebuah penghargaan kepada mereka – insan PR di Indonesia — yang kami anggap selama satu tahun berjalan, telah memperlihatkan kinerjanya yang membanggakan dan menginspirasi praktisi PR yang lain di negeri ini,” kata Asmono Wikan.

Sosok-sosok tersebut, dipandang memiliki kemauan kuat untuk mengkontribusikan pemikiran, waktu, biaya, energi, hingga keterlibatannya secara langsung bagi pembangunan kehidupan PR yang lebih modern dan profesional di Tanah Air, sehingga memberikan pengaruh bagi penguatan reputasi Bangsa.

Tak hanya itu, acara ini juga menjadi ajang unjuk gigi bagi pemerintah kota, kabupaten, provinsi, dan korporasi daerah se-Kalimantan, Sulawesi, dan Jawa atas publisitas yang terpantau di media cetak nasional sepanjang tahun 2015 melalui apresiasi bernama “Kalimantan PR Indonesia Media Relations Awards” (KALPRIMAS), Sulawesi PR Indonesia Media Relations Awards” (SULPRIMAS), dan Jawa PR Indonesia Media Relations Awards” (JAPRIMAS).

Sumber : www.antaranews.com[:]