

Nama : Nova Harivan Paloh

Jabatan : CSR Executive

Status : Key Informan

Tanggal wawancara : 16 Juli 2014

1. Apa definisi CSR menurut Anda?

Bagi saya, CSR merupakan tanggung jawab moral perusahaan terhadap lingkungan kita, baik secara internal maupun eksternal.

2. Sejak kapan divisi CSR berdiri di Media Indonesia?

Sebenarnya kegiatan CSR sudah dijalankan sejak tahun 2010. Kita mulai dengan menekankan pada aktivitas lingkungan melalui kampanye 'green concern'. Seiring berjalannya waktu kami mulai menetapkan target sasaran dari program CSR. Kita menyoal kalangan mahasiswa dengan mengsoal kampanye peduli lingkungan.

3. Mengapa perlu untuk dibentuk sebuah divisi CSR tersendiri? Apa urgensinya?

Kami merupakan sebuah perusahaan media. Dari situ kami memiliki peranan untuk mengontrol masyarakat dan pemerintah. Menyadari peran tersebut, maka kami sadar bahwa kami juga harus memberikan kontribusi kepada masyarakat luas. Adapun kontribusi tersebut juga harus sesuai dengan *core business* dari perusahaan kami.

4. Kegiatan CSR pada umumnya memang memberikan kontribusi kepada masyarakat? Namun adakah manfaatnya bagi perusahaan?

Kalau buat perusahaan saya pikir manfaatnya lebih kepada sisi *public relations*. Kami bisa melakukan *branding*. Namun kalau dari segi profit saya pikir tidak ada. Boleh dibilang *zero profit*. Maka dari itu, sesuai dengan definisi CSR itu sendiri, sebisa mungkin kami menghindari komersialisasi dari program CSR yang dijalankan. Program

yang kami jalankan selama ini sifatnya hanya ke arah *public relations*, tidak ada hal yang bersifat profit.

5. Mengapa fokus program yang diambil ialah seputar lingkungan?

Sebenarnya kami tidak hanya terbatas menjalankan kampanye peduli lingkungan saja. Beberapa kali kami juga mengadakan program yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat sekitar. Belum lama ini kami bekerja sama dengan salah satu distributor ponsel untuk mengadakan pelatihan soal perbaikan ponsel. Kami menasar para pemuda di sekitar kantor kami yang belum memiliki pekerjaan. Namun memang kami masih berfokus pada program berbasis lingkungan. Mengapa? Salah satunya ialah karena perusahaan kami sudah menandatangani sebuah perjanjian bernama *global compact*. Itu tertera di MDGs yang salah satu poinnya ialah menyangkut soal lingkungan.

Dari sisi internal, kami menjalankan program hemat energi dan ramah lingkungan melalui proses daur ulang kertas sisa produksi koran. Di lingkungan kantor sendiri kami juga aktif menyebarkan himbauan dan informasi mengenai gaya hidup hijau, salah satunya mengenai bahaya styrofoam.

Kalau dari segi eksternal, kami aktif mengadakan *talkshow* dan *workshop* di kampus-kampus. Kami mau mahasiswa ini menjadi *agents of change*. Sehingga ketika mereka sudah bekerja, mereka bisa mengaplikasikan pengetahuan yang mereka dapat dari kami.

6. Dari sisi internal sendiri bagaimana langkah sosialisasi program tersebut kepada karyawan?

Terkadang kami memanggil seorang pakar di bidang lingkungan, seperti misalnya pakar masalah sampah, kami undang pakar tersebut untuk memberikan *briefing* atau arahan kepada karyawan. Kemudian kami juga memasang beberapa pamflet di sudut-sudut kantor dengan menggunakan *acrylic wall display* yang isinya tentang kesehatan lingkungan.

7. Program CSR biasanya tidak terlepas dari yang namanya kemitraan. Mengapa Media Indonesia memilih untuk menjalin kemitraan dengan instansi pendidikan?

Instansi pendidikan ialah tempat untuk mencetak generasi penerus di kemudian hari. Sementara *core business* kami ialah juga memberikan ilmu pengetahuan melalui produk koran. Jadi kami menginginkan adanya suatu filosofi lingkungan yang fundamental agar bisa diserap oleh mahasiswa.

8. Selain menjalin kemitraan dengan instansi pendidikan, Media Indonesia juga selalu menjalin kemitraan dengan lembaga swadaya masyarakat (LSM) seperti WWF Indonesia. Mengapa WWF yang dipilih?

WWF merupakan LSM yang sangat akuntabel. Mereka sudah dikenal aktif terhadap masalah lingkungan sejak lama. Mereka memiliki pakar-pakar yang kompeten di dalamnya, seperti ahli konservasi. Kemudian, mereka memiliki data-data yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam menjalin kerjasama, kami memperhatikan LSM mana yang memiliki akuntabilitas yang baik. Karena kami juga bertanggung jawab dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

9. Sejauh ini Media Indonesia telah menjalin kemitraan dengan tujuh perguruan tinggi, yakni Trisakti, UI, UPH, Binus, LSPR, YAI, dan Untar. Mengapa yang dipilih kampus-kampus tersebut? Apa kriteria pemilihannya?

Kampus yang kami akan kami ajak kerjasama harus memiliki fasilitas dan jumlah mahasiswa yang memadai. Kami melihat kampus-kampus tersebut memiliki kedua unsur itu. Kemudian, dari segi *branding* hal ini juga menguntungkan bagi kami karena kampus-kampus tersebut tergolong perguruan tinggi favorit. Karena statusnya merupakan perguruan tinggi unggulan, mereka mampu untuk memberikan pengaruh lebih kepada masyarakat.

10. Berapa target event yang dijalankan dalam waktu setahun? Lalu berapa target peserta yang dipatok di setiap event?

Kami menargetkan ada tiga event yang kami selenggarakan dalam waktu satu tahun. Minimal kami mematok 150 peserta. Namun event kami pernah juga menembus hingga 600 peserta.

11. Mengapa secara spesifik memilih *talkshow* dan *workshop* sebagai aplikasi programnya?

Talkshow dan *workshop* kami pilih karena sesuai dengan *core business* kita yang berada di ranah media. Namun dalam perkembangannya kami terus berinovasi dengan memodifikasi kegiatan tersebut. Kegiatan *workshop* yang dulu hanya sebatas penulisan sekarang mulai kami kembangkan dengan menggandeng Metro TV melalui materi *citizen journalism* di depan kamera. Kemudian di event terakhir kami juga memberikan materi mengenai desain dalam bentuk *digital publishing* di iPad dan tablet. Intinya, kami ingin memberikan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa sesuai dengan karakter *brand* kami.

12. Apakah target sasaran dari program CSR ini terhadap usaha *branding* Media Indonesia?

Selama ini Media Indonesia terkesan sebagai koran politik. Padahal, kami memiliki beberapa suplemen di dalamnya yang dapat dibaca oleh semua kalangan, seperti halaman hobi dan komunitas, kegiatan anak muda, pendidikan, dan lingkungan. Melalui program yang kami adakan, kami ingin mengubah paradigma mereka terhadap *brand* kami. Kami ingin menyasar kalangan yang lebih luas, sehingga koran kami dapat dibaca oleh semua kalangan, tak hanya usahawan dan politisi, namun juga anak muda.

13. Dalam setiap kegiatan *talkshow* dan *workshop*, terlihat bahwa divisi CSR selalu bekerja sama dengan divisi artistik dan redaksi. Bisa dijelaskan mengenai peran mereka?

Divisi artistik membuat desain untuk media promo, seperti materi spanduk dan poster. Namun belakangan peran serta mereka lebih berkembang karena di event terakhir mereka bisa memberikan materi secara langsung kepada peserta mengenai desain di media.

Sedangkan divisi redaksi sendiri bertanggung jawab untuk menentukan tema, memberikan materi *workshop*, dan meliput jalannya acara.

14. Sosialisasi atau promosi acaranya sendiri seperti apa?

Karena acara ini sifatnya lebih menasar peserta di lingkungan kampus, maka kami lebih banyak melibatkan peran serta pihak kampus tersebut untuk melakukan promosi ke mahasiswanya. Kami membuat dan mencetak poster dan spanduk, kemudian mereka yang menentukan penempatannya.

15. Bagaimana proses tahapan persiapan dalam menjalankan *talkshow* dan *workshop* ini?

Pertama tentu kita bertemu dengan pihak kampus untuk menawarkan kerjasama. Kami membuat proposal dan mempresentasikannya pada mereka. Jika sudah ditemukan titik temu antara pihak kami dengan pihak kampus, maka kami melakukan penjajakan kerjasama lagi dengan pihak WWF selaku LSM untuk menentukan tema dan narasumber. Kami juga membuat proposal untuk sponsor. Jika semua pihak sudah *deal*, maka dibuatkanlah MoU (Memorandum of Understanding) antar pihak. Prosesnya kurang lebih memakan waktu sebulan.

16. Peran sponsor sendiri seperti apa?

Sponsor memberikan *goodie bag*, makanan, atau bingkisan. Bentuknya bukan berupa uang, melainkan barang. Sebagai imbal baliknya, kami memberikan mereka panggung untuk melakukan presentasi di tengah acara.

17. Apakah proses evaluasi juga dilakukan? Bagaimana tahapannya?

Evaluasi sering kami lakukan. Satu contoh bentuk dari evaluasi tersebut ialah kegiatan pelatihan *citizen journalism* dengan menggandeng Metro Tv. Ini dikarenakan kami melihat bahwa *workshop* penulisan yang selama ini dijalankan tidak semua direspons antusias oleh mahasiswa. Dari situ kami menyadari bahwa minat mahasiswa terhadap penulisan saat ini sudah berkurang. Mahasiswa sekarang ini lebih berminat untuk tampil di kamera, istilahnya ‘narsis’. Maka dari itu, konsep pelatihan jurnalistik kini tak lagi hanya sebatas penulisan, melainkan juga dalam bentuk reportase di televisi.

18. Apa indikator kesuksesan dari program tersebut?

Indikatornya bisa dilihat dari jumlah peserta. Semakin banyak pesertanya, maka dapat dikatakan semakin sukses acaranya. Sejauh ini acara yang paling sukses ialah yang berlangsung di Universitas Binus dengan peserta yang mencapai 600 orang.

19. Adakah anggaran khusus dari perusahaan kepada divisi CSR?

Perusahaan tidak memiliki anggaran khusus untuk divisi CSR. Namun perusahaan memiliki anggaran untuk kegiatan eksternal, seperti *budget* untuk kegiatan promosi atau *marketing communication*. Dana dari situlah yang biasa kita pakai.

20. Kalau tidak ada anggaran khusus bagaimana cara divisi ini untuk *survive*?

CSR yang kami jalankan seringkali berbentuk kemitraan. Kami memanfaatkan sumber daya apa yang bisa dimanfaatkan dari para mitra kita. Sekali lagi, bentuknya bukan berupa uang, melainkan berupa produk atau infrastruktur yang dimiliki oleh masing-masing pihak, baik dari pihak kita maupun mereka. Dari situ, biaya yang kami keluarkan bisa ditekan.

21. Dengan kegiatan *talkshow* dan *workshop* tersebut, tanggapan publik sendiri seperti apa sejauh ini?

Apresiasi mereka sejauh ini positif. Kalau dari mitra kita, indikator kepuasan mereka ialah adanya kemauan untuk bekerja sama dengan kami lagi. Ini dikarenakan kami mempunyai terobosan yang jelas bagi mahasiswa di kampus tersebut.

22. Apa yang membedakan program CSR tersebut dengan program CSR yang sifatnya *green wash* atau sekadar pencitraan belaka?

CSR yang sifatnya *greenwash* itu sifatnya tidak *sustain*. Hanya sekali tampil, minta diliput oleh media, kemudian selesai dan tidak ada tindak lanjutnya. Sedangkan kami tidak begitu. Kami memberikan pendidikan yang berkelanjutan atau terus menerus terhadap masyarakat, khususnya di lingkungan kampus, dan manfaatnya jelas bagi mereka.

23. Apa persepi yang diharapkan dari masyarakat, khususnya *stakeholder*, terhadap *brand* Media Indonesia melalui program CSR yang sudah dijalankan?

Melalui program CSR, kami juga hendak memperluas pangsa pasar, khususnya pada mahasiswa. Kami harapkan terjadi perubahan persepsi dalam diri mereka akan *brand* dari Media Indonesia itu sendiri. Persepsi yang hendak kami bangun ialah Media Indonesia bukan hanya koran yang mengupas tentang politik, namun juga terdapat beberapa rubrik dan informasi lain yang sesuai dengan minat dan karakter mereka sebagai pembaca.

Nama : Rio Okto Waas

Jabatan : Asisten Kepala Divisi Artistik Media Indonesia

Status : Informan

Tanggal wawancara : 17 Juli 2014

1. Apa definisi CSR menurut Anda?

CSR menurut saya adalah tugas yang diemban oleh perusahaan untuk berbagi. Dari segi pelaksanaan sebaiknya berhubungan dengan bisnis utama dari perusahaan tersebut. Kemudian CSR merupakan sebuah langkah bisnis yang terkait dengan masalah moral atau kemanusiaan.

2. Sepanjang divisi CSR berdiri di Media Indonesia, apa saja yang sudah dikerjakan oleh divisi Artistik?

Menurut saya pribadi sebenarnya peran divisi Artistik ini masih kurang dan belum dimanfaatkan secara penuh. Kami hanya dilibatkan di ranah desain materi acara semata, padahal kami bisa memberikan lebih dari itu. Namun kurang lebih selama enam bulan terakhir ada peningkatan dari peran serta divisi Artistik, yaitu memberikan pendidikan tentang desain visual dalam jurnalistik.

3. Di event terakhir yang berlangsung di Universitas Pelita Harapan (UPH), divisi Artistik untuk pertama kalinya mendapatkan peran untuk tampil di depan layar dengan memberikan materi seminar. Bagaimana tanggapan Anda?

Saya pikir event tersebut cukup sukses. Respons peserta bagus. Kemudian kualitas komunikasi antar dua lembaga, yakni Media Indonesia dengan UPH juga meningkat. Setelah adanya event tersebut, banyak mahasiswa dari sana yang bertanya via e-mail mengenai *company profile* Media Indonesia. Padahal, sebelum acara tersebut ada beberapa dari mereka yang belum tahu Media Indonesia itu apa. Jadi dapat dikatakan dari segi *branding* kami sangat untung.

Sebenarnya itu bukan yang pertama kali, sebelum di UPH kami juga pernah mendapatkan peran tersebut di IPB (Institut Pertanian Bogor) beberapa bulan sebelumnya.

4. Kalau boleh saya konfirmasi berdasarkan penuturan Bapak Nova (CSR Executive), beliau tidak pernah menyebutkan IPB di dalam kegiatan CSR yang selama ini sudah dijalankan. Bisa dijelaskan mengenai hal tersebut?

Karena acara tersebut bukan unit beliau yang mengerjakan, melainkan divisi lain yang ada di perusahaan. Namun kalau boleh saya menilai, kegiatan tersebut juga masuk dalam program CSR. Artinya, setiap program yang ada di Media Indonesia belum terstruktur secara penuh.

5. Menurut Anda mengapa bisa begitu? Bukankah dari segi struktur organisasi sudah jelas bahwa divisi CSR merupakan inisiator setiap program CSR yang dijalankan oleh perusahaan?

Pertama ialah karena unsur kepentingan. Kedua ialah unsur pengetahuan, di mana banyak pihak dalam perusahaan yang memiliki spirit yang bagus untuk mengembangkan *brand* Media Indonesia, sayangnya hal itu tidak ditunjang oleh arah yang jelas dari program CSR ini sendiri.

Seharusnya program CSR disusun lebih rapi dan jelas dalam jangka waktu periodik, misalnya setahun ke depan ada berapa event yang mau dikerjakan dan bentuknya seperti apa. Karena hal itu belum diterapkan, divisi lain di luar divisi CSR, seperti divisi Promosi, Sirkulasi, dan Redaksi bisa membuat program CSR sendiri-sendiri tanpa didukung oleh struktur yang jelas.

6. Dari divisi Artistik sendiri, berapa orang yang biasanya terlibat dalam tahap perencanaan suatu kegiatan CSR?

Sekitar tiga hingga lima orang.

7. Bagaimana cara personil divisi Artistik untuk mendapatkan inspirasi dalam membuat desain materi promosi kegiatan?

Untuk yang masih pemula, biasanya mereka akan mencari referensi di internet atau media sosial. Namun bagi yang sudah senior, hanya dengan membaca materi mereka biasanya sudah mendapatkan gambarannya, karena sesuai dengan jam terbangnya juga.

8. Menurut Anda, secara umum sejauh mana makna dari segi artistik dalam kegiatan membangun suatu *brand*?

Desain itu sangat terukur, tergantung pasarnya siapa. Contohnya, apabila di dalam sebuah komunitas atau masyarakat. Sebuah desain harus mampu memberikan lebih dari apa yang masyarakat harapkan. *Brand* sendiri adalah penggambaran secara utuh sebuah objek. Objeknya bisa berupa manusia, perusahaan, dan lainnya. Bicara soal *branding* sama halnya dengan bicara soal persepsi. Persepsi itu sendiri bisa dibentuk melalui desain yang menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat.

9. Melalui desain yang ditampilkan, apa persepsi yang diharapkan dari orang yang melihatnya?

Supaya pesannya dapat tersampaikan dengan baik.

10. Seringkali kegiatan CSR di Media Indonesia menggandeng kemitraan dengan instansi pendidikan. Menurut Anda, seberapa penting kemitraan yang dijalin tersebut bagi Media Indonesia?

Saya pikir kemitraan bisa dijalin dengan siapa, tidak harus terpatok dengan instansi pendidikan. Bisa juga dengan instansi pemerintah, swasta, maupun ibu-ibu rumah tangga. Ini karena materi yang dimiliki Media Indonesia ini bisa sangat luas. Mau bicara soal politik, Media Indonesia bisa memberikan persepsi politik. Bicara tentang kuliner atau teknologi, Media Indonesia juga bisa memberikan kedua hal tersebut, karena kita punya kompartemennya.

Namun acuan kemitraan yang paling banyak dijalankan saat ini adalah pada universitas. Mengapa? Karena universitas merupakan sebuah kelompok yang menghadirkan masa depan. Mereka adalah kelompok manusia pintar yang akan segera masuk ke dunia industri dan mereka akan memberikan hal yang baik kepada masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Pemberian edukasi dari Media Indonesia kepada mereka saya nilai

sangat tepat. Karena satu anak yang mendapatkan ilmu tersebut akan menularkan ilmunya kepada anak yang lain.

11. Adakah saran dari Anda untuk meningkatkan sinergi antara divisi Artistik dengan divisi CSR agar tercipta sebuah kegiatan CSR yang optimal?

Pertama ialah dari segi rutinitas dan struktur programnya harus lebih diperjelas lagi, baik dari segi jadwal maupun materinya. Kemudian, saya harap cakupan programnya bisa diperluas. Tak hanya di Jakarta saja, melainkan di satu Indonesia, bahkan hingga mencapai Asia Tenggara. Jadi skala programnya dibuat masif.

Nama : Rosmery C. Sihombing

Jabatan : Asisten Kepala Divisi Pemberitaan Media Indonesia

Status: : Informan

Tanggal wawancara : 20 Juli 2014

1. Apa definisi CSR menurut Anda?

CSR bagi saya merupakan kegiatan yang menjadi nafas keberlangsungan sebuah perusahaan. CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan harus dilakukan secara berkesinambungan.

Media Indonesia sendiri sudah melakukan hal tersebut, salah satunya adalah dengan mendaur ulang kertas. Namun memang prosesnya belum sampai pada tahap hulu ke hilir. Kami baru menjual kertas bekas kepada pemulung atau perusahaan daur ulang, namun pemakaian kertas di perusahaan kami masih menggunakan kertas yang baru. Idealnya, kertas yang sudah didaur ulang bisa kita gunakan lagi.

2. Mengapa perlu dibentuk divisi CSR khusus di Media Indonesia? Adakah urgensinya?

CSR adalah investasi. CSR harus menguntungkan, namun keuntungannya tidak boleh dipakai untuk menambah modal perusahaan. Keuntungan yang didapat harus dikelola untuk program pemberdayaan masyarakat, seperti pendidikan, kesehatan, dan pelestarian lingkungan.

Perusahaan kami bernaung di dalam Media Group, yang notabene menjadi induk banyak perusahaan. Karena skalanya usaha besar, maka sudah selayaknya dibentuk divisi CSR tersendiri. Malah, bagi saya tak cukup hanya berupa divisi. Akan lebih baik apabila dibentuk menjadi sebuah yayasan khusus yang dapat menjadi wadah program CSR yang dijalankan oleh semua perusahaan di Media Group.

3. Apa manfaat program CSR yang dijalankan bagi perusahaan? Adakah keuntungannya?

CSR bisa menaikkan rating atau isu positif dari perusahaan. Kegiatan ini bisa menjadi kunci bagi keberlangsungan hidup perusahaan.

4. Di awal Anda sempat menyebutkan bahwa CSR harus menguntungkan. Bisa dijelaskan maksudnya?

CSR bagi saya harus mendatangkan keuntungan. Maksudnya ialah menjadi divisi yang mandiri. Dalam artian, dana yang didapat dari suatu hasil kegiatan CSR yang sudah dijalankan dapat membiayai kegiatan yang selanjutnya. Saya pikir di perusahaan ini perlu diterapkan konsep seperti itu, supaya cakupan programnya bisa lebih luas.

Itu jika kita bicara soal keuntungan ekonomi. Keuntungan yang lain ialah untuk menaikkan citra perusahaan. Meski begitu, CSR perlu untuk diaudit dan dilaporkan.

5. Salah satu program CSR yang dikembangkan oleh Media Indonesia adalah kegiatan *talkshow* dan *workshop* di kampus-kampus. Bagaimana peran redaksi dalam kegiatan tersebut?

Dalam tahap pra event, kami menentukan tema dan materi apa yang akan dibahas. Temanya harus menarik dan *up to date*. Di situ kami berembuk dengan pihak lain seperti WWF Indonesia selaku LSM yang bermitra dengan kami.

Saat event, saya mewakili redaksi menjadi moderator acara *talkshow*. Kemudian ada lagi seorang wartawan yang menjadi mentor saat acara *workshop* jurnalistik.

Pasca event, kami melakukan publikasi melalui pemberitaan di harian Media Indonesia.

6. Materi apa yang diberikan saat *workshop*?

Cara penulisan berita dan *feature* serta teknik dalam melakukan wawancara.

7. Dalam melakukan kegiatan *talkshow* dan *workshop*, Media Indonesia acapkali bermitra dengan LSM dan instansi pendidikan. Menurut Anda, sudah idealkah bentuk kemitraan dengan kedua lembaga tersebut?

Sebenarnya perlu ditambahkan satu instansi lagi, yakni instansi pemerintah. Namun seringkali mereka belum bersedia untuk hadir. Selain instansi pendidikan dan LSM, idealnya elemen masyarakat lain yang diajak bermitra ialah pemerintah dan pelaku industri.

LSM dan instansi pendidikan melempar isu dan permasalahan, kemudian jalan keluarnya bisa didapatkan dari pemerintah dan pelaku usaha. Jadi bisa saling melengkapi.

8. Dari publikasi acara yang dilakukan melalui berita di harian Media Indonesia, adakah pengaruhnya terhadap citra *brand* Media Indonesia?

Tentu ada, dan biasanya positif. Untuk pembangunan citra sangat berpengaruh.

9. Bagi Anda mana media yang lebih efektif untuk membangun citra? Iklan ataukah berita?

Kalau memasang iklan, orang sudah beranggapan bahwa isinya dibagus-baguskan. Namun kalau dalam berita, unsur kritiknya juga harus masuk. Kalau berita pembawaanya lebih netral. Orang lebih percaya terhadap berita. Jadi jelas lebih efektif berita.

10. Apa harapan bagi peserta setelah mengikuti kegiatan tersebut?

Perubahan perilaku. Itu memang tidak mudah. Namun di sini kita mencoba untuk memberikan informasi. Dari awalnya mereka tidak tahu menjadi tahu. Kemudian ketika mereka sudah tahu, mereka menjadi mengerti. Setelah mereka mengerti, kemudian mereka melakukan. Jika mereka sudah melakukan, maka orang-orang di sekitarnya bisa mengikuti hal tersebut. Jadi kegiatan tersebut kami harapkan menjadi pemicu dari sebuah gerakan perubahan.

11. Menurut Anda, sejauh ini apakah program CSR yang telah dijalankan sudah ideal?

Masih belum. Saya pikir perlu dikembangkan. Kegiatan yang selama ini dijalankan bagi saya tergolong jarang. Programnya sendiri saya pikir perlu untuk lebih digiatkan lagi, setidaknya dua bulan sekali. Tak harus menysasar perguruan tinggi, namun ke jenjang SMA juga bisa.

12. Persepsi apa yang diharapkan dari publik, khususnya *stakeholder*, dari program CSR yang sudah dijalankan?

Dengan kegiatan ini, kami harapkan persepsi yang berkembang di masyarakat adalah bahwa Media Indonesia merupakan perusahaan yang ramah lingkungan.

“Reward and Punishment Illegal Logging” - Universitas Tarumanagara, 21 Februari 2014



“Menanam Pohon Menabung Oksigen” – Universitas Indonesia, 19 Mei 2011



“Be A Smart Consumer” – LSPR, 15 Maret 2012



HUMANIORA

Budaya Ramah Lingkungan dari Hal Sederhana

MASTARAKAT sudah saatnya mengubah gaya hidup atau kebiasaan hidup untuk membudayakan penggunaan energi yang ramah lingkungan serta energi yang dapat diperbarui. Ini penting agar lingkungan hidup yang sehat selalu tercipta di sekitar kita.

"Media Indonesia, misalnya, sudah melakukan hal ini dengan cara sangat sederhana, seperti penggunaan kertas bekas," kata Deputi Kepala Divisi Pemberitaan Media Indonesia Abdul Kohar pada diskusi bertajuk *Be a Smart Consumer*, di Kampus Stikom London School of Public Relations Jakarta (LSPR Jakarta), kemarin.

Hadir pula dalam diskusi yang dimoderatori oleh Asisten Kepala Divisi Pemberitaan Media Indonesia Rosmery Sihombing itu, yakni CSR Executive

Media Indonesia Nova Harivan Paloh, Deputi Direktur III Stikom LSPR Immanuel Hutagalung, perwakilan dari WWF Indonesia, Bike to Work, serta Ditjen Energi Baru dan Konservasi Energi Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral.

Kohar melanjutkan, dengan menciptakan lingkungan sehat melalui pemakaian energi ramah lingkungan dapat meminimalisasikan kerusakan lingkungan yang saat ini sedang mengancam kehidupan makhluk bumi.

"Kita sangat prihatin dengan kerusakan hutan yang terus berkurang dan juga kian terbahasanya jumlah cadangan minyak. Maka itu, hal ini harus dimulai dari kita sendiri," papar Kohar dalam diskusi

yang terselenggara berkat kerja sama Body Shop, WWF Indonesia, dan Bike to Work tersebut.

Atas Fenomena itu, kata Nova Harivan Paloh, Media Indonesia mendorong generasi muda membudayakan gaya hidup hijau.

"Ini kami mulai dari dunia kampus seperti Stikom LSPR Jakarta," ujar Nova.

Hal serupa juga pernah digelar di Universitas Indonesia (UI), Universitas Trisakti, dan Universitas Pelita Harapan.

Deputi Direktur III Stikom LSPR Immanuel Hutagalung sependapat. Karena itu, dia pun menegaskan komitmen Stikom LSPR sebagai kampus yang peduli terhadap kelangsungan lingkungan dan gaya hidup yang sehat dan hijau. (*/H-2)



MEMAT ENERGI: CSR Executive Media Indonesia Nova Harivan Paloh (kanan) menjelaskan kepada sejumlah mahasiswa yang hadir dalam talk show dan workshop jurnalistik bertajuk *Be a Smart Consumer* di Kampus Stikom London School of Public Relations, Jakarta, kemarin. Acara tersebut bertujuan mengajak mahasiswa agar selalu menghemat konsumsi energi yang dapat dimulai dari hal-hal yang kecil, mengingat kesadaran energi di bumi kian menipis.

SEKILAS

Produk Minuman agar Ditertibkan

YAYASAN Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) meminta pemerintah untuk menertibkan produk minuman biasa yang mengklaim dirinya sebagai produk minuman kesehatan.

"Informasi produk minuman yang diklaim sebagai larutan kesehatan, tetapi sebenarnya minuman biasa dapat merugikan masyarakat," ujar Pengurus Harian YLKI Sadaryanto, di Kantor YLKI, Jakarta, beberapa waktu lalu.

Pernyataan itu terkait dengan keluarnya surat No HKI 4.HI.02.06.06/21/2012, seranggal 10 Februari 2012. Di situ Ditjen HAKI menegaskan merek larutan pengemar kulit PT Wen Ken Drug (WKD) masuk kategori air, minuman yang tidak mengandung obat dan tidak bertujuan untuk pengobatan.

Sayangnya, Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) hingga kini belum bersikap dan tetap membiarkan produk yang mengklaim minuman kesehatan itu beredar bebas di pasaran. (Tic/H-2)

Lomba Foto Sadar Wisata Digelar

GUANA mempromosikan destinasi wisata di Indonesia, untuk keempat kalinya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemparparekraf) menggelar lomba foto Sadar Wisata. Dalam lomba foto Sadar Wisata 2012 untuk umum ini, masyarakat diberikan waktu selama lima bulan mulai 16 Maret hingga 24 Agustus mendatang untuk mengirimkan foto terbaik bertema Kesapa Pesona dan Objek Wisata di Indonesia.

Ditjen Pengembangan Destinasi Pariwisata Kemparparekraf Firmansyah Kahim mengatakan, dari event itu diharapkan dapat menyilangkan setiap orang untuk mengenal Indonesia lebih dalam. "Ini juga diharapkan bisa meningkatkan kesadaran wisata masyarakat," katanya di Jakarta, kemarin.

Firmansyah meminta masyarakat yang ingin berpartisipasi pada lomba berhadiah Rp100 juta itu dapat mengakses www.parekra.go.id. (*/H-2)

SKB 5 Menteri Rugikan Guru Honorer

Sedikitnya ada 11 efek negatif berantari dari kebijakan melalui SKB 5 menteri tersebut.

SIDIK PRAMONO

N IAT pemerintah untuk mendistribusikan guru secara merata lewat surat keputusan bersama (SKB) 5 menteri (Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri PAN dan Reformasi Birokrasi, Menteri Dalam Negeri, Menteri Keuangan, dan Menteri Agama) mendapat respons yang tidak sedap.

SKB 5 menteri mengenai penataan dan pendistribusian guru itu justru menuai protes lantaran dalam pelaksanaannya di lapangan malah memberi efek negatif berantari yang berujung pada tidak menentu-nya nasib guru.

Federasi Serikat Guru Indonesia (FSGI) mencatat sedikit-

nya ada 11 efek negatif berantari dari kebijakan melalui SKB 5 Menteri tersebut. Salah satunya ketentuan SKB 5 Menteri terkait kriteria distribusi pemenuhan minimal 24 jam tatap muka dan maksimal 40 jam dalam seminggu.

Ketentuan jam mengajar itu sangat menentukan tunjangan sertifikasi yang diperoleh seorang guru, yaitu sebesar satu kali gaji pokok per bulannya.

Anggota Presidium FSGI Guntur Imanuel menegaskan, aturan jika kerap ada konflik antarguru lantaran setiap guru bisa jadi antaran jam mengajarnya dicabut. Apalagi, pembagian tugas oleh kepala sekolah lebih banyak pada senioritas daripada kompetensi.

Menurut dia, dengan pola seperti itu, tidak mengherankan jika kerap ada konflik antarguru lantaran setiap guru bisa jadi antaran jam mengajarnya dicabut. Apalagi, pembagian tugas oleh kepala sekolah lebih banyak pada senioritas daripada kompetensi.

Ditambah lagi, mengenai ketentuan guru SKB 5 Menteri No 05/X/2011, SPB/03/M/PAN, RB/10/2011, 48 Tahun 2011, 158/PMK/02/2011, 11 Tahun 2011 yang ditandatangani 3 Oktober 2011 itu, banyak guru tambahan sebagai pembina ekstrakurikuler dan wali kelas sudah tidak diperhitungkan sebagai tugas tambahan lagi.

Padahal, sebelumnya berdasarkan Permendiknas No 39 Tahun 2009 bisa dikonsider menjadi jam mengajar atau tetap muka.

"Maka, jangan heran jika saat ini jarang ada guru yang bermutasi jadi wali kelas atau pembina ekstrakurikuler, serta pengasuh piket harus diperhitungkan juga sebagai jam tetap muka.

"Terus terang ini amat membebankan guru. Begitu berantainya efek yang ditimbulkan. Bagaimana guru bisa tenang mengajar apabila naibnya tidak menentu?" kata Guntur. (*/H-2)

Segera dicabut Sekretaris Jenderal FSGI Retno Lysiatyari pun menegaskan, efek perubatan jam mengajar itu sungguh mem-

prihatinkan. Sebab nasib guru honorer semakin terdampak. "Kalau di antara tenaga tetap saja atau guru PNS tetap saja sudah ada friksi karena perubatan jam mengajar, yang dikorbankan adalah guru-guru honorer. Itu terjadi di beberapa sekolah, yakni pemecatan guru honorer. Ini kasihan sekali padahal kompetensi mereka baik biasa," keluh Retno.

Maka itu, kata dia, FSGI menuntut agar SKB 5 menteri itu segera dicabut atau setidaknya beban kerja guru dikurangi. Kalau pun diberlakukan, tugas tambahan guru seperti saat ini, wali kelas, pembina ekstrakurikuler, serta pengasuh piket harus diperhitungkan juga sebagai jam tetap muka.

"Maka, jangan heran jika saat ini jarang ada guru yang bermutasi jadi wali kelas atau pembina ekstrakurikuler, serta pengasuh piket harus diperhitungkan juga sebagai jam tetap muka.

Kangsadewa, Preman Elite di Kerajaan Mandura

P ADA suatu hari Raja Mandura Prabu Basudewa berangsanana ke Hutani Madeki untuk berburu. Entah kenapa, kali ini Basudewa tidak pergi dengan istrinya. Ia hanya menggendong Dewi Mahindra dan Dewi Baidhirini. Adapun Dewi Maerah ditinggal di istana.

Pada suatu ketika, Maerah meninggalkan Maerah itulah yang kelak di kemudian hari menimbulkan krisis politik pelik di Mandura. Basudewa tidak pernah menduga ada raja negara lain yang jatuh cinta kepada Maerah. Dia adalah Gorawangsa, penguasa Kerajaan Guwaharong yang bertubuh raksasa.

Sudah lama Gorawangsa menyuntak langkah dan menunggu kesempatan untuk memenuhi hasrat cintanya kepada Maerah. Maka, ketika Basudewa pergi dan meninggalkan Maerah, itulah momen yang ditunggu-tunggu.

Dengan aji kemayon, Gorawangsa mampu mengubah dirinya persis seperti Basudewa. Ia kemudian masuk istana Mandura dengan leluasa. Semua *sentana dalam* dan *prajurit* tidak tahu bahwa Basudewa yang melenggang itu palsu. Pun demikian dengan Maerah.

Singkat cerita, Basudewa dijadikan itu dapat beres Maerah secara pribadi. Mereka pun memadu kasih hingga akhirnya Maerah mengabdikan berah Gorawangsa. Perilaku busuk Gorawangsa itu akhirnya diketahui adik

Basudewa, Arya Prabu Bukma. Keduanya kemudian bertargung dan Gorawangsa tewas. Celakanya, Maerah yang sudah menderita karena itu mualihat Gorawangsa malah diusir Basudewa. Alasannya, Maerah dianggap tidak pantas lagi berada di istana.

Maerah akhirnya melahirkan. Bayi laki-laki diberi nama Kangsa atau Kangsadeva. Anak itu kemudian diusir Suraimantra, adik Gorawangsa.

Adu jago Ketika beranjak dewasa, Kangsa menjadi sosok sangat sakti, berwatak beranang, dan gemar berkelahi. Apa pun yang ia inginkan selalu ditempuh dengan keberanian.

Sehari-hari Kangsa selalu bikin keonaran. Siapa pun yang menghalangi keberadanya, diganyang. Aksi premanisme Kangsa itu merebaklah rakyat Mandura.

Basudewa pun sangat prihatin atas masa depan Mandura. Dengan ketajaman

intuisinya, Basudewa harus mengamankan tiga anak kandungnyanya ke Kademangan Widarandakang. Ketiga anaknya itu adalah Kakrasana, Narayana, dan Bratajaya. Mereka diusir Demang Antagopa.

Keprahitan Basudewa menjadikannya seorang musuh utamanya untuk menuntut hak sebagai pangrutan. Untuk menjaga jangan sampai terjadi keributan, Basudewa mengulatkan permintaan 'anaknya' lagi. Ia

Meminta kembali tentaram. Mandura kembali tentaram.

Mandura kembali tentaram. Mandura kembali tentaram.

Mandura kembali tentaram. Mandura kembali tentaram.

Mandura kembali tentaram. Mandura kembali tentaram.

menawarkan tontonan perkelahian antara jago Sengkapura dan Mandura. Siapa yang jagonya kalah, harus menyerahkan kekuasaan.

Lagi-lagi Basudewa tidak kuasa menolak. Beruntung ia menemukan jago bernama Bratasena yang kemudian diadu dengan jago Sengkapura, Suratimantira.

Di tengah pertarungan dua jago itu, Kangsa memiliki skenario lain, yakni melenyapkan Kakrasana dan Narayana. Sebab, jika kedua anak laki-laki Basudewa itu masih hidup, sulit baginya menjadi raja Mandura.

Namun, takdir tidak bisa dielak. Suratimantira habis di tangan Bratasena dan Kangsa pun mati karena Kakrasana dan Narayana.

Dengan tewasnyanya kedua preman itu, Kangsa mengambil alih kerajaan Mandura. Kisah itu memberikan contoh betapa premanisme elite lebih berbahaya daripada premanisme pasar dan jalanan. Kenapa? Preman elite memiliki kekuasaan dan kewenangan. Bisa dibayangkan bagaimana jadinya bangsa dan negara jika preman jenis itu melencengkan kekuasaan untuk kepentingan pribadi atau kelompok seperti yang dipertontonkan Kangsa.

Karena itu, sungguh diperlukan 'kakrasana' dan 'narayana' untuk meminimalkan berbagai macam 'kangsa'. *Suradinyaningrat lebur dening pangangsur*, kekerasan akan hancur oleh kesabaran. (Ono Sarwono/H-1)

Migrasi ke TV Digital Dinilai Berisiko

PEREMINTAH diminta bersikap bijak dalam mengeluarkan kebijakan terkait dengan migrasi TV analog ke TV digital. Sebelum aturan itu dirilis, pemerintah harus lebih dulu melibatkan berbagai pihak terkait untuk membahasnya. Jika tidak, bisa timbul risiko di masa mendatang.

Hal itu disampaikan Corporate Secretary of PT Adia Mahkota Titi Maria Rusli terkait dengan kontroversi rencana peraturan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 22 Tahun 2011 tentang Migrasi TV Analog ke TV Digital, di Jakarta, kemarin.

Titi yang mewakili perusahaan telekomunikasi swasta itu mengemukakan peraturan menteri (permen) yang kini ditentang banyak kalangan tersebut dinilai tak sejalan dengan semangat UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Titi mengemukakan, pemerintah bisa dibatalkan demi hukum," tegas Meutya.

Sementara itu, Menkominfo Tifatul Sembiring mengemukakan kini Indonesia tak bisa menghindari trend bidang penyiaran yang mengarah ke TV digital. "Sekitar 80% negara-negara sudah beralih ke digital," katanya usai rapat kerja di DPR, Jakarta, Senin (12/3).

Ia berjanji akan melaporkan penolakan berbagai kalangan itu pada Presiden untuk ditanggapi sebagai sikap pemerintahan. (Tic/ud/H-2)



Cuaca Jakarta dan Sekitarnya



Tingkatkan Kecintaan pada Lingkungan

RIBUAN macam tanaman asli Indonesia sudah mulai punah. Untuk itu, generasi muda harus mendukung penghisapan kembali Indonesia dengan melakukan penanaman pohon.



MENDUKUNG PENJAJARAN: Chairman Research Center for Climate Change Universitas Indonesia (UI) Jaha Supriata (kedua dari kanan) bersama Communication and Networking Global Forest and Trade Network WWF Indonesia Di Ramadhani (kiri), WWF Indonesia Ambassador Marcel Chandrawantra (kanan), dan Asakidi Pembinaan Media Indonesia Rosmery Shorbing berbicara dalam Talkshow Proud to be Green yang diadakan Media Indonesia di Kampus Universitas Pelita Harapan (UPH), Karawang, Tangerang, Selasa (18/10).

Jaha Supriata (kedua dari kanan) bersama Communication and Networking Global Forest and Trade Network WWF Indonesia Di Ramadhani (kiri), WWF Indonesia Ambassador Marcel Chandrawantra (kanan), dan Asakidi Pembinaan Media Indonesia Rosmery Shorbing berbicara dalam Talkshow Proud to be Green yang diadakan Media Indonesia di Kampus Universitas Pelita Harapan, Karawang, Tangerang, Selasa (18/10).

Di tempat yang sama, penanggung jawab CSR Media Indonesia Nova Harvan Fabeli mengatakan bahwa tidak semua kampus memiliki lahan terbuka hijau untuk penghijauan. Untuk itu, kolaborasi, cara membarukan pembekalan pada mahasiswa agar mereka sadar lingkungan dengan cara menyisipkan tempat pembuangan sampah yang organik dan nonorganik.

Di sisi lain, Vice President for Student Development & Spiritual Formation Dr J Kirk Kaulfeldt, dalam sambutannya, mengatakan UPH target memperbaiki isu lingkungan. Itu karena masalah lingkungan penting untuk generasi mendatang. "Di lingkungan kampus, kalau ada yang memotong pohon ka-

Pemilu Kada DKI Dipercepat

KOMISI Pemilihan Umum (KPU) DKI mempercepat pelaksanaan pemungutan suara pemilihan umum kepala daerah (pemilu kada) di DKI Jakarta.



Jadwal ini masih rencana karena KPU pusat belum tanda tangan SK."

Juri Ardiantoro Ketua KPU DKI

Rencana awal, pemungutan suara dijadwalkan 8 Agustus 2012. Ternyata tanggal tersebut sudah bertepatan dengan hari libur nasional sehingga KPU DKI memutuskan mempercepat pelaksanaan menjadi 11 Juli 2012. "Rencana ini sudah ditetapkan, tapi KPU pusat belum mengeluarkan surat keputusan perihal tanggal pemungutan suara pemilu kada DKI 2012. Pada dasarnya KPU pusat sudah menyetujui 90%," papar Ketua KPU DKI Juri Ardiantoro di Jakarta, kemarin.

Dampak percepatan akan mengurangi jadwal kampanye berkala calon gubernur dan wakil gubernur, baik perseorangan maupun dari partai politik.

Menurut Juri, calon perseorangan harus menyerahkan dokumen dukungan dari masyarakat pada 8-12 Februari 2012. Adapun partai politik dapat mengemukakan bakal calon pasangan gubernur dan wakil gubernur yang diusungkannya pada masyarakat Jakarta pada 13-14 Maret 2012.

Setelah itu, pada 13-19 Maret 2012, KPU DKI membuka pendaftaran bakal calon pasangan gubernur dan wakil gubernur baik perseorangan maupun dari partai. "Jadwal ini masih rencana karena KPU pusat belum tanda tangan SK. Jika KPU sudah tanda tangan, kami akan umumkan kepada publik," ujarnya.

Untuk mengetahui calon pemilih yang akan ikut dalam pemilu kada 2012, Juri mengatakan pihaknya belum menverifikasi data resmi jumlah penduduk DKI dari Dinas Ke-

pendudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil) DKI. Itulah sebabnya KPU DKI belum bisa menetapkan jumlah daftar penduduk potensial pemilih dalam pemilu kada (DPA) serta persentasenya yang harus dipenuhi bakal calon gubernur dan wakil gubernur.

Namun, dia memperkirakan jika waktu pemungutan suara dimajukan menjadi 11 Juli 2012, sangat mungkin DPA di Jakarta akan berkurang.

Kalau pemungutan suara digelar pada 8 Agustus 2012, potensi jumlah pemilih 7,490 juta orang. Tetapi kalau dimajukan menjadi 11 Juli 2012, jumlah pemilih bisa berkurang sekitar 40 ribu pemilih karena pemilih berumur 17 tahun pada Agustus cukup banyak.

Saat ini, KPU DKI tengah merancang desain sosialisasi, baik dalam bentuk pengumpulan massa dialog, iklan, maupun media luar seperti billboard dan sticker. Selain itu, pihaknya juga tengah melakukan pemetaan daerah pemilih tetap (DPT) yang mengacu pada DPT sebelumnya. Sesuai rencana untuk kegiatan pemilu kada 2012, KPU DKI membutuhkan anggaran sebesar Rp250 miliar. (Sre/J-1)

Sedot Pulsa Tetap Merajalela

Karena trauma dengan penyedotan pulsa secara gila-gilaan, ira memutuskan berhenti berlangganan nomor pascabayar.

NESTY TRIKA PAMUNGKAS

PENYEDOTAN pulsa masih berlangsung. Seorang pelanggan seluler CDMA mengaku keluhan pulsa setelah menerima pesan singkat. "SMS yang saya terima berbunyi 'Terima kasih anda terganggu dim E*** Retention/loyalty.' (Rp24) (mg). Pelanggan terlah dipt membihi BB AHA Rp 1. Utik berhenti Kik Urang fluca ke 8969. CS 02127 10482," tutur Susilo Dewanto, penerima SMS, kemarin. Pulsa Susilo seketika berkurang Rp2.000 begitu menerima SMS.

Susilo mengaku tidak pernah menggunakan layanan tersebut. Ia mempertanyakan ke mana harus mengajukan kasus tersebut. "Saya tidak pernah reg (registrasi). Saya juga tidak menanggapi SMS itu. Kenapa pulsa saya langsung berkurang tanpa dengan membacanya?" keluhnya.

Penyerahan pulsa juga dialami pelanggan nomor telepon pascabayar. Ira, salah satu pengguna pascabayar, mengetahui ada penyedotan pulsa melalui daftar tagihan yang membengkak.

Nomor spesial Dan daftar tagihan tersebut terdapat dua nomor dengan lima digit, yang disebut sebagai nomor spesial. Dua nomor spesial itu memiliki tarif pulsa yang berbeda, yakni 920006 dan 520011.

"Pulsa saya tersedot lima kali oleh dua nomor berbeda itu. Saatnya, tarif Rp90 ribu dan lainnya Rp10 ribu. Nomor spesial itu manual lima kali. Total pulsa yang teredot Rp300 ribu," bapaknya.

Ira mengaku tak pernah mendaftar atau mengikuti program apa pun yang disediakan operator ponsel. Karena trauma dengan penyedotan pulsa secara gila-gilaan itu, ia memutuskan untuk berhenti berlangganan tanpa dengan membacanya? keluhnya.

(Lisuma) Jakarta juga mengaku masih menerima keluhan layanan konten berbasis pulsa premium. Padahal, pemerintah melalui BRTI telah menginstruksikan semua operator seluler untuk mendekaktivasi layanan tersebut.

"Masih ada aduan yang disampaikan kepada kami. Di antara layanan broadband melalui pps-scsm. Beberapa orang juga kesulitan meng-unreg ring back tone (RBT). Beberapa operator mengabaikan instruksi BRTI," ungkap Ketua Lisuma AI Akbar Ruhnillah. Sultinya proses unreg di dalam Guyono di Bogor. Melalui pensi nomor BRTI xxx, Sugiono menyatakan pulsanya tetap teredot, padahal ia telah unreg berkali-kali.

"Saya coba layanan internet gratis yang bsa online, saya unreg juga enggak bisa. Saya telepon ke UU, tapi tetap ada pengurangan otomatis," ungkapnya. (VB/Nda/J-1)

Optik Melawai Donasikan 1.000 Kacamata



WRITING FOR GIVING 1.000 KACAMATA UNTUK ANAK BANESA. Even ini merupakan bentuk kepedulian Optik Melawai terhadap anak-anak usia sekolah.

DATA World Health Organization menunjukkan, angka kelainan refraksi atau penglihatan di Indonesia telah mencapai 22,1%. Ironisnya, sekitar 10% penderita kelainan refraksi tersebut merupakan anak sekolah berusia 5-19 tahun.

Organisasi kesehatan di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) itu juga menemukan masih rendahnya angka pemakaian kacamata koreksi sampai saat ini, yakni hanya 12,5% dan kebutuhan.

Berangkat dari fakta tersebut, Optik Melawai bekerja sama dengan Lions Clubs Indonesia Distrik 307-A1 mengadakan acara donasi yang bertajuk 1.000 kacamata untuk Anak Bangsa, yang diberikan kepada anak-anak usia sekolah dasar di Djakarta Theatre, Jakarta Pusat, Selasa (18/10).

"Seribu anak ini kami pilih dari 12 sekolah dasar yang tersebar di Jakarta yang telah kami seleksi dan verifikasi bersama Lions Clubs Indonesia," ujar Direktur Optik Melawai Priscilla PK Bahana.

Ia menjelaskan, kegiatan tersebut sekaligus bertepatan dengan hari ulang tahun ke-30 Optik Melawai dan Hari Penglihatan Sedunia (World Sight Day) yang diperingati setiap 13 Oktober.

Priscilla mengatakan, donasi 1.000 kacamata tersebut merupakan salah satu wujud kepedulian sosial Optik Melawai terhadap masyarakat, khususnya anak-anak usia sekolah dasar yang merupakan generasi penerus.

Program acara donasi 1.000 kacamata ini diadakan, Optik Melawai mengajak masyarakat Indonesia untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan ini dengan menyumbangkan tuisian atau quote yang berhubungan dengan mata, lewat pesan-pesan bermakna Uniknya.

dijelaskan Priscilla, satu quote ini mewakili satu kacamata yang disumbangkan kepada anak-anak tersebut.

Ia melanjutkan, program pengumpulan tuisian dan quote ini dengan menyumbangkan tuisian atau quote ini mewakili satu kacamata yang disumbangkan kepada anak-anak tersebut.

Ini membantu generasi muda untuk berkembang dan dapat diagnosis dan dicontoh.

Apalagi, acara yang diisi banyak hiburan khas anak-anak ini tidak hanya memberikan kacamata secara seremonial, namun sekaligus memberikan edukasi yang baik kepada masyarakat terkait kesehatan mata. Pasalnya kelainan refraksi ini dapat dengan mudah didiagnosis, diukur, dan dikoreksi dengan kacamata atau alat bantu lainnya untuk mendapatkan ketajaman penglihatan yang normal, yang jika tidak dicekoki akan menjadi penyebab utama gangguan penglihatan bahkan hingga kebutaan.

Kegiatan yang menjadi puncak acara pun diadiri oleh Menteri Kesehatan Endang Rahayu Sedyaningsih dan The International Association of Lions Club Indonesia Distrik 307-A1 Arleen Dhan. "Saya menyambut gembira dengan donasi 1.000 kacamata ini. Selain untuk meningkatkan kesehatan penglihatan, kegiatan ini pun ikut menearikan meso dengan anak bangsa," ujar Meksri. (S-2)

LINTAS BERITA

Rampok Berpistol Beraksi

KAWANAN rampok berpakaian api menjahat harta benda di sebuah rumah. Yusef, 60, pemilik rumah, sempat buku hantam dengan pistol, tetapi korban kalah dan tertawa saat dipukul dengan senjata api.

Menurut Abdul Ghofur, 30, anak korban, para pelaku menyontorn rumah mereka sekitar pukul 03.30 WIB, kemarin. Pelaku masuk dengan cara memukul veranda udara di rumah yang terletak di Jalan Suliki Cempaka Nomor 5, Cikuar, Kelurahan Jabibening, Pondok Gede, Kota Bekasi, itu.

TNI Gadungan Ditangkap

PENILAIAN yang dilakukan seorang letak, NHH, 38, dengan berpura-pura menjadi anggota TNI sering terjadi di Tangerang dan sekitarnya. Dengan kedok sebagai anggota berpangkat mayor di Mabes TNI AD, ia berbondo menyedot uang puluhan korban dengan kerucup menepi ratusan juta rupiah.

Lantaran merasa telah ditangkan NHH, dia orang dari puluhan korban NHH melapor ke Polsek Metro Ciputat, Merisi. Adik dan NHH, TNI AD, ia berbondo menyedot uang puluhan korban dengan kerucup menepi ratusan juta rupiah.

“Dunia Tanpa Air Bersih” – Universitas Trisakti, 10 Maret 2011



“Perdagangan Satwa Langka” – UPI YAI, 14 Maret 2013



“Videomotion Workshop” – Universitas Pelita Harapan, 2 Juni 2014



“Choose Your Seafood Right” – Binus, 9 Juli 2012



“Proud to Be Green” – Universitas Pelita Harapan, 18 Oktober 2011



Materi Promosi (Poster)

Green Concern
MI MEDIA INDONESIA

METRO TV

BINA NUSANTARA
Teach for Indonesia

WWF

KFC

Talkshow

Choose Your Seafood Right

Tema:

Senin,
9 Juli 2012 09.00 - 12.00 WIB
Auditorium Lt. 4, Kampus Anggrek
Binus University

Report Your Story on TV

CITIZEN JOURNALISM

*with Media Indonesia
and Wide Shot Metro TV*
13.00 - 15.00 WIB

Pembicara:
Wiro N. Wirandi
(Marine Saver WWF Indonesia)
Vitria Ariani A. PAR. MSc.
(Ketua Jurusan Hotel Management
Binus University)
Aditya Utama Surono
(CSR and Sustainability Manager
Asia Region) Anova
Nova Harivan Paloh
(CSR Executive Media Indonesia)

Moderator:
Rosmary Sihombing
(Askadiv Pemberitaan Media Indonesia)

Materi Promosi (Iklan)

Tukar Tahanan Israel-Palestina Dimulai Besok

ISRAEL membebaskan daftar 477 nama tahanan Palestina yang akan dibebaskan sebagai bagian pertukaran tahanan. Sebelumnya Israel dan Palestina, yang diwakili Hamas, telah beresepak melakukan pertukaran tahanan.

Saat ini, ada sekitar 1.027 warga Palestina yang ditahan Israel. Faksi Hamas menginginkan warga negaranya tersebut ditukar dengan tentara Israel yang mereka tahan, Galid Schalit, 25. Schalit ditangkep tentara Hamas pada 2006.

Juru bicara Presiden Israel, Shimon Peres, mengatakan pertukaran akan dilakukan Selasa (18/10) waktu setempat. Ada 490 pria dan 27 perempuan Palestina yang terdapat dalam daftar yang akan ditukar pekan ini. Adapun 350 tahanan Palestina lainnya akan dilepaskan dua bulan ke depan.

Dari sejumlah nama tahanan Palestina, yang menjadi ancaman dibebaskan Israel yakni Yehia Sanwar, seorang pendiri Hamas yang divonis penjara seumur hidup. Tahanan lainnya yang menentang adalah Mohammed Al-Sharaha yang memimpin pasukan elite Hamas Israel yang Sharaha ditangkep tentara Israel pada 1989.

Pertukaran itu akan dilakukan dengan mediasi Mesir. Hamas menyatakan akan menyerahkan Schalit kepada Mesir sebelum pemerintah "Negeri Piramida" tersebut menyerahkan kepada Israel.

Hamas akan memproses pembebasan Schalit begitu busway yang membawa tahanan Palestina tiba di kawasan Gurun Sinai, Mesir. Saat bus tersebut berada di Sinai, perkelambatan dari Hamas akan mengecek kesesuaian identitas para



BERPELUKUN Dua ibu Palestina berpakaian di tengah unjuk rasa menuntut pembebasan putra mereka yang dipenjara Israel di markas Palang Merah Internasional, Jalur Gaza, Kamis (15/10).



BERTAMBAH Seluruh kawasan industri Rayong di Provinsi Ayutthaya, Thailand, telah terendam banjir. Kawasan industri yang tenggelam meluas setelah hujan deras mengguyur Bangkok sepanjang akhir pekan kemarin.

Industri Thailandian Terpukul Banjir

Penguatan tanggul dan pelebaran kanal-kanal yang dilakukan militer dan relawan berhasil menghindarkan Bangkok dari rendaman banjir.

HERTADI

BANGKOK untuk sementara aman dari serangan banjir meski tujuan deras mengguyur sepanjang Sabtu (15/10) malam. Hujan mengakibatkan arus deras kian mengalir dari utara menuju ibu kota Thailand itu, tapi militer dan para relawan terus berusaha menguakkan tanggul-tanggul yang mengitari Kota Bangkok.

Aliran Sungai Chao Phraya mencapai level tertinggi, kemarin, yakni 2,15 meter setelah hujan deras sepanjang akhir pekan.

"Pernis banjir berjalan baik. Cukup memuaskan. Kami yakin Bangkok tidak akan dilanda banjir," ujar Jenderal Polisi Pongpat Pongphanont, juru bicara pasuk khusus yang dipimpin di Bendera Udara Don

Muang, kemarin. "Banjir yang melanda Thailand sejak Juli lalu telah merendam hampir sepertiga 'Negeri Gajah Putih'. Setidaknya 297 orang dinyatakan tewas.

Provinsi di utara, timur laut, dan tengah merupakan kawasan yang paling parah terendam banjir. Banjir telah merendam ribuan rumah dan memaksa sejumlah kawasan industri ditutup.

Untuk mencegah kepakan, Perdana Menteri Yingluck Shinawatra telah melakukan cadangan air minum dan bahan pangan. Akibatnya, hampir sebagian besar pasar utama di kota itu kehabisan persediaan.

"Kami akan melindungi area-area strategis dan pusat ekonomi, seperti kawasan industri, bagian tengah seluruh provinsi, dan ibu kota Thailand termasuk Bandara Suvarnabhumi, serta pusat-pusat evakuasi," ujar Yingluck.

Sebagian besar kawasan industri di provinsi itu memproduksi suku cadang mobil

dan terjeram banjir. Namun, hujan deras dan hupan Sungai Chao Phraya, kemarin, kembali merendam sejumlah kawasan industri. Di Provinsi Ayutthaya, provinsi di utara Bangkok, kawasan industri Factory Land yang menampung 93 pabrik dan menampung 8.500 karyawan terendam.

"Kami akan melindungi area-area strategis dan pusat ekonomi."

Yingluck Shinawatra
Perdana Menteri Thailand

"Air menenggi pada tengah malam. Operator langsung memberitahukan karyawan untuk melakukan evakuasi. Hingga esokang lima kawasan industri telah terendam," ujar Prayoon Tingthong, pejabat pemerintah yang menangani masalah industri di provinsi itu.

Sebagian besar kawasan industri di provinsi itu memproduksi suku cadang mobil

dan komponen-komponen elektronik. Salah satu pabrik yang ditutup di kawasan tersebut ialah pabrik suku cadang Honda Motor.

Di samping itu, pemerintah Thailand juga tengah berjuang keras menyelamatkan kawasan industri Nava Nakorn di Provinsi Pathum Thani, juga di utara Bangkok.

Media setempat melaporkan pemerintah telah mengerahkan 600 personel militer dan pekerja dari kawasan industri tersebut. Mereka bekerja-siang malam untuk menguatkan tanggul dan mengalihkan aliran sungai.

Nava Nakorn merupakan kawasan industri tertua di Thailand yang menampung 200 pabrik.

Pemerintah Thailand mengatakan penutupan pabrik dan kulum-puhan ekonomi akibat banjir mengakibatkan kerugian mencapai 100 miliar baht (Rp26,3 triliun). Jumlah tersebut lebih dari 1% produk domestik bruto (GDP) negeri itu. (Reuters/AP/1-3)

heryadi@mediaindonesia.com

China Ultimatum Perusahaan India

MEDEA masa China kembali memperhatikan India untuk tidak mempuh eksplorasi minyak di Laut Cina Selatan yang tengah disengketakan 'Negeri Tirai Bambu' dan beberapa negara anggota ASEAN.

Dalam tajuk rencana surat kabar *The China Energy News* edisi kemarin, India disebut sedang bermain api lantaran membuat kesepakatan dengan Vietnam mengenai eksplorasi perikanan India, Oil and Natural Gas Corp (ONGC), dan PetroVietnam.

"Strategi energi India sedang menjeri pusuhan yang sangat berbahaya. Soal kerja sama dengan Vietnam, perusahaan-perusahaan India sebenarnya tidak memasuki perairan Laut Cina Selatan yang disengketakan," tulis tajuk rencana tersebut.

Bila perusahaan India berkeras, lanjut surat kabar itu, maka akan buas karena beres menantang kepentingan negara besar yang maju.

"Para pembuat kebijakan perusahaan minyak India harus mempertimbangkan kepentingan negara mereka dan meninggalkan Laut Cina Selatan segera mungkin."

Ultimatum media massa China terhadap India merupakan yang kedua kalinya. Pada Kamis (13/10), laman daring surat kabar *People's Daily* yang merupakan corong utama Partai Komunis China memperingatkan India untuk tidak ikut campur terhadap sumber daya alam di Laut Cina Selatan.

Peringatan itu mendapat sokongan langsung dari Kementerian Luar Negeri China. Juru bicara Kementerian China, Hong Lei, menegaskan bahwa setiap perusahaan asing yang terlibat aktivitas eksplorasi minyak di perairan Laut Cina Selatan tanpa persetujuan pemerintah China sesungguhnya telah melanggar kedaulatan China.

Berdasarkan kesepakatan ONGC dan PetroVietnam, ONGC berhak mengeksplorasi kilang gas di Basin Nam Con Son yang terletak di bagian selatan Vietnam.

Kemudian, sesuai kontrak pada 2006, ONGC dan PetroVietnam mengeksplorasi minyak di Blok 127 dan 128 di Basin Phu Khanh. Juru bicara Kementerian Vietnam menegaskan kedua blok tersebut berada di perairan Vietnam. (Jr/Reuters/1-2)

PT ANGKAS PURA II (PERSERO)
KANTOR CABANG BANDAR UDARA SUPADJO PONTIANAK

Bandar Udara Supadjo Pontianak - Jalan Adisucipto KM. 17 Pontianak
Telepon (0561) 721 560, 721 002 Fax (0561) 721 212

PENGUMUMAN PRAKUALIFIKASI PELELANGAN UMUM
NOMOR : PEN.14.09/04/10/2011/040

1. PT ANGKAS PURA II (Persero) KANTOR CABANG BANDARA SUPADJO PONTIANAK AKAN MENGADAKAN PELELANGAN UMUM, PENGADAAN BARANG/DAN/ATAU JASA DENGAN PRAKUALIFIKASI UNTUK PERKULIAHAN:

Nama Pekerjaan	Bidang/Sub Bidang dan Kualifikasi	Waktu Pendaftaran,
1. PERLUASAN APRON DENGAN KONSTRUKSI RESIDU DI BANDARA SUPADJO PONTIANAK	PELAKSANA JASA KONSTRUKSI Bidang : Sipil Sub-Bidang : Lapangan Terbang dan Runway (2200) Kualifikasi : Non-Kecil (Gred.5, 6, 7)	Pendaftaran dan Pengambilan Dokumen Kualifikasi : Hari : Senin, 23 Januari Tanggal : 17 s.d. 21 Oktober 2011 Waktu : Pukul. 14.00 s.d. 16.00
2. JASA KONSULTANSI MANAJEMEN KONSTRUKSI PERLUASAN GEDUNG TERMINAL BANDARA SUPADJO PONTIANAK	JASA KONSULTANSI Bidang/Layanan : Jasa Manajemen Proyek Sub-Layanan : Jasa Manajemen Proyek Terintegrasi (3200) Bangunan : (3200) Kualifikasi : Non-Kecil (Gred. 4)	Pangambilan dokumen kualifikasi Hari : Senin Tanggal : 21 Oktober 2011 Tempat Pendaftaran : Sekretariat Panitia Pengadaan Barang dan/atau Jasa PT Angkasa Pura II Kantor Cabang Bandara Supadjo Pontianak.

3. KETERANGAN LEBIH RINCI DAN SYARAT MENGIKAT DAPAT DILIHAT DI PAPAN PENGUMUMAN PADA ALAMAT TERSEBUT DI ATAS, ATAU PADA WEBSITE <http://www.angkasapura2.co.id>

4. DEMANDAN UNTUK MENJADI MAKLUM

Pontianak, 17 Oktober 2011
PANITIA PELELANGAN
THE
K E T U A

Green Carbon
MI MEDIA INDONESIA

PROUD TO BE GREEN

SELASA 18 OKTOBER 2011
UPH GEDUNG DSA & DSA

08.30 - 12.00
13.00 - 18.00
WORKSHOP DAN KURSUS
JOMBA, PENYUSUNAN

KOMISI ORGANISASI
JAWABAN: PT ANGKAS PURA II
Prof. Dr. Ir. Soe. GIBRAN MUSLIMAH SOMANTO
MEMBAWA: HANIKAH PERDANA
KOMUNIKATOR & RETORISER DINAS FOREST AND TRADE
KEMENTERIAN PERKULIAHAN DAN KEMENTERIAN KEMUKHYATAN
DAN KESEHATAN
MENTERI KEMENTERIAN PERKULIAHAN DAN KESEHATAN
MENTERI KEMENTERIAN PERKULIAHAN DAN KESEHATAN
MENTERI KEMENTERIAN PERKULIAHAN DAN KESEHATAN

PENDAFARAN : UPH GEDUNG D. 801

SOUPH

TELEKOMUNIKASI & GADGET

Gim Lokal Mulai Lirik Pasar Domestik

Pendanaan pemerintah yang selama ini hanya untuk proyek infrastruktur telekomunikasi nantinya bisa mencakup industri kreatif.

RINA GAMMA

INDUSTRI gim lokal diprediksi akan berkembang pesat tahun ini. Pengembangan gim lokal yang dahulu asyik bermain di pasar global kini sudah mulai merambah pasar domestik.

Gim merupakan bentuk hiburan yang disukai berbagai segmen, mulai anak-anak, remaja, sampai dewasa. Hal ini juga berlaku di Indonesia. Semestinya, industri gim di Tanah Air merambat dan memudarkan kan sang bagi para pemain kreatif.



PENGEMBANGAN GIM LOKAL. Pengunjung bermain gim pada pameran teknologi komputer di Amerika, beberapa waktu lalu. Pengembangan gim lokal yang dahulu bermain di pasar global kini sudah mulai merambah pasar domestik.

seperi Paypal dan kartu kredit. Contohnya Toge Productions yang mendistribusikan gim mereka lewat portal berbasis di AS, Armorgames.com. "Sponsor terbesar kami saat ini ialah Armorgames," ungkap Head of Public Relations Toge Productions Jonathan Manuel Guawan, Senin (12/3), di Jakarta.

mengekuk pasar domestik. Kepala Pusat Informasi dan Humas Kementerian Kominfo Gatot S Dewa Broto pun mengakui hal tersebut. "Kami akan, dukungan masih terbatas. Tapi, bukan berarti kami diam saja. Pada akhir 2011, peraturan Menteri Kominfo tentang pemanfaatan pembiayaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT Fund) sudah ditandatangani," kata Gatot.

Popularitas Naik, Valuasi Instagram Meroket

PERKEMBANGAN aplikasi berbagi foto Instagram cukup menakutkan. Hanya dalam hitungan dua tahun, jumlah pengguna yang terdaftar telah mencapai 27 juta orang.

Populartitas Instagram melonjak karena memungkinkan orang mengedit dan berbagi foto ke Twitter, Tumblr, dan Facebook. Bahkan hasil riset Flickr, firma pemasaran bagi pengembangan aplikasi, menyatakan Instagram merupakan aplikasi terbaik bagi pengguna iPhone di 2011.

Daun mengukuti keterbatasan Instagram, yang saat ini hanya dapat dijalankan di ponsel iPhone milik Apple. Untuk itu, System menjangkau Instagram akan segera dapat dipakai pengguna ponsel berbasis Android.

EKONOMI NASIONAL

Ratifikasi Konvensi Naikkan Daya Tawar Indonesia soal TKI

PEREMINTAH bisa menaikkan posisi tawar Indonesia tentang tenaga kerja Indonesia (TKI) dengan meratifikasi dua konvensi internasional, yakni Konvensi PBB 1990 dan Konvensi International Labour Organization (ILO) 189.

demikian, PRT memiliki hak-hak yang sama dengan tenaga kerja lainnya, khususnya menyangkut upah dan perlindungan kerja. "Saya kira Indonesia untuk membuat UU yang melindungi buruh migran membuatkan lecutan. Lecutan itulah yang saat ini harus diberikan kepada pemerintah dan DPR. Bahwa dengan konvensi ini Indonesia bisa keluar dari masalah buruh migran," kata Anis.

Ratifikasi Konvensi ILO 189 ialah untuk pengakuan terhadap PRT sebagai pekerja formal yang harus dilindungi.

daya tawar yang lebih baik di mata negara tujuan buruh migran. "Tidak ada negara yang sudah meratifikasi konvensi ini menjadi dirugikan. Karena ketika negara sudah meratifikasi, seperti Filipina, dia memiliki daya tawar yang lebih baik. Negara penerima menjadi lebih terbuka untuk berkomunikasi dalam membuat MoU," ujarnya.

merintahan pada 2014. "Yang terpenting dari ratifikasi konvensi ini ialah untuk pengakuan terhadap PRT sebagai pekerja formal yang harus dilindungi. Baik untuk segi jaminan pemenuhan hak dasar mereka maupun mekanisme perkerutannya," tegasnya.

Advertisement for 'BE A SMART SUMMER' talkshow and workshop. Includes details about the event on March 15, 2012, at the London School of Public Relations, featuring Prof. Dr. Djajusuan Auditorium Perforensia & Hall. Organized by Green Concern and MI Media Indonesia. Narasumber: Verena Puspawardhani, Melany Tedja, Alfa Febrianto, Nova H. Paloh. Moderator: Rosery Shombing.

Penjaminan Tol Medan-Kualanamu hanya 25%

PT Penjaminan Infrastruktur Indonesia (PII) telah menyiapkan rencana penjaminan untuk proyek akses tol Tanjung Priok dan Medan-Kualanamu. Nilai penjaminan proyek hanya sebesar 25% dari total investasi.



AKSES TANJUNG PRIOK. Antrian panjang truk-truk kontainer yang akan menuju kawasan Tanjung Priok di Jalan Cakung-Cilincing, Jakarta Utara, beberapa waktu lalu.

Lebih lanjut ia mengungkapkan, untuk akses tol Tanjung Priok, beberapa sebidang antaranya sudah dioperasikan dan satu seksi sedang dalam masa konstruksi. Adapun di ruas tol Medan-Kualanamu

Materi Promosi (Spanduk)

