

BAB IV

PENUTUP

4.1. KESIMPULAN

Corporate social responsibility merupakan sebuah kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan sebagai sebuah timbal balik akan dampak operasi usaha perusahaan. Selain sebagai upaya timbal balik dari kegiatan operasional perusahaan, CSR juga memiliki kekuatan dalam membangun citra perusahaan.

Dalam upaya memperkuat pencitraan, perusahaan membentuk satu bentuk perluasan CSR dengan konsep *corporate philanthropy*. Program Freeport Peduli dilaksanakan untuk menjangkau *stakeholder* dengan jangkauan nasional. Program Freeport Peduli sendiri digunakan perusahaan sebagai *image booster* dan sebagai bendera CSR PT Freeport Indonesia diluar area kontrak karya.

Guna memaksimalkan program Freeport Peduli sebagai sebuah *image booster*, maka diperlukan tahapan tertentu. Tahapan implementasi program *corporate philanthropy* Freeport Peduli tersebut dapat dijabarkan antara lain sebagai berikut :

1. Menentukan 3 utama tema yakni lingkungan, pendidaiakan dan kesehatan serta responsif csr tanggap bencana yang menjadi perhatian masyarakat mengenai perusahaan. Selain itu pemilihan 3 tema dan tanggap bencana juga merupakan representasi komitmen perusahaan dalam hal CSR.

2. Menempatkan Freeport Peduli dibawah *corporate communications* memberikan sebagai upaya pencitraan.
3. Kegiatan *corporate philanthropy* dilaksanakan dengan menggandeng pihak ketiga sebagai *third party endorsement* . Hal ini ditujukan untuk memberikan nilai lebih dalam pelaksanaan program Freeport Peduli, serta sebagai upaya komunikasi langsung dengan *stakeholder* perusahaan. Keterlibatan pihak ketiga juga memberikan satu “*trust*” pada masyarakat terhadap pelaksanaan program Freeport Peduli
4. Melibatkan karyawan dalam program Freeport Peduli, hal ini digunakan untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat bukan hanya dari sisi manajemen namun dari berbagai lapisan internal perusahaan. Karyawan yang dianggap sebagai *ambassador* atau “PR” perusahaan yang merepresentasikan wajah perusahaan. Pelibatan karyawan juga merupakan sebagai upaya meningkatkan menumbuhkan rasa bangga karyawan kepada perusahaan yang pada akhirnya menumbuhkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.
5. Memaksimalkan *media relations* sebagai upaya mengkomunikasikan kegiatan yang dilakukan baik dengan bentuk publisitas ataupun publikasi iklan (membeli *space media*).
6. Mengupayakan pelaksanaan program dengan menyesuaikan agenda-agenda publik yang ada. Hal ini dilakukan sebagai upaya mendapatkan momentum pelaksanaan program dan menambah bobot program.

Corporate philanthropy sebagai sebuah program yang sering dilakukan dengan program-program derma yang bersifat sementara, perlu mempertimbangkan munculnya kritik dan sikap sinis yang muncul dari masyarakat. Program *corporate philanthropy* terkadang dianggap “lipstik” dalam mempercantik atau menutupi perilaku buruk perusahaan. Maka perlu adanya pertimbangan pemilihan program dan keseimbangan publikasi antara program Freeport Peduli dan program *strategic* CSR yang dilaksanakan SLD dan CR yang menjalankan CSR dalam konsep *sustainable development*.

Melihat dari program yang dijalankan dalam program Freeport Peduli memperlihatkan bahwa program *corporate philanthropy* yang dilakukan perusahaan mengalami perluasan konsep, dimana dalam program Freeport Peduli juga mengadopsi konsep *community volunteering* dan *corporate social marketing*. Dimana perusahaan menggerakkan karyawan dan keluarga sebagai *manpower* pelaksanaan program.

4.2. SARAN

4.2.1 Praktis.

Perlu adanya restrukturisasi dalam pelaksanaan Freeport Peduli, potensi kegiatan Freeport Peduli dalam membangun citra perusahaan cukup menjanjikan, sehingga penanganannya pun haruslah maksimal. Program Freeport Peduli yang saat ini berada di bawah *section contribution and sponsorsip* departemen *corporate communication* memerlukan penanganan yang lebih serius, sehingga perlu adanya sub

departemen/*section* atau baru yang khusus melaksanakan program Freeport Peduli.

Pertimbangan pengkomunikasian program Freeport Peduli, dengan dikomunikasikanya program Freeport Peduli yang dengan porsi yang lebih besar dibandingkan dengan program *sustainable development* akan memberikan kesan bahwa CSR yang dilakukan PT Freeport Indonesia hanya sekedar derma. Bila di analogikan CSR PT Freeport Indonesia terlihat seperti fenomena gunung es, hanya terlihat di sebagian kecil padahal terdapat hal yang lebih besar yang tidak terlihat.

Program Freeport Peduli dilaksanakan dengan konsep yang lebih *sustainable* agar pandangan masyarakat mengenai CSR PT Freeport Indonesia tidak terbatas pada CSR yang bersifat derma atau sementara.

Freeport Peduli dapat pula digunakan sebagai media atau kendaraan bagi pelaksanaan *strategic* CSR yang telah dilaksanakan oleh SLD/CR dan *Enviromental departement*. Untuk mengkomunikasikan *sustainable development* yang telah dilaksanakan departemen-departemen tersebut. Pelaksanaan kolaborasi ini akan memperlihatkan bahwa CSR yang dilakukan PT Freeport Indonesia benar-benar terintegrasi, sebagai suatu rangkain.

Akademis

Sebagai akademisi perlu mengetahui perbedaan antara program yang hanya sebagai flantropi atau kegiatan CSR yang terintegrasi.

Daftar Pustaka

- A. B, Susanto. 2009. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. Jakarta : Erlangga
- Baskin, Otis, dkk. 2010. *Public Relations Profesi dan Praktik edisi 3*. Jakarta : Salemba Humanika
- Burhan, H.M. Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Cutlip, Center and Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana. Edisi Kesembilan
- Dowling, R Grahame. 1994. *Corporate Reputations*. London : Biddles Ltd. Guildford and Kings Lynn
- Gainess, Ross, Leslie. 2008. *Corporate Reputations*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Grunig, J. E. 1992. What is Exelence in Management. Dalam J.E. Grunig (Ed.). *Excellence in Public Relations and Communication Management* (hal 219-250). Hillsdale. New Jersey: Lawrence Earlbaum
- Iriantara, yosal. 2004. *Community Relations:konsep dan aplikasinya*.Bandung : Simbiosia Rekatama Media
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial : Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Jefkin, Frank. 2004. *Public Relations edisi kelima*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Lee, Nancy. 2007. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey : John Wiley and sons, Corp.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Kmunikasi*. Jakarta:Kencana

- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing : Media Public Relations Membangun Citra Korporat* . Jakarta : Kencana
- Mazur, Laura., dan White Jon. 1995. *Strategic Communications Management Making Public Relations Work*. Wokingham England: Addison-Wesley Publishing Company.
- Morissan. 2006. *Pengantar Public Relations; Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta Selatan: Inti Wijaya
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Prastowo, Joko. 2011. *Corporate Social Responsibility, Kunci Meraih Kemulyaan Bisnis*. Yogyakarta : Samudra Biru
- Primahendra, Reza. 2011. “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan masa depan Komunikasi Perusahaan”. Dalam *Public Relations dan Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : ASPIKOM, hal 84-103
- Ruslan, rusadi. 2007. *Manajemen Humas dan komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat
- Suparmo, Ludwig. 2011. *Aspek Ilmu Komunikasi Dalam Public Relations*. Jakarta : PT Indeks
- Wahyudi, Isa. 2008. *Corporate Social Responsibility : Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang : Inspire Indonesia
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2007. *Introduction Communication Theory; Analysis and Application*. New York: McGraw – Hill

Yudarwati, G. Arum. 2011. "Etika Hubungan Masyarakat dan Tanggung Jawab Perusahaan". Dalam *Public Relations dan Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : ASPIKOM, hal 104-127

TULISAN YANG TIDAK DIPUBLIKASIKAN

Skripsi:

Lintang Triani Wibowo, (2010). "*Strategi Public Relations Dalam Pelaksanaan Corporate Social Responsibility PT. Unilever Indonesia, Tbk Sebagai Wujud Pelestarian Lingkungan; Studi Kasus Tentang Program Trash And Fashion Dalam CSR PT. Unilever, Tbk*", halm. 34 dan 38. UAJY

Laporan KKL:

Destian Guntur Eka Putra, (2011). *Media Relations Yang Dilakukan PT Freeport Indonesia Dalam Pengkomunikasian Tanggung Jawab Sosial Terhadap Masyarakat dan Lingkungan*. UAJY.

ARTIKEL DALAM INTERNET :

<http://www.ptfi.com/social/default.asp> diakses pada 21/7/2011 18.00 WIB

http://www.fcx.com/envir/sus_reports.htm diakses pada 10/04/2012 02.16 WIB

<http://www.icmm.com/our-work/sustainable-development-framework/public-reporting>
diakses pada 10/04/2012 02.16 WIB

Tanpa nama. 2004. *Bopeng Bumi Karena Emas*. Majalah Tempo Interaktif (diakses pada 03 Oktober 2011 14.30 WIB) dari <<http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/2004/09/06/LU/mbm.20040906.LU87207.id.htm>

Australian Government, Department of Families, Housing, Community Services and Indigenous Affairs. 2009. Reasons For Acting: the Business Case. *Corporate Community Involment Establing a Bussines Case*. (diakses 31 Oktober 2011) dari

http://www.fahcsia.gov.au/sa/communities/progserv/Documents/cci_report_07/ch4.htm Chapter 4<http://www.instituteforpr.org/topics/reputation/> diakses pada 18/10/2011 17:39 WIB

JURNAL AKADEMIS

Csordas, Tamas (2008). *Corporate Identity With Special Regards to Human Factor*. University of Miskolc

Dimitriou, Merlen, Papisolomui, Ioana dan Vontris, Demitris (2010). *Cause-related marketing : Building the corporate image while supporting worhtwhile cause*. **Brand Management** VoL 17, 4 266-278.

Melawar, T.C, Jenkins, Elizabeth. (2002). Defining the Corporate Identity Construct. *Corporate Reputation Review*. Vol 5, 76-80. Henry Steward Publications

Van Riel, C & Balmer, J. 1997. Corporate identity: the concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing* Vol.31 No.5/6. Pp.340-355

Yoon, Yeosun, Canli, Zaineb and Schwarz. (2006) The Effect of Social Responsibility (CSR) Activites on Campanies With Bad Reputations. *Journal Of Consumer Psychology*, 16(4), 377–390. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Referensi lain :

Freeport McMoran Copper and Gold inc (2009). *Working Toward Sustainable Development*.

Freeport McMoran Copper and Gold.(2010). *2010 Annual Report*

PT Freeport Indonesia. (2009). *External Outreach Material Presentation*

PT Freeport Indonesia. (2009). *Freeport Peduli*

PT Freeport Indonesia.(2009). *Laporan Tahunan, Social Outreach & Local Development (SLD), Community Relations (CR)*

PT Freeport Indonesia.(2010). Laporan Tahunan, *Social Outreach & Local Development (SLD), Community Relations (CR)*

PT Freeport Indonesia. (2008). Nilai mendasar, Laporan Berkarya Menuju Pembangunan Berkelanjutan

PT Freeport Indonesia. (2012). Freeporter Internal Magazine

GRI G3 *Reporting Guidelines Sustainable Development* (2006).



Interview Departemen kepada Corporate Communication dari beberapa narasumber antara lain sebagai berikut :

General Superintenden (DepHead hingga maret 2012) *contribution and sponsrship* PTFI, Ramdhani Sirait

1. Menurut anda apakah yang dimaksud citra perusahaan?

Citra perusahaan merupakan gambaran perusahaan yang tepat tentang perusahaan yang harus disampaikan kepada seluruh *stakeholder*, gambaran yang dimaksud merupakan gambaran semua bidang mulai dari operasional hingga kepada CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dalam hal ini CSR bukan hanya kepada sosial atau masyarakat namun juga kepada karyawan, pihak keluarga dan pihak internal dalam perusahaan disitu menurut saya menurut citra itu harus di tempatkan pada posisi yang seharusnya.

2. Citra seperti apakah yang hendak dicapai oleh perusahaan?

Citra yang diinginkan adalah adanya *understanding*, pandangan yang objektif kepada perusahaan selain kegiatan operasional, perusahaan juga melakukan kegiatan tanggung jawab terhadap perusahaan yang pada intinya yakni gambaran perusahaan yang bertanggung jawab mulai dari bidang operasional hingga kegiatan sosial yang dilakukan.

3. Bagaimana cara membangun citra perusahaan? kemudian siapa yang bertanggung jawab?

Pada dasarnya yang bertanggung jawab dalam citra perusahaan adalah semua pihak dalam perusahaan mulai dari sisi management bertanggung jawab dalam mengkomunikasikan *stakeholder* level atas semua pemangku kepentingan untuk memberikan pemahaman mengenai kegiatan perusahaan, karyawan dan keluarga bahkan tetangga-tetangga dalam lingkungan perusahaan. Sehingga karyawan kami sebut juga sebagai duta-duta perusahaan. Untuk *corpcom* sendiri merupakan departemen resmi sebagai corongnya perusahaan untuk mengorkestrakan semuanya kepada eksternal dan internal.

4. Apa saja program yang dilakukan dalam membangun citra perusahaan?

Programnya utama yang dilakukan oleh corpcom adalah untuk mengkomunikasikan mengenai tanggung jawab yang dilakukan perusahaan kepada pihak internal dan eksternal. sedangkan secara keseluruhan program yang dilakukan oleh perusahaan ada bermacam-macam terutama dengan melakukan berbagai kegiatan CSR *sustainable development* yang dilakukakan di lokasi perusahaan, *engagement* kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan baik di wilayah perusahaan maupun diluar wilayah perusahaan, untuk coprcomm sendiri dengan melakukan komunikasi internal dan eksternal serta dengan kegiatan Freeport Peduli.

5. Apa dan mengapa dilakukan program Freeport Peduli?

Dalam rangka bagaimana menciptakan pemahaman yang bagus tentang perusahaan, maka dibuatlah suatu program CSR diluar SLD departemen, SLD departemen yang membawahi program *community development* secara komprehensif di kabupaten Mimika, mengapa Freeport Peduli dibangun? karena kami ingin mengabarkan kepada para *stakeholder* lain diluar kabupaten Mimika baik di Jakarta kotakota besar lainnya ataupun Jayapura ibukota kabupaten provinsi tentang Freeport sebagai perusahaan yang bertanggung jawab tadi, Freeport Peduli dapat dikatakan sebagai bendera perusahaan dalam bidang csr di luar kabupaten mimika.

6. Bagaimanakah konsep pelaksanaan Freeport Peduli?

Kami fokus pada 3 bidang utama, intinya kami menukung bagaimana mendukung masyarakat dalam hidup yang lebih baik terutama dalam bidang edukasi, kesehatan dan lingkungan namun kami juga melakukan kegiatan responsif csr dalam membantu keadaan darurat dalam bencana alam, baik bantuan logistik maupun penyelamatan.

7. Bagaimana kebijakan dalam pelaksanaan Freeport Peduli?

Kebijakanya dari managemen, senior managemen dilimpahkan kepada *corporate communications* kemudian ke *departemen head* kemudian kepada gensup wakil manager di bidang media relations dan Freeport peduli, mulai

dari sayalah Freeport peduli dilaksanakan mulai dari perencanaan, anggaran, pelaksanaan review.

8. Tahapan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan program Freeport Peduli?

Tahapan yang dilakukan dalam hal ini adalah perencanaan, dimulai dari riset kemudian penentuan tema, pemilihan pihak ke 3 untuk bekerjasama, perencanaan anggaran termasuk didalamnya berapa anggaran dan pengalokasian anggaran dalam pelaksanaan, pelaksanaan di lapangan disini dilakukan pemantauan dan kerjasama dari tim Freeport peduli yang didalamnya adalah corpcom untuk memastikan acara yang dilakukan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. kemudian review barulah dilakukan dengan melakukan pelaporan kepada manajemen dan review internal untuk melihat keberhasilan program sebagai acuan pelaksanaan program berikutnya, apakah diteruskan, dimodifikasi ataukah di tutup dan diganti program lainya yang lebih sesuai.

9. Siapa target publik yang hendak di capai dalam program Freeport Peduli ?

Para pemangku kepentingan kami yang ada di Jakarta dan sekitarnya serta di Jayapura

10. Mengapa publik tersebut perlu mengetahui program yang di jalankan ?

Karena ada sebuah survey, dimana hasilnya mengatakan semakin jauh orang dari *jobsite* Freeport semakin negatif persepsinya terhadap perusahaan, ketika berada di timika banyak orang mengetahui betul kontribusi yang dilakukan perusahaan namun ketika di Jayapura itu tidak semua masih banyak yang negatif, semakin jauh lagi ke Jakarta semakin banyak lagi orang yang tidak memahami mengenai perusahaan.

11. Bagaimanakah proses pengkomunikasian Freeport Peduli untuk mencapai publik sasaran?

Ketika program telah dibuat kami menginformasikan ke media massa agar diliput, yang kedua kemudian kami menginformasikan kepada pemerintah dan tokoh masyarakat agar diketahui bahwa kegiatan ini telah dilakukan dan

ada kerjasama dan kontribusi dari Freeport. Selain itu juga dibuatkan pelaporan dalam bentuk berita internal agar karyawan dan keluarga memahami bahwa perusahaan terlibat dalam upaya meningkatkan kehidupan masyarakat melalui program Freeport peduli. Media massa, laporan pada pemerintah dan masyarakat pelaporan internal karyawan dan keluarga.

12. Bagaimanakah evaluasi yang dilakukan terhadap implementasi program Freeport peduli?

Indikator yang dilakukan yakni pertama adalah evaluasi dari pihak ketiga yang kita ajak kerjasama, apakah kegiatan ini sudah sesuai dengan target dan sasaran yang ditargetkan. Kemudian kepada penerima manfaat kegiatan itu sendiri, apakah mereka menerima manfaat sesuai dengan yang mereka butuhkan mengenai program yang telah lakukan. Kemudian dengan melakukan diskusi bersama media massa mengenai kegiatan yang telah dilakukan, untuk melihat dari kacamata media massa tentang program yang telah dilaksanakan. Berdiskusi dengan media massa sendiri sangat penting bagi kami karena ini adalah bagian yang menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan. Lalu dilakukan review unit *contribution and sponsorship* khususnya section Freeport Peduli mengenai kegiatan yang telah dilakukan serta menimbang evaluasi dari beberapa pihak yang terlibat dan membuar report bagi management dan pihak internal perusahaan.

Konsep Freeport peduli sendiri akan dilakukan dengan lebih *sustainable*, intinya adalah bukan hanya dalam hal memberikan bantuan, namun lebih menciptakan masyarakat yang mandiri untuk dapat meneruskan kegiatan yang dilakukan secara mandiri.

Interview Departemen kepada *Corporate Communication* dari beberapa narasumber antara lain sebagai berikut :

Contributions and sponsorship, Koordinator freeport peduli, Andre Sebastian

1. Menurut anda apakah yang dimaksud citra perusahaan?

Citra perusahaan PTFI masih belum seimbang, dalam arti masih banyak orang-orang yang belum tau mengenai freeport tapi, karena mendapatkan informasi yang tidak seimbang itu dari media menjadikan citra PTFI masih negatif. Freeport perusahaan Amerika, perusahaan besar sudah lama di papua tapi belum memberikan manfaat yang besar di indonesia maupun papua, itu sebenarnya yang saya lihat dari masyarakat umumnya, namun bagi orang sudah pernah kesana itu jauh berbeda justru melihat Freeport sudah banyak melakukan bahkan meng-*acknowledge* bahwa freeport juga unggul di beberapa bagian kegiatan comdev atau CSR, misal mengenai hiv aids yang kita sering mendapat penghargaan dari KPA maupun depkes, kemudian untuk csr dari beberapa NGO dan pemerintah di indonesia yang melakukan CSR award, dari situ terlihat bahwa PTFI telah banyak melakukan kontribusi di komunitas dan itu dianggap termasuk unggul di bandingkan perusahaan lain.

2. Citra seperti apakah yang hendak dicapai oleh perusahaan?

Harapan kita inginya sebenarnya positif, namun dengan keadaan seperti ini pandangan yang kita inginkan adalah citra yang berimbang netral, orang memandang PTFI bukan hanya dari berita negatif namun juga untuk *aware* mengenai kontribusi perusahaan terhadap Indonesia bukan hanya di kabupaten Mimika namun juga Papua dan Indonesia secara keseluruhan.

3. Bagaimana cara membangun citra perusahaan? kemudian siapa yang bertanggung jawab?

Sebenarnya banyak sih hal yang dilakukan dalam membangun citra mulai dari struktur perusahaan, kita memiliki departemen tersendiri yang bergerak sesuai dengan *stakeholder* masing-masing dimana setiap departemen memiliki, kalau di departemen corporate communication memiliki *stakeholder* membina

hubungan dengan media lsm, mahasiswa atau universitas juga sama institusi-institusi seperti IMA, Perhapi itu merupakan bagian dari Freeport untuk membangun citra perusahaan dengan menjalin hubungan dengan *stakeholder-stakeholder* utama kita diharapkan mengerti mengenai Freeport dan apa yang Freeport lakukan, dan diharapkan melalui *stakeholder* utama itu nantinya terdapat pandangan yang lebih positif ataupun netral. Kemudian di departemen lain kita memiliki departemen Government Relations yang mereka lebih banyak menjalin hubungan dengan pemerintah, dalam pencitraan PTFI bukan hanya di masyarakat saja tapi juga di pemerintahan. Terus terang dari citra Freeport sendiri di pemerintahan harusnya mereka lebih tau karena PTFI merupakan kontraktor pemerintah untuk mengelola kandungan tembaga emas dan perak di timika gitu, tapi yang terjadi citra Freeport masih banyak negatif dari pemerintah. Kemudian kita juga punya environmental departement yang menjalin hubungan dengan pemerintah dalam bidang lingkungan hidup. Kemudian ada juga departemen SLD/CR yang melakukan kegiatan tanggung jawab di Jobsite timika dan merangkul komunitas-komunitas di area perusahaan dan timika. kemudian ada *QMS*, *Quality Of Life* dan beberapa departemen lain yang bertugas menjalin hubungan baik dengan *stakeholder* internal di Freeport.

4. Apa saja program yang dilakukan dalam membangun citra perusahaan?

Seperti yang saya bilang tadi program-program dalam membangun citra perusahaan, tiap departemen biasanya memiliki fokus *stakeholder* utama yang perlu untuk diperhatikan, misal corpcomm punya beberapa program baik dari sponsorship, event-even yang ditujukan kepada masyarakat dan acara-acara yang melibatkan wartawan, mahasiswa dan komunitas-komunitas tertentu yang di anggap perlu untuk diperhatikan. Untuk GovRel lebih sering mengadakan hubungan dengan *stakeholder* yang berhubungan dengan pemerintah, baik dari Papua maupun dari Jakarta misal Minerba ESDM dll. Kemudian SLD/CR lebih menfokuskan *stakeholder* di wilayah operasional di timika dan Papua dengan berbagai kegiatan CSR.

Environmental Departement lebih diutamakan dalam pembangunan lingkungan dan bekerjasama bersama pemerintah daerah yang berhubungan dengan lingkungan hidup KLH. Program-program yang dijalankan biasanya pengelolaan wilayah pertambangan penanaman pohon dan lain.

Kemudian ada juga departemen Internal yang khusus untuk membina hubungan dengan seluruh karyawan dan keluarga. Mengingat bahwa karwan dan keluarga meruapakan agen dan duta perusahaan, sedikit banyak pihak internal juga memberikan dampak buat terbentuknya citra perusahaan.

5. Apa dan mengapa dilakukan program Freeport Peduli?

Freeport Peduli/ *Corporate Communication* merupakan salah satu memang motivasi di awal adalah melasanakan program diluar site kita di Papua, yang bisa menunjukkan bahwa kita juga turut serta berkontribusi dalam bidang CSR bukan hanya di papua namun juga di indonesia secara umum. Sebenarnya Freeport Peduli sendiri tool alat untuk pencitraan, meskipun motivasi utamanya adalah kegiatan CSR, namun di sisi lain karena program ini di bawah Corpcomm maka program ini dipakai dalam membentuk citra perusahaan, dengan membawa *best mining practices* yang dilakukan di site untuk dapat dilakukan di sini dalam kegiatan Freeport Peduli . itu salah satu cara kita untuk memperbaiki citra karena dalam pelaksanaanya kita melaksanakan bersama *stakeholder* utama kita LSM, masyarakat umum, media dan universitas kita tidak berjalan sendiri dalam pelaksanaanya.

6. Bagaimanakah konsep pelaksanaan Freeport Peduli?

Untuk konsep pelaksanaanya sediri sebenarnya simpel sih, mulai dari 2008 kita memfokuskan pada 3 hal yakni Pendidikan, kesehatan dan lingkungan dan juga bencana alam nasional bila itu di butuhkan, dari 3 tema utama ini kita mencocokkan dengan hari-hari besar misal hari lingkungan, hari bumi, hari pendidikan nasional dan 17 agustus. Melalui hari besar ini kita mencoba mengidentifikasi program apa yang bisa kita lakukan dalam kira-kira program apa yang bisa kita lakukan namun tetap berpedoman pada patokan yang telah ada. Pada dasarnya hari besar digunakan untuk menambah bobot program yang dilaksanakan, juga untuk mempermudah dalam mendatangkan media agar

melakukan peliputan bila program itu dibutuhkan media coverage. Hal ini dilakukan bahwa kita sadar bahwa sulit untuk mengundang media, apalagi untuk mendatangkan media untuk meliput dan mempublish berita positif perusahaan apalagi Freeport. Maka dari itu kita mencari cara paling efektif untuk mempermudah juga media untuk melakukan publikasi mengenai program dan pesan – pesan yang kita sampaikan. jadi dipilihlah program-program tertentu serta bekerjasama dengan masyarakat dan *stakeholder* kita, namun dalam perkembangannya sulit untuk menyesuaikan program-program kita dengan timing kalender hari besar yang pas. Maka di luar pencocokan kegiatan hari itu kita tetap melaksanakan kegiatan sesuai dengan prinsip, target dan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya.

7. Bagaimana kebijakan dalam pelaksanaan Freeport Peduli?

Kebijakan sudah ada di *policy* di *contributions and sponsorship*, nya di *contributions and sponsorship* sudah diatur pembagian antara sponsorship and contributions dan program Freeport Peduli jadi memang dipisah dan *budget*-nya pun sudah ada pemisahan meskipun istilahnya dari 1 kantong tapi sudah ada pembagian sendiri yakni 50-50, jadi 50 % untuk *contributions and sponsorship* dan 50% untuk program freeport peduli. kalo Freeport Peduli sendiri bisa kita menerima proposal dari luar ataupun kita mencari *stakeholder* dari luar yang ingin kita ajak bekerjasama. Lalu yang penting untuk dipertimbangkan dari proposal yang masuk baik untuk Freeport Peduli atau *contributions and sponsorship* adalah program itu tidak berafiliasi dengan kepentingan Agama, politik, partai politik tertentu, kita mencoba untuk lebih netral.

8. Tahapan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan program Freeport Peduli?

Kalo untuk tahapan sediri awalnya Freeport Peduli merupakan *follow up* dari riset yang dilakukan oleh *CorpComm* jadi ada *company perception research and audit* itu dilakukan oleh lembaga *perceptions audit* eksternal. Merka mencoba melihat persepsi Freeport di beberapa area yang kita inginkan yaitu Timika, Kabupaten Mimika, Papua dan kesininya Jakarta. Semakin jauh

orang dengan *site* kita semakin negatif memang, jadi semakin tidak tahu mereka apa yang kita lakukan disana, nah dari situ di lihat apa saja yang menjadi pertimbangan orang ketika melihat Freeport, dari situ terlihat memang faktor lingkungan, kesehatan dan pendidikan itu dipilih karena itu yang mereka lihat mengenai kontribusi apa yang diberikan sebuah perusahaan terhadap komunitas dan negara melalui program CSRnya. Kemudian dari situ kita set 3 tema utama kemudian kita lihat lagi kira-kira kegiatan apa yang akan kita lakukan. Mungkin kita baru dapat gambaran kasar Misalnya kemarin dalam kegiatan Jakarta Eco School sebelumnya ketika ingin melakukan kegiatan yang lebih banyak merangkul anak-anak SD dan SMP ya sekolah dasar lah, yang dalam tahun-tahun dasar mereka belajar dan kita ingin mengkolaborasi dengan program lingkungan. Dari situ kemudian kita melihat kira-kira partnernya siapa? kita coba lihat LSM-LSM yang pernah kita ajak kerjasama, lalu dari situ kita pilih Tunas Hijau yang sudah pernah bekerjasama dan berpengalaman dalam kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan. Kemudian mereka menyampaikan gagasan yang mereka buat, *pitching*- lah istilahnya. Dari apa yang yang kita mau mereka membuat proposal program yang kemudian kita diskusikan bersama mengenai apa yang kita mau dan apa yang mereka terapkan. Dalam hal ini kita mengajukan beberapa opini dalam diskusi sebelum menjadi final program yang akan dilaksanakan. Apabila memang sudah final kemudian kita mengajukan *approval* ke dewan kontribusi, jadi semua proposal yang ingin kita bantu, *sponsorship* dan juga termasuk program Freeport Peduli untuk *budgeting* dan apakah kita setuju untuk membantu itu harus disetujui oleh dewan kontribusi. Jadi tahapan selanjutnya setelah kita mendapat *approval* maka program itu dapat dijalankan. Kenapa kita juga membuat kegiatan itu dengan pihak eksternal adalah kita ingin bekerjasama dan melibatkan langsung pihak ketiga yang termasuk (*stakeholder kami*), agar mereka tau apa yang telah kita lakukan, sekaligus dalam hal *manpower corprcomm* memiliki tidak memiliki kapasitas untuk melakukan kegiatan secara sendiri dan berkala. Berbeda dengan departemen SLD yang memang melakukan program secara mandiri *community development* di site

karena secara manpower mereka memiliki kapasitas karena berjumlah ratusan. dalam kegiatan ini Corpcomm khususnya unit *contributions and sponsorship*, lebih berperan sebagai konseptor dan juga melakukan monitoring dan memastikan visi misi yang diharapkan PTFI tersampaikan, dan juga berhasil dilakukan dalam program tersebut, namun untuk pelaksanaannya lebih banyak dilakukan pihak ketiga makan sangatlah penting dalam memilih pihak ketiga yang kredibel dan berpengalaman. Ketika pelaksanaannya biasanya kita melibatkan pihak manajemen dalam kegiatan biasanya dalam kegiatan ceremonial ketika kegiatan itu berlangsung, kemudian kita juga melibatkan karyawan dalam beberapa acara Freeport Peduli. Hal terakhir yang dilakukan setelah kegiatan Freeport Peduli selesai dilakukan evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan apakah telah sesuai dengan apa yang kita mau dan apakah kegiatan itu cukup positif untuk mendapatkan respon positif dari media. untuk evaluasi sendiri kita melakukan evaluasi dari pihak ke 3 media dan kemudian dilakukan pelaporan ke manajemen.

9. Siapa target publik yang hendak di capai dalam program Freeport Peduli ?

Untuk publik sendiri pada dasarnya kita mentargetkan pada masyarakat luas, namun untuk mencapai itu kan perlu beberapa *stakeholder* yang mampu mempublikasikan program, jadi untuk publik sendiri di setiap program akan lebih spesifik, namun bila ada *media coverage* dan publikasi kita bisa meraih publik secara luas. pada tiap program biasanya kita menasar pada LSM, Komunitas yang dipilih, Universitas, Pemerintah dan media, *stakeholder* ini adalah *stakeholder* utama kita di bawah Corpcomm

10. Mengapa publik tersebut perlu mengetahui program yang dijalankan ?

Kita memang sudah menentukan target kita tau sebenarnya kegiatan diketahui masyarakat luas, namun kita tak bisa secara langsung mengarah ke masyarakat luas, maka kita lebih mengarahkan pada *stakeholder* utama terlebih dahulu yaitu LSM yang kita ajak bekerjasama dalam hal ini adalah LSM yang cukup kredibel. Kemudian yang kedua adalah media merupakan *stakeholder* penting bagi kita, rekan-rekan media diharapkan tau akan apa yang kita

lakukan. Ketika ada berita yang mungkin bersifat negatif mereka juga tau apa yang telah kita tau oh iya ya tidak hanya sisi negatif saja yang mereka tau tapi juga Freeport melakukan hal-hal positif. Kemudian selanjutnya adalah komunitas yaitu komunitas yang pihak ketiga dan kita pilih. contohnya kita pernah melakukan kegiatan di daerah kapuk, yang di situ kita melakukan kegiatan sosial membina komunitas di daerah kapuk yang dari segi ekonomi dan fasilitas sangat minim yang dari tahun 89 selalu banjir dan komunitas ini dipilih oleh partner freeport, mereka yang memilih komunitas sasaran yang hendak dicapai. kemudian publik lainnya adalah mahasiswa dari berbagai universitas misal kita pernah melakukan seminar mengenai malaria berdasarkan pengalaman yang kita lakukan di situ kita mengenai penanggulangan malaria, ketika itu target kita merangkul fakultas kesehatan di universitas Indonesia yang diundang adalah peneliti kesehatan, kementerian kesehatan dan universitas lain yang terkait

10. Bagaimanakah proses pengkomunikasian Freeport Peduli untuk mencapai publik sasaran?

Itu biasanya kita coba yang pasti dari programnya sendiri yaitu pihak ketiga LSM maupun universitas kita mintakan publikasi itu sendiri biasanya mereka menyanggupi dengan membuat website terkait acara itu atau lewat website mereka sendiri selain itu menggunakan FB Twitter tergantung dari kreatifitas mereka. disamping itu kita juga mengundang dari sektor pemerintah, misal dalam Jakarta Eco School kita mengundang perwakilan kementerian lingkungan hidup untuk datang dan memberikan sambutan dalam acara tersebut jadi itu salah satu cara kita untuk mengkomunikasikan kegiatan kita dengan mengundang *stakeholder* yang ingin kita komunikasikan. Kemudian kita juga harus berpikir bagaimana mengundang media untuk mau datang dan meliput, seperti yang saya bilang tadi ya media kalau tidak ada yang newsworthy atau berita yang layak untuk diberitakan mereka tidak akan datang dan memberitakan. Jadi otomatis kita harus mencari bagaimana acara ini lebih menarik dan mengandung nilai berita menarik, maka diharapkan berita

juga akan diturunkan. Selanjutnya kita buat liputan tvnya, kita biasanya kita membeli slot tv, waktu ecoschool kita bekerjasama dengan metro tv di oasis dengan membuat liputan kusus dari proses jakarta ecoschool yang berlangsung 3 bulan, dan di situ terlihat jelas kegiatan-kegiatan yang freeport lakukan, mulai dari inisiasi, kegiatan dan pesan-pesan yang ingin kita sampaikan kepada masyarakat, pihak metro tv sendiri mengikuti kegiatan jakarta eco school dari awal hingga akhir kegiatan dari mulai seremonial hingga program-program Freeport Peduli dan tunas hijau di sekolah-sekolah yang kita libatkan. Kemudian kita juga membuat materi presentasi kita setiap kali kita presentasi keluar mulai membuat *booklet* yang dibagikan, kemudian media-media internal dan semua media komuniaski yang kita punya akan kita maksimalkan

11. Bagaimanakah evaluasi yang dilakukan terhadap implementasi program Freeport peduli?

Yang pasti kita sendiri sebagai konseptor dan pelaksana yang mewakili perusahaan di kegiatan tersebut, kemudian hasil yang kita evaluasi akan dilaporkan ke dewan kontribusi sebagai wakil manajemen. Dari situ mereka akan melihat apakah program telah berjalan efektif, apakah sesuai dengan target yang kita inginkan dan manajemen inginkan dan apakah memenuhi harapan yang mereka inginkan. Dari evaluasi departemen pun biasanya kita sudah tau apakah program ini sudah sesuai dari target yang diharapkan, kemudian apa yang perlu ditingkatkan, diubah ataupun perlu tambahan di beberapa bagian misal di publikasi atau *coverage media*. Selama ini so far kegiatan yang kita lakukan sudah memenuhi target yang kita harapkan.

Hasil interview Departemen kepada Corporate Communication dari beberapa narasumber antara lain sebagai :

Superintenden *Corporate Communication* PTFI, Ibu Sari Esayanti

1. Menurut anda apakah yang dimaksud citra perusahaan?

Citra perusahaan merupakan persepsi mungkin sama dengan yang lain yakni gambaran perusahaan di mata masyarakat dan *stakeholder*. Kita berharap adanya image dan pemahaman secara positif mengenai perusahaan. Citra juga berhubungan dengan bagaimana citra ini dilihat oleh *stakeholder* bukan hanya untuk saat ini namun untuk masa kedepan.

2. Citra seperti apakah yang hendak dicapai oleh perusahaan?

Citra yang diinginkan adalah adanya *understanding* dari masyarakat, pandangan yang berimbang kepada perusahaan selain kegiatan-kegiatan yang bersifat operasional, perusahaan juga melakukan kegiatan tanggung jawab terhadap masyarakat. Selain kegiatan CSR yang dilakukan pada publik ring 1, kita memiliki FP sebagai menjangkau *stakeholder* yang lebih luas.

3. Bagaimana cara membangun citra perusahaan? kemudian siapa yang bertanggung jawab?

Dalam membangun citra, perusahaan melakukan pendekatan kepada masyarakat dan *stakeholder* yang berhubungan dengan perusahaan, melibatkan *stakeholder* untuk terlibat dari kegiatan ini dan merasakan manfaat yang terlibat dalam, karyawan internal oleh *volunteer* karyawan memberi kontribusi.

4. Apa saja program yang dilakukan dalam membangun citra perusahaan?

Pada dasarnya ada berbagai hal yang dilakukan dalam pembentukan citra perusahaan pada dasarnya adalah dengan melakukan pendekatan kepada *stakeholder* perusahaan. Berangkat dari fokus kebijakan perusahaan, pendidikan kesehatan lingkungan, beberapa terdapat program yang ditujukan kepada masyarakat.

Antara lain kegiatan sustainable development, yang dilaksanakan oleh SLD/CR, sponsorship, FP, serta beberapa kegiatan untuk melakukan pendekatan dengan *stakeholder*.

5. Apa dan mengapa dilakukan program Freeport Peduli?

FP merupakan satu pelengkap kegiatan strategic csr yang dilakukan oleh PTFI sebagai booster dalam membentuk citra perusahaan dengan pendaan lebih rendah dari strategic CSR, dengan tujuan mem-*boosting* citra perusahaan di tingkat provinsi dan nasional, namun kita tetap fokus pada ring 1 yakni wilayah operasinal perusahaan yakni provinsi papua. Program ini mengapa di bawah PR karena disasarkan pada pembentukan reputasi perusahaan. Program dicerminkan pada freepoert peduli sendiri di terapkan untuk fokus pada pendidikan, kesehatan dan lingkungan sebagai afirmative dari komitmen perusahaan

6. Bagaimanakah konsep pelaksanaan Freeport Peduli?

Berangkat dari Fokus, komitmen perusahaan terhadap pendidikan kesehatan lingkungan, dilakukan terlebih dahulu analisa kebutuhan *stakeholder* kemudian dibuat program kemudian dilakukan pelaksanaan terhadap program yang telah dirancang. pada dasarnya pelasanaanya di lakukan dengan menggandeng pihak ketiga yang merupakan pihak yang kompeten dan profesional di bidangnya.

7. Bagaimana kebijakan dalam pelaksanaan Freeport Peduli?

Kebijakan management mengenai kegiatan freeport peduli merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh arahan contributions commite, dimana kegiatan ini terus dimonitor oleh management mengenai kegiatan dan pendanaanya. untuk kegiatan FP sendiri diserahkan sepenuhnya kepada departemen *Corporate Communication* melalui unit *Contribution and sponsorship* menggandenga dengan pihak ke 3.

8. Tahapan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan program Freeport Peduli?

Kita menggunakan standart perusahaan yakni analisa terlebih dahulu berdasarkan kebutuhan stakeholder dan analisa dari keberlanjutan program yang telah dilakukan sebelumnya.

9. Siapa target publik yang hendak di capai dalam program Freeport Peduli?

Fokus target adalah tetap fokus pada papuan yakni 7 suku terlebih lagi 2 suku pemilik hal ulayat. Meskipun demikian untuk filantropi yang dilaksanakan *corporate communication* fokus dari target sasaran dilakukan dengan lebih luas bukan hanya menysasar pada Papuan namun ke berbagai profinsi di luar papua.

10. Mengapa publik tersebut perlu mengetahui program yang di jalankan ?

Karena Freeport sadar Freeport berada di Papua maka perlu adanya kegiatan maka bagian pertama yang difokuskan adalah bagaimana menciptakan kondisi bahwa msasyarakat Papua mendapatkan dan merasakan manfaat mengenai apa yang telah dilakukan perusahaan. Kemudian baru dilakukan publikasi mengenai kontribusi bagi masyarakat umum, termasuk didalamnya komunitas. mahasiswa, LSM dan Pemerintah.

11. Bagaimanakah proses pengkomunikasian Freeport Peduli untuk mencapai publik sasaran?

Komikasi yang dilakukan dengan menyampaikan laporan kepada *stakeholder* melalui media internal. Namun pelaporan digencarkan pada publik internal yakni karyawan yang kami anggap sebagai *ambassador* perusahaan, apalagi dengan jumlah karyawan yang lebih dari 22000 sangat memberikan arti bagi pencitraan perusahaan. Maka komunikasi internal sangat diperlukan sebagai saluran komunikasi kepada karyawan apa yang telah dilakukan perusahaan. Selain komunikasi internal kami juga malakukan peliputan dengan mengundang media turut serta dalam acara yang dilakukan perusahaan, sehingga ada peliputan media terhadap program yang dijalankan baik dari media televisi maupun media cetak. Peliputan yang yang dilakukan tidak secara terus menerus di tayangkan namun dilakukan per-event. sehingga

tidak terlihat seperti berikalan namun lebih pada penyampaian pesan apa yang telah dilakukan perusahaan.

12. **Bagaimanakah evaluasi yang dilakukan terhadap implementasi program Freeport peduli?**

Untuk evaluasi sendiri tentu dilihat dari efektifitas kegiatan yang dilakukan serta dengan membuat pelaporan yang dilaporkan kepada management baik dengan pelaporan presentasi maupun laporan tertulis yakni kaledeoskop. Selain itu perusahaan juga menggunakan pihak ketiga yakni *perceptions audit* yang termasuk di dalamnya FP. Kemudian yang perlu diperhatikan dalam pemberitaan FP adalah mengenai keseimbangan pemberitaan antara FP dengan kegiatan *sustainable development* yang telah dilakukan oleh departemen di *job site*.

Interview Departemen *Corporate Communication* dari beberapa narasumber antara lain sebagai berikut :

Staff *communications support, Corporate Communication*, Erwin Hilmi

1. Menurut anda apakah yang dimaksud citra perusahaan?

Branding, asosiasi orang ketika apa yang dirasakan orang melihat perusahaan baik ketika mendengar Freeport, baik ketika melihat logo atau melihat hal yang berhubungan dengan Freeport dan citra Freeport sendiri, saya rasa masih negatif dan banyak yang harus diperbaiki.

2. Citra seperti apakah yang hendak dicapai oleh perusahaan?

Citra yang hendak di capai oleh Freeport sendiri di tahun 2012 kita punya agenda penyampain informasi mengenai manfaat dan kontribusi Freeport kepada masyarakat terutama di remote area.

3. Bagaimana cara membangun citra perusahaan? kemudian siapa yang bertanggung jawab?

Itu bermacam-macam ya kalau di *corpocom* sendiri adalah *internal engagement* dan *eksternal engagement*. Karena kita perusahaan yang besar sekali dengan karyawan lebih dari 20000 dan merupakan perusahaan terbesar disana, jadi apa yang perusahaan lakukan akan mempengaruhi masyarakat di sekitar Timika dan kabupaten Mimika khususnya. Jadi *stakeholder* yang hendak kita capai adalah masyarakat timika dan Indonesia. untuk tanggung jawab terhadap citra sendiri dilakukan oleh semua lapisan Freeport untuk *corpcomm* sendiri bertugas lebih sebagai pengemas pesan yang hendak disampaikan kepada internal dan eksternal.

4. Apa saja program yang dilakukan dalam membangun citra perusahaan?

Sebenarnya sangat banyak mulai dari kegiatan masyarakat yang dilakukan masyarakat di remote area ataupun diluar, kalo *coprprcomm* sendiri melakukannya dengan pendekatan terhadap internal eksternal pendekatannya degan menyampaikan pesan-pesan kepada pihak internal misalnya kita gunakan media-media internal seperti Freeporter, website, poster, tv internal, Ibk, Bk dan panduan-panduan lain, sedangkan untuk eksternal kita pakai

penyampaian pesan melalui media dan baik berita mengenai kontribusi Freeport secara langsung, csr atau Freeport peduli.

5. Apa dan mengapa dilakukan program Freeport Peduli?

Kalau Freeport peduli sendiri dilakukan untuk melakukan kontribusi masyarakat diluar *stakeholder* di area kerja, jadi skalanya lebih luas namun pendanaanya lebih kecil, tujuan Freeport Peduli sendiri bisa dikatakan sebagai upaya brandnya Freeport. sedangkan untuk temanya kita mengarah pada 3 bagian pendidikan, lingkungan dan kesehatan.

6. Bagaimanakah konsep pelaksanaan Freeport Peduli?

Untuk konsep pelaksanaannya adalah dengan filantropi, dengan tema 3 tadi pendidikan, lingkungan dan kesehatan. Untuk targetnya sendiri lebih mengarah masyarakat di beberapa kota-kota besar dan penyampaian pesan.

7. Bagaimana kebijakan dalam pelaksanaan Freeport Peduli?

Untuk kebijakan menegemen sendiri dilakukan oleh *section contributions and sponsorship* dan juga dibawah dewan kontribusi yang menjadi perwakilan manajemen. Jadi kebijakan tetantang Freeport Peduli semua sudah ada di *contributions and sponsorship*.

8. Tahapan apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan program Freeport Peduli?

Untuk tahapanya dilihat dulu kebijakan, kemudian melihat apakah program cocok sesuai dengan tema dan agenda-agenda yang ada, kemudian dipilih agenda atau program yang dapat menampilkan Freeport, lalu kemudian pemilihan pihak ketiga terus pelaksanaan dan mungkin diadakan evaluasi bagaimana program telah dijalankan.

9. Siapa target publik yang hendak di capai dalam program Freeport Peduli?

Untuk target Freeport peduli sendiri adalah masyarakat di luar jobsite karena yang di dalam sudah di lakukan oleh beberapa departemen yang memang dilakukan program CSR.

10. Mengapa publik tersebut perlu mengetahui program yang di jalankan ?

Ya kembali lagi kita melakukan branding terhadap masyarakat luas, dengan target khususnya di luar *Jobsite*

11. Bagaimanakah proses pengkomunikasian Freeport Peduli untuk mencapai publik sasaran?

Untuk proses pengkomunikasinya sendiri dilakukan dengan mungkin untuk Freeport Peduli kita membeli space di media, untuk pesan PR-ya diharapkan kegiatan Freeport Peduli yaitu menampilkan Freeport di media cetak yakni di koran-koran. Lalu kemudian di media Internal seperti yang Guntur tau ada beberapa media Internal yang bisa digunakan dan semua digunakan.

12. Bagaimanakah evaluasi yang dilakukan terhadap implementasi program Freeport peduli ?

Untuk evaluasi dilakukan oleh sections terkait *contribution and sponsorship* jadi untuk divisi *comsupport* tidak terlibat dalam evaluasi, kalo *com support* hanya membantu dalam beberapa hal dalam pelaksanaan terutama *line communicationnya* saja. untuk program sendiri *comsupport* nggak bisa memberikan keputusan, semuanya dalam kewenangan *contributions and sponsorship*.

Kebijakan dan Prosedur	Program Kontribusi dan Sponsor (FM-2007.16)
Lokasi	Seluruh Lokasi PTFI
Tanggal Berlaku	1 Desember 2007
Menggantikan	Baru
Disetujui Oleh	Executive Committee & CEO

Lampiran 4 **Pedoman Kegiatan Freeport Peduli**

Definisi:

Untuk keperluan dokumen ini, istilah “Freeport Peduli” mengacu kepada kegiatan yang didukung dengan kontribusi PTFI, dibawah kategori sumbangan. Tujuan dari Freeport Peduli adalah untuk menyampaikan komitmen PTFI sebagai Mitra Yang Tepat Bagi Indonesia, serta untuk memperoleh pemaparan positif terhadap masyarakat yang diperlukan.

Dokumen ini menyediakan pedoman untuk *Corporate Communication* dan/atau unit usaha lainnya dalam menjalankan kegiatan Freeport Peduli. Bidang yang menjadi perhatian Kegiatan Freeport adalah Pendidikan, Kesehatan, Lingkungan Hidup dan Bencana Alam.

Kelompok *Corporate Communication* mengelola kegiatan Freeport Peduli. Unit usaha dan/atau organisasi departemen PTFI lainnya dapat mengusulkan proposal dari pihak ketiga untuk dipertimbangkan sebagai salah satu kegiatan Freeport Peduli. Setiap proposal bagi Freeport Peduli wajib dikaji dan pada saatnya diusulkan oleh kelompok *Corporate Communication*.

Azas Utama

- Tegaskan Perhatian: Perhatian diarahkan dibidang Kesehatan, Pendidikan, Lingkungan Hidup dan Bencana Alam. Lakukan disiplin untuk menolak permohonan ‘ad-hoc’.
- Tanam modal lebih besar didalam sejumlah kecil kegiatan: Perhatian diarahkan bagi jumlah kegiatan yang lebih sedikit namun dengan pemaparan / peliputan maksimal.

Kriteria Kegiatan Freeport Peduli:

- Kegiatan Freeport Peduli wajib digagas oleh *stakeholder* PTFI. Sebagai pengecualian, kontribusi PTFI dan/atau gagasan yang datang dari PTFI sendiri untuk setiap bencana alam dapat juga dipertimbangkan untuk dijadikan kegiatan Freeport Peduli.
- Kegiatan Freeport Peduli wajib dikaitkan dengan jadwal kegiatan nasional dan/atau internasional (lampiran 5).
- Kegiatan Freeport Peduli wajib membangun dan/atau memperkuat citra positif PT Freeport Indonesia pada jangka menengah maupun jangka panjang (dibanding kegiatan sekali jadi).
- Kegiatan Freeport Peduli dipusatkan di Jakarta dan Jayapura.
- Kegiatan Freeport Peduli harus mempunyai dampak positif/ signifikan/ kekal bagi masyarakat dan/atau *stakeholder* utama.

- Kegiatan yang didukung Freeport Peduli harus memperoleh liputan terhadap jumlah peserta yang maksimal agar tercipta peliputan / pemaparan publik yang maksimal pula.

Pedoman Kegiatan: Pelaksanaan Freeport Peduli:

- *Corporate Communication* melakukan identifikasi terhadap kegiatan yang sesuai dengan bidang perhatian dan kriteria Freeport Peduli.
- Kegiatan identifikasi harus dilakukan sesuai daftar kategori berikut:
 - Kegiatan Tahunan Freeport Peduli: dalam kategori ini, *Corporate Communication* perlu melakukan identifikasi terhadap kegiatan utama yang akan didukung oleh perusahaan selama kurun waktu satu tahun. *Corporate Communication* dapat mengacu kepada kegiatan Freeport Peduli yang dilaksanakan tahun sebelumnya. *Corporate Communication* harus melakukan identifikasi terhadap kegiatan triwulan keempat untuk tahun berikutnya. Kegiatan tersebut sudah harus diserahkan kepada panitia kontribusi pada triwulan tersebut (triwulan keempat).
 - Kegiatan Freeport Peduli Yang Aktif: dalam kategori ini *Corporate Communication* harus melakukan identifikasi terhadap potensi kegiatan pihak ketiga yang mungkin sesuai dengan kriteria. Kegiatan tersebut dapat diusulkan selambat-lambatnya dua bulan dimuka.
 - Kegiatan Freeport Peduli Yang Pasif: dalam kategori ini *Corporate Communication* secara pasif melakukan identifikasi terhadap suatu kegiatan, atau menyetujui proposal yang termasuk sumbangan kepada stakeholder PTFI, dan dapat menyerahkan proposal serta mencocokkannya dengan kriteria untuk kegiatan Freeport Peduli. Kegiatan tersebut dapat diajukan selambat-lambatnya satu bulan dimuka.
 - Bencana Alam: PTFI akan memberi bantuan dalam rangka Bencana Alam Nasional. Dalam kategori ini, *Corporate Communication* akan member tanggapan terhadap suatu bencana. Tindakan darurat dan/atau keputusan cepat dari perusahaan diharapkan bagi kegiatan terkait Bencana Alam, dengan prioritas bagi Kejadian Luar Biasa.
- Sejalan dengan kedua kategori pertama, berikut adalah langkah-langkah yang harus diikuti dalam pelaksanaan kegiatan Freeport Peduli:
 - *Corporate Communication* melakukan identifikasi terhadap organisasi/lembaga yang akan menyelenggarakan kegiatan yang memenuhi kriteria Freeport Peduli.
 - *Corporate Communication* melakukan pendekatan terhadap organisasi/lembaga dimaksud untuk mengutarakan minat PTFI untuk terlibat didalam kegiatan tersebut melalui suatu skema dibawah kategori sumbangan.
 - Organisasi yang telah diidentifikasi harus mengajukan proposal bagi kegiatan dimaksud yang sedikitnya memuat rencana kegiatan secara detil, rincian anggaran serta analisa masyarakat sasaran (*target audience*).
 - Pada pasca persetujuan panitia kontribusi, *Corporate Communication* mengadakan rapat koordinasi untuk membahas keterlibatan PTFI secara rinci didalam kegiatan dimaksud. Topik dalam rapat koordinasi tersebut termasuk, namun tidak terbatas, pada hal-hal sebagai berikut: perangkat Komunikasi (spanduk, selebaran, dan materi publikasi lainnya, atribut kegiatan - kaos t-shirt, topi dan benda lain yang sesuai untuk kegiatan dimaksud), peliputan kegiatan untuk konsumsi internal maupun eksternal, koordinasi peliputan media (menghubungi media, undangan bagi media, dan/atau peliputan media), mengatur keterlibatan wartawan didalam kegiatan, memilih wakil dari petinggi perusahaan (eksekutif) untuk menghadiri kegiatan apabila perlu.

- Pelaksanaan kegiatan dipantau oleh *Corporate Communication*, dan sejalan dengan rencana.
- Laporan evaluasi kegiatan dilakukan oleh *Corporate Communication*. Laporan evaluasi juga memuat; hasil keseluruhan, identifikasi aspek negatif (bila ada), identifikasi aspek positif, partisipasi karyawan, serta rekomendasi lebih lanjut untuk melanjutkan sumbangan PTFI donation bagi kegiatan tersebut di masa depan.
- Tim inti Freeport Peduli pada setiap kegiatan Freeport Peduli terdiri dari:
 - Corporate Communication
 - Security
 - Safety
- Sejalan dengan kategori Kegiatan Freeport Peduli Bersifat Pasif, berikut adalah langkah-langkah yang harus diikuti dalam pelaksanaan setiap kegiatan Freeport Peduli:
 - Stakeholder PTFI mengajukan proposal yang memenuhi kriteria Freeport Peduli.
 - *Corporate Communication* mengkaji dan menganalisa proposal.
 - *Corporate Communication* melakukan pendekatan terhadap *stakeholder* untuk mengutarakan minat PTFI bagi keterlibatannya didalam kegiatan dimaksud melalui suatu skema kategori sumbangan. PTFI dapat mengajukan permohonan rencana kegiatan yang lebih detil yang mencakup rincian anggaran dan analisa masyarakat sasaran (*target audience*).
 - Pasca persetujuan panitia kontribusi, *Corporate Communication* mengatur rapat koordinasi yang akan membahas keterlibatan PTFI secara detil didalam kegiatan dimaksud (yang menghasilkan rencana). Topik dalam rapat koordinasi tersebut termasuk, namun tidak terbatas, pada hal-hal sebagai berikut: perangkat Komunikasi (spanduk, selebaran, dan materi publikasi lainnya, atribut kegiatan - kaos t-shirt, topi dan benda lain yang sesuai untuk kegiatan dimaksud), peliputan kegiatan untuk konsumsi internal maupun eksternal, koordinasi peliputan media (menghubungi media, undangan bagi media, dan/atau peliputan media), mengatur keterlibatan kartawan didalam kegiatan, memilih wakil dari petinggi perusahaan (eksekutif) untuk menghadiri kegiatan apabila perlu.
 - Pelaksanaan kegiatan dipantau oleh corporate communication, dan sejalan dengan rencana..
 - *Corporate Communication* juga mengantisipasi setiap dampak negatif dari kegiatan dimaksud.
 - Laporan evaluasi kegiatan dilakukan oleh *Corporate Communication*. Laporan evaluasi juga memuat; hasil keseluruhan, identifikasi aspek negatif (bila ada), identifikasi aspek positif, partisipasi karyawan, serta rekomendasi lebih lanjut untuk melanjutkan sumbangan PTFI donation bagi kegiatan tersebut di masa depan.
 - Tim inti Freeport Peduli pada setiap kegiatan Freeport Peduli terdiri dari:
 - Safety
 - Sejalan dengan bidang perhatian Freeport Peduli, berikut adalah pedoman kegiatan bagi kasus Bencana Alam:
 - Corporate Communication* menyelenggarakan rapat untuk seluruh anggota Dewan Kontribusi.
 - Corporate Communication* menyiapkan kajian cepat atas situasi kejadian, termasuk laporan tentang kerusakan, kemungkinan keterlibatan perusahaan dalam tim penyelamatan, kebutuhan paramedik, dan selanjutnya usulan besaran dana yang akan disumbangkan bagi bantuan bencana tersebut.
 - Dewan Kontribusi memutuskan jumlah total sumbangan dalam waktu yang tidak terlalu lama.
 - Tim inti Freeport Peduli untuk kegiatan PTFI bagi Bencana Alam terdiri dari:

- *Corporate Communication*
- *Govrel*
- *Finance*
- *Security*
- *Safety (ERG team)*
- *Paramedic*

Partisipasi karyawan:

PTFI mendorong keterlibatan karyawannya dalam setiap kegiatan Freeport Peduli. Berikut adalah pedoman bagi partisipasi karyawan didalam kegiatan Freeport Peduli.

Duta Freeport Peduli:

- *Corporate Communication* akan memilih Duta Freeport Peduli dari masing-masing departemen/ unit usaha didalam organisasi PTFI. Unit usaha / departemen harus mencalonkan setidaknya dua personil sebagai kandidat Duta Freeport Peduli.
- Peran duta mencakup:
 - Keterlibatan didalam pelaksanaan kegiatan Freeport Peduli.
 - Sosialisasi kegiatan Freeport Peduli yang akan datang kepada karyawan lain dan mempromosikan keterlibatan karyawan guna mencapai partisipasi karyawan yang maksimal.

Imbalan Partisipasi:

Keterlibatan karyawan akan memperoleh imbalan dari perusahaan. Pilihan imbalan partisipasi berbentuk:

- Barang promosi Freeport Peduli; dalam bentuk kaos t-shirt, topi dan barang serupa lainnya.
- *Credit point.* *Corporate Communication* mencatat kehadiran/partisipasi karyawan didalam setiap kegiatan Freeport Peduli. Perusahaan akan memberi “penghargaan khusus” kepada setiap karyawan yang melibatkan diri didalam kegiatan Freeport Peduli (tergantung lokasi). Penghargaan sukarelawan akan dianugerahkan setiap tahun kepada orang-orang yang mengumpulkan 9, 7, 5 point bagi imbalan PTFI.

Logo Freeport Peduli



Lampiran 5

JADWAL KEGIATAN

<u>JANUARI</u>	<u>FEBRUARI</u>	<u>MARET</u>	<u>APRIL</u>
25 – HARI GIZI NASIONAL	IMLEK 9 – HARI PERS NASIONAL 14 – VALENTINE	8 – INTERNATIONAL WOMEN'S DAY 10 – HARIFILM NASIONAL 11 – NYEPI (Hindu New Year) 21 – ANTI RACE DAY 22 – HARI AIR 24 – HARI TBC	7 – HARI KESEHATAN DUNIA 21 – HARI KARTINI 22 – HARI BUMI
<u>MEI</u>	<u>JUNI</u>	<u>JULY</u>	<u>AUGUST</u>
1 – LABOUR DAY 2 – HARI PENDIDIKAN NASIONAL 3 – WORLD PRESS FREEDOM 14 – MOTHER'S DAY 15 – HARI KELUARGA NASIONAL 20 – HARI KEBANGKITAN NASIONAL 24 – WAISAK 31 – HARI BEBAS MEROKOK	1 – HARI LAHIR PANCASILA 4 – INTERNATIONAL DAY OF CHILDREN, VICTIMS OF AGGRESSION 5 – WORLD ENVIRONMENT DAY 18 – FATHER'S DAY 20 – WORLD REFUGEES DAY 26 – INTERNATIONAL DAY AGAINST DRUG ABUSE 22 – HUT JAKARTA	1 – HARI BHAYANGKARA 5 – HARI BANK 11 – WORLD POPULATION DAY 12 – HARI KOPERASI 18 – INDUSTRY DAY 22 – HARI KEJAKSAAN 23 – HARI ANAK NASIONAL	9 – INTERNATIONAL DAY OF INDIGENOUS PEOPLE 10 – VETERAN DAY 12 – WORLD YOUTH DAY 14 – HARI PRAMUKA NASIONAL 17 – HARI KEMERDEKAAN 18 – WORLD'S CHILDREN'S DAY
<u>SEPTEMBER</u>	<u>OCTOBER</u>	<u>NOVEMBER</u>	<u>DESEMBER</u>
8 – LITERACY DAY 9 – SPORTS DAY 11 – WORLD TRADE CENTRE 17 – RED CROSS DAY 23 – HARI MARITIM 27 – HARI POSTEL 28 – RAILWAY DAY 30 – G30S	1 – HARI PANCASILA 5 – HARI TNI 16 – WORLD FOOD DAY 24 – UN DAY 28 – SUMPAN PEMUDA	10 – HARI PAHLAWAN 25 – HARI GURU NASIONAL	1 – WORLD AIDS DAY 10 – WORLD HUMAN RIGHTS DAY 22 – HARI IBU

Lampiran contoh advertorial melalui media televisi

Screenshot advertorial peliputan kegiatan Freeport Peduli yakni pada program *Jakarta Eco school* yang bekerjasama dengan Yayasan Tunas Hijau dan beberapa sekolah dasar di Jakarta oleh Kontributor metro tv.



Sreenshoot advertorial Inovasi Hijau Timika yang disiarkan di segmen acara Oasis



Lampiran Contoh dokumentasi Foto kegiatan Freeport Peduli







LOMBA KOMIK PENDEK "ECO SCHOOL" 2011

- Peserta adalah para siswa SD dan SMP se Indonesia dengan 1 kategori
- Tema lomba adalah Eco School atau sekolah ramah lingkungan hidup
- Durasi gambar tidak boleh lebih dari 10 menit
- Topik komik boleh mengacu pada tema di atas
- Gambar sesuai dengan tema & gambar harus warna full color
- Karya dibuat di atas kertas berukuran A4
- Alokasi gambar: gambar subjek pada 1/3 bagian, sisanya digunakan untuk mendeskripsikan lingkungan tersebut
- Teknik penggambaran menggunakan gambar bebas
- Hasil karya komik akan dinilai oleh juri yang akan diumumkan di lingkungan Freeport Peduli dan Teras Hijau
- Juara terbaik yang akan diumumkan akan diberikan hadiah trofi dan uang tunai
- Untuk detail lebih lanjut mengenai informasi ini kunjungi Freeport Peduli, Sekolah, atau Teras Hijau
- Karya yang menang akan ditampilkan dan beres-beres di lingkungan Freeport Peduli dan Teras Hijau
- Seluruh karya yang menang akan dipajang di lingkungan Freeport Peduli dan Teras Hijau
- Batas akhir pengumpulan karya adalah 23 Mei 2011
- Pendaftaran dan informasi lebih lanjut hubungi Freeport Peduli dan Teras Hijau melalui nomor 021-22196201 atau email info@freeportpeduli.com

HADIAH

Terbaik I Trofi + plagam + uang tunai Rp. 1.000.000,-
 Terbaik II Trofi + plagam + uang tunai Rp. 750.000,-
 Terbaik III Trofi + plagam + uang tunai Rp. 500.000,-

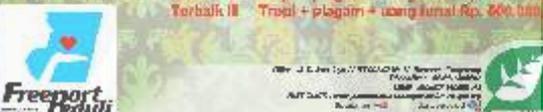
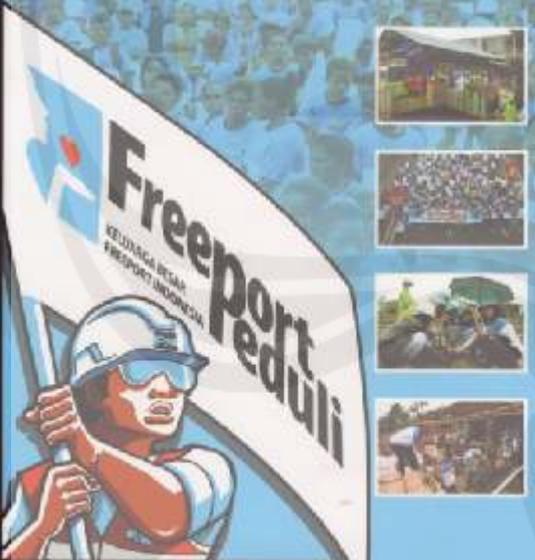



LOMBA POSTER "ECO SCHOOL" 2011

- Peserta adalah para peserta didik SD dan SMP se Indonesia dengan 1 kategori
- Tema lomba adalah Eco School atau sekolah ramah lingkungan hidup
- Jumlah peserta tiap sekolah tidak dibatasi
- Topik poster boleh mengacu pada tema di atas
- Karya dibuat dengan ukuran kertas berukuran A3 to A4 on
- Area di bagian gambar tidak boleh lebih dari 1/3 bagian sisanya digunakan untuk mendeskripsikan lingkungan tersebut
- Teknik menggambar menggunakan gambar bebas
- Hasil karya akan diumumkan di lingkungan Freeport Peduli dan Teras Hijau
- Juara terbaik yang akan diumumkan akan diberikan hadiah trofi dan uang tunai
- Untuk detail lebih lanjut mengenai informasi ini kunjungi Freeport Peduli, Sekolah, atau Teras Hijau
- Karya yang menang akan ditampilkan dan beres-beres di lingkungan Freeport Peduli dan Teras Hijau
- Seluruh karya yang menang akan dipajang di lingkungan Freeport Peduli dan Teras Hijau
- Batas akhir pengumpulan karya adalah 23 Mei 2011
- Pendaftaran dan informasi lebih lanjut hubungi Freeport Peduli dan Teras Hijau melalui nomor 021-22196201 atau email info@freeportpeduli.com

HADIAH

Terbaik I Trofi + plagam + uang tunai Rp. 1.000.000,-
 Terbaik II Trofi + plagam + uang tunai Rp. 750.000,-
 Terbaik III Trofi + plagam + uang tunai Rp. 500.000,-

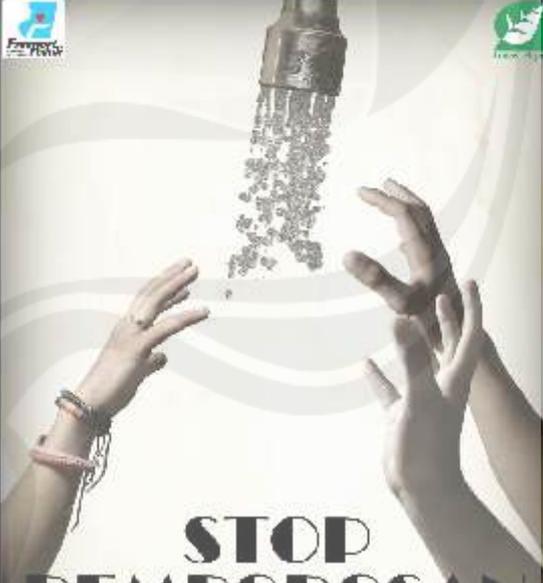



Freeport Peduli

KEHIDUPAN BERSAMA FREEPORT INDONESIA

PT FREEPORT INDONESIA
 Freeport Indonesia Tbk

Freeport Peduli adalah program sosial PT Freeport Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar Pertambangan, Perkebunan, dan Perikanan. Freeport Peduli juga berusaha untuk memberikan para karyawan, keluarga, dan masyarakat. Manajemen, karyawan dan para ahli Freeport Indonesia Freeport Peduli bekerja sama dengan berbagai pihak untuk melaksanakan program-program tersebut sejak tahun 2007.



STOP PEMBOROSAN AIR

www.freeportindonesia.com



BERITA FOTO



Peduli

Chief Financial Officer Freeport Indonesia Daniel Hughes menyerahkan medali kepada pemenang lomba lari Run for Education 2,5 K kerjasama Freeport Peduli dengan Jakarta International School (JIS). Dana yang terkumpul akan digunakan untuk membangun perpustakaan di kawasan Kapuk Jakarta Barat yang sering dilanda banjir.

Peduli - Chief Financial Officer Freeport Indonesia Daniel Hughes menyerahkan medali kepada pemenang lomba lari Run for Education 2,5 K kerjasama Freeport Peduli dengan Jakarta International School (JIS). Dana yang terkumpul akan digunakan untuk membangun perpustakaan di kawasan Kapuk Jakarta Barat yang sering dilanda banjir.

BERITA FOTO



Konservasi Masigit Freeport - Manager kawasan konservasi Masigit Kareumbi, Remi Tjahari (dua dari kiri), menjelaskan kepada Manager Lingkungan PT Freeport Indonesia Andi Mukhsia (kiri), *Concentrating Manager* Freeport Indonesia Eko Purnomo (dua dari kanan), dan Eliezer Ohee dari bagian *Security and Risk Management* Freeport Indonesia di kawasan konservasi Masigit Kareumbi di Cicalengka, Kabupaten Bandung, Sabtu (5/6). Karyawan PT Freeport Indonesia secara spontanitas mengadopsi lebih dari 2.300 pohon dalam program wali pohon yang ditanam di kawasan konservasi Masigit Kareumbi.

BERITA FOTO



TONE SUHARTONO/INDOPOS

FREEPORT: Ahli Malaria dari Fakultas Kedokteran UI Prof Dr dr Inge Sutanto (kiri) disaksikan Pakar Malaria dari Eijkman Institute dr Safrudin (tengah), dan Section Head-Public Health & Malaria Control PT Freeport Indonesia Kerry Yarangga menerangkan organ tubuh manusia yang paling rentan diserang penyakit Malaria di sela-sela acara Diksumsi Panel di Gedung FK UI, Jakarta, kemarin.

BERITA FOTO



Freeport Peduli

Menteri Kesehatan Endang Rahayu Sedyaningsih (kiri) berbincang dengan Govert Waramori dan dr Andri Wiguna dari Departemen Public Health & Malaria Control PT Freeport Indonesia usai meresmikan seminar sehari TB di Balai Kartini, Jakarta, Rabu (24/3). Seminar Freeport Peduli ini dalam rangka peringatan Hari TB Sedunia 2010.

PTFI Kirim Bantuan Tahap Kedua ke Wasior

TIMIKA – PT Freeport Indonesia (PTFI) melalui program Freeport Peduli kembali mengirimkan bantuan tahap kedua berupa bahan makanan untuk korban bencana banjir bandang di Wasior, Kabupaten Teluk Wondama, Papua Barat. Bantuan tersebut Senin (11/10) kemarin diberangkatkan dengan menggunakan Pesawat Twin Otter PK-OCL.

Bahan makanan yang dikirimkan berupa beras, indomie, dan makanan ringan, dengan total keseluruhan 1,2 ton. Jumlah bantuan dikirimkan pada tahap kedua ini lebih banyak daripada tahap pertama. Dimana pada tahap pertama, bahan makanan yang dikirimkan berjumlah 500 Kg.

Pengiriman bahan makanan tahap kedua ini merupakan respon terhadap persediaan bahan makanan di Wasior yang semakin menipis. Sehingga melalui program Freeport Peduli, PTFI mengirimkan kembali bantuannya untuk korban bencana banjir Wasior.

Informasi yang dihimpun Radar Timika, Senin (11/10) kemarin menyebutkan akan ada pengiriman bantuan terakhir Rabu (13/10) besok. Pengiriman bantuan besok akan diikuti langsung oleh Vice President Community Relations PTFI, Demianus Dimara.

Ronny Rosnandy, pilot pesawat Twin Otter yang mengangkut bahan makanan yang dikirim kemarin, mengatakan, kondisi Bandara di Wasior sudah membaik. Hal ini dikarenakan lumpur-lumpur bercampur air yang menggenang di Bandara Wasior sudah dibersihkan.

Bandara Wasior menurutnya sudah bisa didarati oleh pesawat berjenis Twin Otter. Perjalanan dari Timika menuju Wasior ditempuh dalam waktu kurang lebih satu jam 20 menit.

“Untuk kondisi cuaca di Wasior, seperti kondisi cuaca yang terjadi di Mimika, terkadang cerah dan terkadang hujan, namun masih relative aman,” kata Ronny yang ditemui Radar Timika di Bandara kemarin.

Ronny menambahkan, akibat bencana banjir bandang yang menimpa Wasior, banyak masyarakat yang mengungsi ke tempat lain. Dan untuk di daerah Wasior, masyarakat banyak yang mengungsi di daerah daratan yang lebih tinggi, karena daerah yang diterjang banjir bandang merupakan daerah pinggiran pantai.

ONLINE

Freeport Galang Donor Darah

PT Freeport Indonesia (PTFI) menggandeng Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Jayapura dan Hotel Aston Jayapura untuk menggalang donor darah.

"Ajaka Freeport itu kami sambut baik sebagai bagian integral dari tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat," kata General Manager Aston Hotel Johannes Kans Betekeneng di Jayapura, Kamis.

Secara khusus, bagi PTFI selaku pemrakarsa kegiatan kemanusiaan ini, donor darah ini dilaksanakan sebagai bagian dari program Freeport Peduli Tahun 2010.

Melalui kegiatan ini PTFI berharap dapat membantu PMI dalam penyediaan suplai darah di Jakarta, Timika dan Jayapura khususnya di saat terjadi bencana.

Dalam kegiatan itu, Freeport manargetkan 100 kantung darah terkumpul di area tambang Freeport yaitu di Timika dan Tembagapura, selain 100 di Jakarta dan 100 di Jayapura yang seluruhnya akan disumbangkan ke PMI di Jakarta, Timika dan Jayapura kecuali sebagian kecil untuk persediaan RS Tembagapura dan RSUD Jayapura.

Kans mengatakan, kegiatan donor darah dipastikan berlangsung di Hotel Aston, Jayapura pada Sabtu, 30 Oktober 2010.

"Pihak Aston sudah menyatakan persetujuan kerja sama tersebut dengan menyediakan tempat pengambilan darah di lantai 2 Hotel Aston dan menyediakan delapan tempat tidur sedangkan PT Freeport menyediakan nutrisi dan cenderamata bagi pendonor," katanya.

Sedangkan dari Unit Transfusi Darah PMI Kota Jayapura, akan mengerahkan sedikitnya delapan petugas medis untuk pengambilan darah tersebut.

Freeport, Aston Hotel dan PMI Jayapura sudah mulai menyebarluaskan informasi kegiatan donor darah ini, baik melalui spanduk, poster maupun media massa guna mengajak masyarakat umum ambil bagian pada program kemanusiaan Freeport Peduli 2010 ini.

Kans mengakui bahwa Hotel Aston akan mengikutsertakan sedikitnya 50 karyawan/watinya untuk melakukan donor darah.

Kegiatan pengambilan darah berlangsung mulai Pkl.08.00 WIT sampai Pkl.12.00 WIT dan terbuka untuk umum.

Sementara itu salah seorang warga masyarakat Kadir Payapo mengatakan, program kemanusiaan bidang donor darah ini merupakan tindakan nyata yang sangat tepat ketika terjadi bencana alam, seperti banjir bandang, letusan gunung api Merapi dan Tsunami melanda Persada Indonesia.

"Kita patut mendukung program itu dengan melakukan kegiatan donor darah guna membantu para korban bencana alam yang sangat membutuhkan bantuan darah. Setetes darah akan memperpanjang usia hidup saudara-saudara kita yang menjadi korban bencana alam dan yang kini sedang dirawat intensif di berbagai Rumah Sakit," katanya.

Dia berharap, perusahaan-perusahaan lainnya pun dapat mengikuti langkah kemanusiaan yang sudah diretas PTFI sebagai bukti tanggungjawab perusahaan bagi masyarakat atau Corporate Social Responsibility (CSR).

Begitu pula, di dalam situasi bencana alam seperti ini, apabila kita tidak memiliki uang atau bahan makanan untuk disumbangkan kepada para korban bencana alam maka kita sendiri pun

dapat menyumbangkan darah melalui kegiatan donor darah yang diprakarsai PT Freeport yang bekerjasama dengan PMI Kota Jayapura dan Hotel Aston Jayapura.

Kegiatan donor darah yang diprakarsai PTFI ini tidak hanya berlangsung di Jayapura tetapi serentak pula dilakukan di Jakarta, Timika dan Tembagapura, Kabupaten Mimika.



ONLINE

Freeport Gelar Malam Renungan AIDS Nusantara

PT Freeport Indonesia (PTFI) menggelar kegiatan Malam Renungan AIDS Nusantara 2010 bertemakan "Many Lights to Human Rights" yang berlangsung pada 24-30 Mei di beberapa lokasi dalam wilayah Kabupaten Mimika, Papua.

Siaran pers PTFI yang diterima ANTARA di Jayapura, Rabu menjelaskan bahwa kasus-kasus diskriminasi muncul di hampir seluruh wilayah Indonesia serta dari berbagai kalangan, termasuk pekerja kesehatan.

Salah satu penyebab diskriminasi terhadap ODHA adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pola penyakit dan penularan HIV.

Selama ini masih banyak yang beranggapan bahwa HIV/AIDS bisa menular dengan mudah sehingga untuk memerangi stigma dan diskriminasi terhadap ODHA, maka PT Freeport Indonesia lewat Departemen Public Health dan Malaria Control serta Relawan AIDS Freeport menyelenggarakan kegiatan untuk memerangi stigma dan perlakuan diskriminasi bagi ODHA.

Secara khusus kegiatan anti stigma dan diskriminasi dilakukan lewat Talk Show anti Stigma dan Diskriminasi, FGD, pendistribusian media informasi, serta olahraga dan kreasi.

Anti Stigma dan Diskriminasi terhadap ODHA ini memiliki tujuan, yaitu menyediakan informasi secara menarik kepada kalangan masyarakat dan secara khusus bagi karyawan PT Freeport Indonesia tentang penyakit HIV/AIDS; menginformasikan secara hidup lewat gerak tentang penekanan anti stigma dan diskriminasi terhadap ODHA.

Selain itu, menginformasikan secara hidup lewat gerak dan percakapan tentang keadaan yang masih terjadi sehubungan dengan stigma dan diskriminasi terhadap ODHA.

Melibatkan karyawan PT Freeport Indonesia dan secara khusus karyawan PHMC Departemen dan Relawan AIDS Freeport untuk melihat secara langsung keadaan yang terjadi di Mimika sehubungan dengan perlakuan masyarakat terhadap ODHA.

Tujuan lain adalah membawa pengertian masyarakat lewat Talk Show, Focus Group Discussion dan dialog serta olahraga dan kreasi untuk mengetahui informasi yang benar tentang ODHA dan penyakit HIV/AIDS; menyatakan lewat gerak dan percakapan untuk memerangi stigma dan diskriminasi terhadap ODHA agar dapat mendukung program pencegahan penularan HIV/AIDS. Begitu pula, menginformasikan secara hidup pencegahan penularan HIV/AIDS.

Adapun target pencapaian adalah melalui kegiatan anti stigma dan diskriminasi terhadap ODHA ini, informasi tentang penyakit HIV/AIDS dan penularannya dapat diketahui dengan benar oleh karyawan PT Freeport Indonesia dan khusus bagi karyawan PHMC sebagai Peer Educator dan perpanjangan tangan perusahaan di dalam masyarakat.

Selain itu, karyawan PT Freeport Indonesia dan secara khusus karyawan PHMC dapat mengetahui bahwa ODHA adalah juga manusia yang masih memiliki kesempatan dan hak yang sama untuk hidup sama seperti manusia normal lainnya.

Karyawan PT Freeport Indonesia secara umum dapat mengetahui bahwa ODHA harus didukung sepenuhnya agar ODHA pun dapat mendukung upaya pencegahan dini terhadap penularan HIV/AIDS. Begitu pula, mereka dapat memahami bahwa tidak perlu ada stigma dan diskriminasi terhadap ODHA.

"Karyawan PT Freeport Indonesia secara umum dapat berintegrasi dengan ODHA dan mendukung ODHA untuk melanjutkan kelangsungan hidup. Karyawan PT Freeport Indonesia secara umum berkomitmen untuk bergabung dalam upaya pencegahan HIV/AIDS lewat peran dan profesi mereka masing-masing,?" tulis siaran pers itu.

Sedangkan mengenai kelompok sasaran, dijelaskan bahwa kelompok sasaran dari kegiatan anti stigma dan diskriminasi ini adalah seluruh karyawan PT Freeport Indonesia yang ada di dataran tinggi maupun dataran rendah, beserta keluarganya; dengan juga merangkul masyarakat di Timika dan Mapuru Jaya.

Kegiatan ini juga bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang HIV/AIDS dan anti stigma dan diskriminasi terhadap ODHA bagi karyawan PHMC Departemen. Hal-hal di atas akan dicapai lewat Talk Show, Focus Group Discussion, serta olahraga dan kreasi. Diharapkan kelompok sasaran kemudian dapat membagikan informasi tersebut kepada kerabat dan keluarga mereka atau orang lain.

Kegiatan dilaksanakan oleh Departemen PHMC dan Relawan AIDS Freeport Indonesia pada 24-30 Mei di berbagai lokasi yakni lokalisasi Kilometer X, Timika, Basecamp, Kuala Kencana, dan Tembagapura.

Kegiatan anti stigma dan diskriminasi ini akan diisi dengan acara Talk Show, sesi edukasi atau Focus Group Discussion, pembagian media informasi, donor darah, olahraga dan kreasi yang terkait dengan distribusi informasi tentang HIV/AIDS.

Untuk talkshow, akan dibawakan oleh pembicara yang kami datangkan dari luar. Pembicara pertama adalah ibu Baby Jim Aditya yang merupakan aktivis yang lama bergerak di bidang HIV/AIDS. Beliau akan memberikan sharing dan sesi edukasi terkait dengan HIV/AIDS.

Pembicara lainnya adalah sebuah keluarga yang terdiri dari seorang ayah, ibu dan dua anaknya. Sang suami sudah lama menjadi aktivis HIV/AIDS dan juga mempunyai pengalaman menjadi pembicara. Beliau adalah penderita HIV/AIDS. (KR-LWA/B/JPR1/26/05/2010)

NEWS PHOTO



Menteri Kesehatan Endang Rahayu Sedyaningsih (kiri) berbincang dengan Govert Waramori (tengah) dan Andri Wiguna dari Departemen Kesehatan Masyarakat dan Pengendalian Malaria PT Freeport Indonesia se usai membuka seminar sehari tuberkulosis (TB) dalam rangka memperingati Hari TB Sedunia 2010 di Jakarta, Rabu (24/3).

Menteri Kesehatan Endang Rahayu Sedyaningsih (kiri) berbincang dengan Govert Waramori (tengah) dan Andri Wiguna dari Departemen Kesehatan Masyarakat dan Pengendalian Malaria PT Freeport Indonesia se usai membuka seminar sehari tuberkplosis (TB) dalam rangka memperingati Hari TB Sedunia 2010 di Jakarta, Rabu (24/3).

PT Freeport Peringati Hari Ozon se Dunia

Ratusan Siswa-Siswi SMP Kota Timika, Ikut Long March

TIMIKA – Sebanyak 36 siswa yang berasal dari 18 perwakilan SMP di Timika dan sekitarnya, dikukuhkan sebagai putra-putri alam lestari angkatan V Tahun 2010.

Kegiatan yang berlangsung di Gedung Graha Eme Neme Yaware, Kamis (23/9) tersebut digelar bersamaan dengan peringatan “Hari Ozon se-Dunia Tahun 2010. Dimana puncak perayaan tersebut jatuh pada tanggal 16 September lalu. Namun pelaksanaannya baru diperingati Kamis kemarin karena kendala penyesuaian waktu.

Demikian disampaikan, Superintendent Public Awareness dan Environmental Education Environmental Department PTFI Djemianus Rumainum saat ditemui Radar Timika di sela-sela acara, Kamis (23/9).

Kegiatan tersebut merupakan kerjasama Departemen Lingkungan Hidup PTFI, Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Mimika, Dinas Pendidikan Dasar (Dispendas) dan Forum Komunikasi Guru Pendidikan Lingkungan Hidup (FKGPLH) Kabupaten Mimika dan di sponsori oleh PT United Tractors, Tbk.

Sebelumnya kegiatan diawali menggelarkan kampanye lingkungan (long march) dan acara pembukaan alam lestari ke-5 yang ditandai dengan pengukuhan 36 finalis alam lestari Timika angkatan ke-5 oleh perwakilan dari Dispenda Kabupaten Mimika, Vivi Fitriani berlangsung di Gedung Graha Eme Neme Yaware, mulai pukul 07.00 WIT sampai selesai, Kamis (23/9) kemarin.

Tanggal 16 September telah ditetapkan oleh Badan Umum PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) pada tahun 1994 sebagai Hari Ozon Internasional. Tahun 2010 memakai tema Ozon Protection Unities The World dimulai dengan long march keliling Kota Timika yang diikuti para siswa-siswi 18 SMP Kota Timika dimeriahkan Drum Band SMP Negeri II Timika. Mulai Gedung Eme Neme Yaware, Jalan Bilibis, Jalan Yos Sudarso depan Bank Papua, Jalan Cenderawasih, Budi Utomo dan kembali ke Gedung Eme Neme Yaware. Dengan mengkampanyekan 3R dengan menggunakan sampah-sampah yang dapat digunakan sebagai bahan berguna. 3R adalah singkatan dari Reduce, Reuse dan Recycle. Reuse artinya pakai ulang Reuse artinya pakai dan Recycle berarti daur ulang pengelolaan sampah menjadi barang dapat dipakai.

Selesai Long March keliling Kota Timika dilanjutkan dengan acara pembukaan alam lestari, dibuka dengan doa. Dilanjutkan pemberian sambutan pertama dari Manager-Environmental PTFI Andi Mukhsia, Andi Mukhsia mengatakan hari ini ada tiga acara besar yang digelar yaitu selain memperingati hari ozon, kita memperingati hari ulang tahun alam lestari yang ke-5 dan dengan memperkenalkan siswa-siswa yang telah lulus seleksi masuk alam lestari angkatan ke lima.

“Berlangsungnya kegiatan berkat atas kerja sama baik PTFI, United Tractors, pemerintah dan pihak sekolah yang ada di kota ini. Langkah memperingati hari ozon dan lingkungan sangat penting dalam menjaga lingkungan kita dari zat-zat berbahaya,” ujarnya.

Menurut Andi, memperingati hari ozon penting yang merupakan peringatan Hari Ozon Internasional 2010 diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai momen untuk menegaskan kembali komitmen nasional dalam mendukung upaya perlindungan lapisan ozon. Dari zat-zat perusak

ozon seperti Sektor Air Conditioner (AC), Kulkas, Refrigerasi, Busa, pemadam api dan pelarut kimia yang perlu menjadi perhatian bersama yang ada dengan menggunakannya.

“Peringatan hari ozon kita diingatkan kembali untuk tetap menggunakan alat-alat lebih arif dan ramah lingkungan,” imbuhnya.

Ditambahkan perwakilan United Tractors, Hakim Quis mengingatkan peringatan hari ozon 2010 dan pembukaan alam lestari Timika angkatan ke-5 mengingatkan untuk bersama menjaga lingkungan dari kerusakan lapisan ozon dengan menggunakan peralatan yang ramah akan lingkungan.

“Hari ini kita melihat sampah didaur ulang menjadi barang yang berguna dengan menggunakan system 3R. Angkatan kelima alam lestari merupakan para siswa yang telah lulus seleksi baik itu pengetahuan lingkungan, bahasa dan mereka inilah akan digunakan untuk mengkampanyekan lingkungan,” ujar Quis.

Lanjutnya tahun 2010 merupakan tahun kelima alam lestari dengan merekrut siswa-siswi yang masuk alam lestari angkatan ke-5, tahun ini antusias dari sekolah maupun para siswa cukup tinggi dalam mensukseskan kegiatan alam lestari. Langkah menjaga ozon seluruh pihak diharapkan dapat berpartisipasi aktif melaksanakan kegiatan peningkatan kesadaran dan penyebarluasan informasi dalam rangka peringatan Hari Ozon Internasional 2010.

Peringatan hari ozon 2010 dan pembukaan alam lestari angkatan ke-5, dimeriahkan tarian, solo, spontanitas dari anak-anak angkatan satu sampai dan dancer Timika. Dihadiri oleh perwakilan dari PTFI, United Tractors, FKGPLH, para guru, beberapa staf Dinas Kebersihan, Pertamanan dan Tata Kota Kabupaten Mimika. **(ave/spy)**

Food Security Papua Village Places Food Hopes in Sago

By Markus Makur, The Jakarta Post/ Timika

A sago planting program will ensure that the Kamoro people of Nayaro village, Mimika, Papua, can eat for the next ten years, a local leader says.

PT Freeport Indonesia, the Catholic Diocese of Timika and Manokwari's Papua State University (Unipa) launched the program in 1998 to guarantee the community's food security.

The program involved the cultivation of 8,520 prime sago tree seedlings between 2008 and 2009.

"Thanks to program, we are confident that the people of Nayaro will not suffer from food shortages in the future," Timika diocese chief Monsignor John Philip Saklil Pr. Said recently.

Saklis said superior sago seedlings had been imported from Sentani, Jayapura, and planted on a 85 hectares of a 124-hectare farm that was collectively owned by 141 Nayaro village families. Each family received a plot of 60 sago trees.

Planting was completed in May 2009 and residents have since tended to the trees, which could be harvested after eight to 10 years.

"I hope PT Freeport's Social and Local Outreach Development department will help the people in Nayaro to care for the sago trees so they can be harvested," Saklil said.

Some of the trees now top 4 meters. Mature sago trees can yield up to 1.5 tons of flour.

"If a single tree could yield up to 1.5 ton of flour, then it could provide food to many people," Saklil said.

"The food crisis could be overcome in the future," he added.

Nayaro village's sago trees are a pilot project for the other villages along the southern coast of Mimika, he said, adding that residents were taught how to make sago flour into cakes, noodles and meatballs.

Unipa rector Yan Pieter Karafir said the province has 1.2 million hectares of sago plantation, 90 percent of the national total.

BERITA FOTO



Workshop – Peter Van Rooij Officer In Charge ILO Jakarta (kiri) berbincang dengan I Gusti Made Arka Dirjan Pengawasan Norma Tenaga Kerja Depnakertrans dan Kerry Yarangga Pimpinan Departemen Public Health dan Malaria Control PT Freeport Indonesia Usai pembukaan Workshop di Jakarta kemarin. PT Freeport Indonesia ikut berpartisipasi dalam workshop perlindungan Sosial dan Kesehatan Bagi Pekerja-Integrasi Pencegahan dan Pengobatan TB/HIV di tempat kerja.

PT Freeport Hijaukan Sekitar Danau Sentani

Sentani, TimeX – PT Freeport Indonesia melakukan program penghijauan areal sekitar Danau Sentani di Kabupaten Jayapura, Papua, sebagai bentuk dukungan terhadap penyelenggaraan Festival Danau Sentani (FDS) III tahun 2010.

Acara penanaman pohon secara simbolis berlangsung setelah pembukaan FDS ke-III bertempat di Pantai Wisata Kalkhote, tepi Danau Sentani Jayapura, Sabtu.

Penanaman pohon secara simbolis dilakukan oleh Inspektur Jenderal Departemen Pariwisata dan Kebudayaan Surya Yoga, Anggota Komisi X DPR RI Ny Hj Otje Djunjuran, Bupati Kabupaten Jayapura Melkias Habel Suwae, Direktur Pemasaran Perum LKBN ANTARA Ruly, dan Putri Pariwisata Indonesia 2009 Andara Raini Ayudini.

Humas PT Freeport Indonesia dalam rilisnya yang diterima ANTARA di Jayapura, Sabtu, menyebutkan, kegiatan penghijauan di sekitar Danau Sentani merupakan bagian dari penyelenggaraan kegiatan FDS bekerja sama dengan Pemkab Jayapura.

Dalam rangka itu, Freeport menyediakan 2.800 bibit pohon terdiri dari 1.600 bibit pohon sagu, 400 bibit pohon trambesi, 400 bibit pohon angšana dan 400 bibit pohon rambutan.

Kegiatan penanaman pohon ini merupakan bagian dari komitmen PT Freeport Indonesia terhadap pengelolaan lingkungan, baik di dalam maupun di luar wilayah kerja perusahaan, demikian Humas Freeport.

Selain program penghijauan di kawasan sekitar Danau Sentani Jayapura, dalam rangka memperingati Hari Lingkungan Hidup Sedunia tahun ini perusahaan itu juga menyelenggarakan program pendidikan lingkungan hidup bagi para pelajar di Timika serta program Wali Pohon bekerja sama dengan kelompok Pendaki Wanadri.

Melalui kerja sama dengan kelompok Pendaki Wanadri itu, Freeport mengadopsi 2.300 pohon untuk ditanam di kawasan konservasi Masigit Kareumbi Provinsi Jawa Barat.

Sebelumnya, pada Jumat (11/6) lalu perwakilan PT Freeport bersama seluruh PNS di lingkungan Pemkab Jayapura juga menggelar acara penanaman pohon di arena FDS, kawasan Pantai Wisata Kalkhote, Sentani Timur, Kabupaten Jayapura.

Bupati Jayapura Habel Melkias Suwae menyampaikan rasa terima kasih kepada PT Freeport Indonesia yang ikut berpartisipasi pada pelaksanaan FDS dengan melakukan penanaman pohon di sepanjang jalan masuk dan di kawasan Pantai Wisata Kalkhote.

“Dengan ditetapkannya Kalkhote sebagai tempat pelaksanaan FDS setiap tahun semua pihak berkewajiban melakukan penghijauan di kawasan tersebut agar lebih asri. Kedepan tempat ini selain untuk kegiatan festival dan kegiatan kesenian, juga sebagai tempat menuju Danau Sentani,” kata Habel. (ant)

BERITA FOTO



Award PT FI

Corporate Social Responsibility Officer PT Freeport Indonesia (PT FI) Riza Pratama (kanan) menerima penghargaan dari Deputy Setwapres Bidang Kesra Bambang Widianto saat gelar karya pemberdayaan masyarakat, ekspo, dan award 2010 di Jakarta, Kamis (21/10). PT FI mendapat gold and platinum award dalam kegiatan CSR tentang perubahan perilaku penanggulangan HIV & AIDS, air bersih, dan sanitasi.

Award PT FI – Corporate Social Responsibility PT Freeport Indonesia (PT FI) Riza Pratama (kanan) menerima penghargaan dari Deputy Setwapres Bidang Kesra Bambang Widianto saat gelar karya pemberdayaan masyarakat, ekspo, dan award 2010 di Jakarta, Kamis (21/10). PT FI mendapat gold and platinum award dalam kegiatan CSR tentang perubahan perilaku penanggulangan HIV & AIDS, air bersih, dan sanitasi.

Dubes Vatikan Akan Tanam Pohon di Arena FDS

PTFI Sediakan Sekitar 2000 Bibit Pohon yang Akan Ditanam

JAYAPURA - Duta Besar (Dubes) Vatikan untuk Indonesia, Mgr Leopoldo Girelli bersama para pemuka agama Kristen, Katolik, Islam, Hindu dan Budha menurut rencana menanam anakan pohon simbol "Kerukunan Beragama" di arena Festival Danau Sentani (FDS), kawasan wisata Kalkote, Sentani Timur, Kabupaten Jayapura, Papua pada Minggu (13/6) nanti.

"Anakan pohon ini merupakan sumbangan dari PT Freeport Indonesia sebagai bagian dari program Peduli Freeport pada pelestarian lingkungan hidup demi masa depan Papua," kata Bupati Jayapura, Habel Melkias Suwae, S.Sos.MM seperti dikutip dari kantor berita ANTARA di Jayapura, Rabu (9/6).

PTFI sendiri sangat mendukung dalam bentuk program penghijauan kawasan di sekitar Danau Sentani dengan menyediakan bibit pohon yang akan ditanam.

Bupati Habel mengatakan, walaupun pesta budaya akbar tahunan Festival Danau Sentani bertemakan "Loving Culture For Our Future" baru akan digelar pada 19-23 Juni namun seminggu sebelum perhelatan budaya itu, masyarakat Kabupaten Jayapura sudah disibukkan dengan berbagai atraksi seni budaya dan kunjungan tamu negara, wisatawan mancanegara (Wisman) dan wisatawan Nusantara (Wisnu).

Dubes Vatikan Mgr Leopoldo Girelli, lanjut Bupati Habel datang ke Papua dalam rangka kunjungan kegembalaan atau lawatan Pastoral kepada umat Katolik di wilayah ini khususnya melakukan temu rohani dengan para pastor di wilayah Keuskupan Jayapura dan Keuskupan Agung Merauke yang dimulai pada 11 Juni dan berakhir pada 20 Juni 2010.

Selama kunjungan pastoralnya di Keuskupan Jayapura, Dubes Vatikan lebih banyak menghabiskan waktunya di Sentani, ibukota Kabupaten Jayapura sehingga sebagai tuan rumah yang baik, tentu saja kedatangan pejabat Negara Vatikan ini tidak dibiarkan berlalu begitu saja sehingga Pemerintah Kabupaten Jayapura berencana menjamu Dubes Vatikan bersama para pemuka agama di Tanah Papua.

"Dubes Vatikan pun sangat ingin melihat langsung persiapan pesta budaya FDS sehingga beliau berkenan datang ke arena FDS di kawasan Kalkote untuk menyaksikan berbagai atraksi seni-budaya Papua dan budaya Nusantara. Pada kesempatan inilah, Pemkab Jayapura bekerjasama dengan PTFI dan Keuskupan Jayapura memprakarsai acara penanaman pohon simbol kerukunan antarumat beragama. Usai menanam pohon, Dubes dan rombongan menumpang kapal pesiar mengitari Danau Sentani," katanya.

Setelah mengitari Danau Sentani menikmati keindahan panorama danau dan mengunjungi kampung-kampung wisata, Dubes Vatikan akan bertandang di Rumah Makan "Dapur Papua" dan pada kesempatan inilah, Pemkab Jayapura menjamu santap malam bersama Dubes Vatikan dan para pemuka agama.

Menurut rencana, pada kesempatan FDS ini, PTFI menyumbangkan sedikitnya 2.500 anakan pohon antara lain pohon sagu, trumbesi dan anakan pohon linggua. PTFI juga menyediakan sekitar 400 buah baju kaos untuk dibagi-bagikan kepada masyarakat yang hadir pada acara penanaman anakan pohon itu dan umbul-umbul untuk menyemarakkan kunjungan Duta Besar Vatikan Mgr Leopoldo Girelli pada Minggu (13/6) dan puncak FDS pada 19-23 Juni mendatang.

Selain Dubes Vatikan, Semua Pegawai Negeri Sipil (PNS) di lingkungan Pemerintahan Kabupaten Jayapura, Papua bersama PT Freeport Indonesia (PTFI) dan masyarakat pada Jumat (11/6) nanti akan bergotong royong melakukan penanaman anakan pohon di arena Festival Danau Sentani (FDS), Kawasan Wisata Kalkote, Sentani Timur, Jayapura.

Pada tahun 2009 lalu, PTFI bersama Pemkab Jayapura menggelar kegiatan tanam seribu pohon di areal depan Kantor Bupati Jayapura dan hingga kini tanaman pohon itu bertumbuh subur.

Bupati Habel Suwae mengakui kalau kegiatan Jumat Bersih tingkat Kabupaten Jayapura pada Jumat (11/6) nanti dipusatkan di arena FDS dengan penanaman pohon tersebut oleh para PNS.

Sementara itu, Kepala Perwakilan PTFI Jayapura, Anthon Raharusun mengakui kalau Pemkab Jayapura sudah memprogramkan kegiatan Jumat Bersih pada Jumat (11/6) nanti dengan menanam anakan pohon berbagai jenis di arena FDS Kawasan Wisata Kalkote, Sentani Timur.

"Ratusan PNS dan PTFI akan bergandengan tangan dengan warga masyarakat Jayapura melakukan penanaman anakan pohon sagu, trumbesi dan linggua di arena FDS. Kegiatan ini juga merupakan realisasi program Freeport Peduli lingkungan," katanya.

Dia mengakui kalau pihaknya sudah menyediakan 1.600 anakan pohon sagu, 400 anakan trumbesi dan 400 anakan pohon linggua. (luc)
