



## SIARAN PERS

### **IABC Indonesia Conference and Awards 2024: Trends 2025: Purposeful Impact**

*International Association of Business Communicators (IABC) Indonesia menyelenggarakan konferensi ketiga yang berfokus pada Dampak Sosial, Etika, Teknologi dan Tren di 2025.*

**Jakarta, 13 Desember 2024** – Konferensi International Association of Business Communicators Indonesia 2024 mengeksplorasi tren dan arah strategi komunikasi di Indonesia. Dinamika dunia bisnis yang terus berubah dan tren yang berkembang membutuhkan strategi yang mampu menumbuhkan kepercayaan, membangun kredibilitas, dan memberikan dampak yang berarti, sambil menyelaraskan tindakan perusahaan dengan nilai-nilai sosial.

Konferensi yang bertema “**PR Trends 2025: Purposeful Impact**” mengeksplorasi tren terbaru komunikasi dan public relations yang semakin fokus pada dampak sosial dan etika. Acara ini mempertemukan praktisi PR, profesional komunikasi, serta pemimpin bisnis untuk berbagi wawasan dan strategi komunikasi yang membangun kepercayaan, transparansi, dan kredibilitas dalam berinteraksi dengan publik.

**President IABC Indonesia, Elvera N. Makki**, menyatakan, “Kami menentukan tren komunikasi 2025, yaitu Purposeful Impact. Dampak yang berorientasi pada tujuan dalam komunikasi melampaui sekadar menyampaikan informasi. Setiap profesional di bidang komunikasi harus dapat membangun kepercayaan, menginspirasi tindakan, dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan pemangku kepentingannya. Teknologi memiliki peranan penting di tahun 2025 dalam cara kita berkomunikasi dan berinovasi, untuk itu kemajuan teknologi dan literasi digital mencari fokus kami di IABC. Sebagai komunikator, peran kita adalah juga menyampaikan tujuan yang jelas dan relevan, yang sejalan dengan nilai-nilai organisasi serta para pemangku kepentingannya. Dengan strategi komunikasi yang inklusif, transparan, dan empatik, kita dapat memastikan bahwa setiap pesan tidak hanya menyentuh hati, tetapi juga mendorong perubahan bermakna untuk mencapai visi bersama.”

International Association of Business Communicators (IABC) – Indonesia Chapter IABC merupakan asosiasi non-profit bagi para praktisi dan profesional komunikasi, termasuk Public Relations, Corporate Affairs, Business Communicators, Corporate Social Responsibility/Sustainability, dan Government Relations untuk menyatukan disiplin profesi berskala global, serta saling berbagi praktik inovatif terbaik melalui pengalaman, berjejaring, dan edukasi. Sedangkan induk dari IABC Indonesia yaitu IABC, yang berkantor pusat di Chicago, negara bagian Illinois, Amerika Serikat, telah berdiri lebih dari setengah abad yang lalu. Sebagai komunitas terbesar di dunia dalam bidang PR dan komunikasi, keanggotaan IABC meliputi lebih dari 40 negara termasuk Indonesia dan memiliki lebih dari 5.000 anggota. Untuk informasi lebih lengkap, kunjungi [iabc.com](http://iabc.com), [iabcapac.com](http://iabcapac.com), dan [iabcindonesia.com](http://iabcindonesia.com).

IABC Indonesia Conference menghadirkan 3 pembicara kunci dan 3 sesi panel dengan narasumber yang kredibel, termasuk pakar PR dari luar negeri, sehingga memberikan wawasan baru dan peluang berjejaring dengan nilai tambah berskala internasional bagi para peserta.

Konferensi IABC Indonesia dibuka dengan pembicara kunci pertama **Kepala Kantor Komunikasi Kepresidenan Hasan Nasbi**, yang mengatakan bahwa komunikasi yang dibutuhkan saat ini adalah komunikasi persuasif, bukan propagandis dan provokatif. “Saya berharap IABC menjadi bagian dari kampanye besar pemerintah untuk menuju Indonesia Emas 2045, yang terlibat aktif dalam yang saya sebut tadi, komunikasi persuasif bukan propagandis dan provokatif. Yang kemudian menyebabkan kita bangun tidur merasa harus cari satu dua musuh, untuk dibully, untuk dikerjain, untuk dimaki-maki. Dan saya percaya (IABC Indonesia - Red) sekarang anggotanya 900 tapi mungkin nanti akan tumbuh jauh lebih besar lagi, para profesional, para business communicator, mungkin para akademisi di bidang komunikasi yang terlibat aktif disini, tidak hanya kemudian berjuang untuk sektor masing-masing, tetapi juga berpikir dalam rangka kemajuan Negara Republik Indonesia”.

Pemaparan sesi panel 1 yang mengangkat topik “*Beyond Traditional Communications Through AI-Driven Engagement*”, menghadirkan **Tyo Guritno, CEO & Co-Founder of Inspigo**, memberikan pemaparan bahwa CEO & Co-Founder Inspigo menjelaskan bahwa salah satu peran AI dalam Public Relations adalah membantu manajemen krisis media. Inspigo, sebagai platform pembelajaran berbasis AI canggih yang dirancang untuk para profesional, memiliki misi untuk menjadikan pembelajaran lebih mudah diakses, menarik, dan berdampak, sehingga dapat meningkatkan kinerja di tempat kerja. Dalam manajemen krisis media, AI dapat digunakan untuk menyusun respons perusahaan terhadap suatu insiden, sekaligus menjaga citra positif perusahaan dan mengelola pertanyaan kritis dari jurnalis secara efektif. AI tidak hadir untuk menggantikan sentuhan manusia dalam berkomunikasi, tetapi AI hadir untuk memperkuatnya, sehingga kita dapat belajar, tumbuh, dan memberikan kinerja terbaik.

Panelis lainnya **Ferro Ferizka, Executive Director Pijar Foundation** dalam pemaparannya menuangkan pendapatnya. “Komunikasi adalah hubungan yang sangat personal antara brand dengan audience nya. AI memungkinkan komunikasi yang tailored sesuai data & profil audience. Melipatgandakan dampak dari strategi para profesional di bidang komunikasi” ujar Ferro Ferizka.

Melalui pemaparan yang dilakukan secara online, **Distinguished Advisor IABC Indonesia Chapter Adrian Cropley** berbagi tentang bagaimana AI mengubah cara perusahaan berkomunikasi secara internal dan eksternal, mengoptimalkan penggunaan kecerdasan

buatan untuk memperkuat keterampilan para praktisi Public Relations, serta etika dan tata kelola dalam Public Relations.

**Country Community Manager for Canva Jihan Aryani**, menyampaikan bagaimana mengoptimalkan pengalaman pengguna dengan AI menggunakan fitur Rangkaian Studio Ajaib untuk membuat desain dengan cepat dan mudah. Canva memiliki fitur seperti Magic Design dan Magic Write, yang dapat menghasilkan desain profesional tanpa perlu keterampilan desain khusus. Sejalan dengan misi Canva untuk "empower the world to design" platform ini bertujuan agar setiap individu mampu menciptakan apa saja, menggunakan berbagai sumber daya, dalam semua bahasa, dan melalui berbagai perangkat.

Dalam sesi panel 2 *"Trust in Transparency & Ethics: Authenticity Matters"*, **Dr. (H.C.) Prita Kemal Gani, MBA, MCIPR, APR, FIPR, Founder dan CEO, LSPR Institute of Communication & Business** menyampaikan bahwa dalam membangun reputasi, korporat membutuhkan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai yang diperjuangkan perusahaan. Seperti halnya London School of Public Relations (LSPR), yang memprioritaskan peran CEO, manajemen, staf, lulusan, alumni, serta para siswa. LSPR fokus pada prinsip, nilai, kualitas, fasilitas, layanan, dan inovasi. LSPR mengedepankan Sustainable Development Goal 3 (Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan), SDG 4 (Pendidikan Bermutu), SDG 5 (Kesetaraan Gender), SDG 10 (Mengurangi Ketimpangan), SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggungjawab), SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim), dan SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan).

**EVP Corporate Communication and Social Responsibility, BCA, Hera F. Haryn** menyampaikan perspektif BCA dalam konteks *"Trust in Transparency and Ethics Authenticity Matters."* Kata Hera, "To build a purposeful reputation is a marathon race. Lace up, run on and mark yours!" Sebagai industri yang regulasinya ketat, BCA menghadapi berbagai tantangan, termasuk batasan dalam metode komunikasi. Oleh karena itu, diperlukan kreativitas untuk menyampaikan pesan secara efektif. Budaya perusahaan yang kuat, dengan penekanan pada integritas, berperan penting dalam membangun kepercayaan di antara karyawan dan pemangku kepentingan. Perilaku etis memperkuat keandalan dan tanggung jawab, aspek yang sangat penting dalam menjalin hubungan yang kuat dan saling percaya. Selain itu, keaslian menjadi kunci bagi merek untuk menonjol dengan membangun kepercayaan dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Selain Prita Kemal Gani dan Hera Haryn, **Anggota Dewan Pengarah Badan Riset dan Inovasi Nasional Tri Mumpuni** turut menyumbangkan pemikirannya. Kata Tri Mumpuni, "Dewan Pengarah BRIN memiliki tanggung jawab strategis untuk mengarahkan riset dan inovasi nasional ke arah yang relevan dan berdampak besar. Dengan menerapkan transparansi, etika dan otentisitas, BRIN dapat membangun kepercayaan publik, memperkuat

kolaborasi dan menciptakan hasil riset yang berkelanjutan dan bermanfaat untuk kemajuan bangsa.”

Panelis **Pakar Komunikasi dan Inklusivitas Angkie Yudistia**, dalam sesi 3 “*Sustainable Speaks: Communications Strategies Amidst Socially Conscious Audiences*” berbagi tentang strategi dalam mengomunikasikan keberlanjutan terhadap inklusivitas yang dapat membantu kesejahteraan dan perekonomian di Indonesia. Secara aktif, upaya pengembangan model pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif diwujudkan melalui berbagai program intervensi. Pelaksanaannya didasarkan pada acuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas.

Corporate **Communications Director Danone Indonesia Arif Mujahidin**, **Manager CSR dan SMEPP PT Kilang Pertamina Internasional Edward Manaor Siahaan** dan General Manager Corporate Social Responsibility Telkomsel **Andry Priyo Santoso** menjadi panelis di dalam sesi ketiga ini.

**Corporate Communications Director, Danone Indonesia, Arif Mujahidin**, menyampaikan dalam sesi Panel 3 bahwa Danone memiliki misi membawa kesehatan melalui makanan dan kepada sebanyak mungkin orang. Danone Indonesia yang beroperasi di 24 pabrik di seluruh Indonesia mendukung nutrisi dan hidrasi konsumen di Indonesia. Danone Indonesia berkomitmen untuk terus berinovasi menyediakan produk berkualitas dan sehat berbasis penelitian dan otoritas terkemuka. Sebagai aksi keberlanjutannya, Danone Indonesia mengurangi emisi karbon sebesar 8.300 ton dan mengurangi jejak karbon yang dihasilkan hingga 32%. Melalui #BijakBerplastik, AQUA memelopori program daur ulang pertama dengan “AQUA Peduli”.

Pada sesi panel 3, **Edward Manaor Siahaan, Manager CSR & SMEPP PT Kilang Pertamina Internasional** menyampaikan bahwa salah satu wujud komunikasi keberlanjutan dari PT Kilang Pertamina Internasional adalah penerbitan buku ISBN berjudul “*Menciptakan Kemandirian untuk Tumbuh Bersama*”, yang menginformasikan kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaan. Dalam strategi komunikasi keberlanjutan, komunikasi ESG menjadi elemen yang semakin penting bagi keberhasilan bisnis, termasuk untuk Kilang Pertamina Internasional. Program Desa Energi Berdikari merupakan wujud komitmen Kilang Pertamina Internasional dalam menyediakan akses energi bersih, tidak hanya untuk operasional perusahaan tetapi juga bagi masyarakat. Program ini mendukung upaya global mencapai Net Zero Emission 2060 melalui pengembangan berkelanjutan dan pemanfaatan Energi Baru Terbarukan, dengan mengedepankan SDG 7 (Energi Bersih dan Terjangkau) serta SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim).

Membahas mengenai strategi komunikasi berbasis inklusi sosial sebagai pilar keberlanjutan, **VP Corporate Communications and Social Responsibility Telkomsel, Saki H. Bramono**, yang diwakili oleh GM Corporate Social Responsibility Telkomsel, **Andry P. Santoso**, mengatakan, “Dalam era di mana kesadaran sosial, lingkungan, dan tata kelola usaha

semakin menjadi perhatian utama masyarakat, komunikasi keberlanjutan yang otentik dan berbasis nilai menjadi sangat penting. Sebagai salah satu pilar utama komunikasi Telkom Indonesia kepada publiknya, keberlanjutan telah menjadi bagian dari komitmen penciptaan dampak positif atas proses bisnis perusahaan yang mengedepankan prinsip ESG. Ke depan, kami akan terus menghadirkan inspirasi dan memberdayakan bangsa melalui pemanfaatan teknologi terkini untuk mendukung pembangunan sosial, pelestarian lingkungan, dan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan, seiring dengan perubahan harapan publik terhadap bisnis yang lebih bertanggung jawab dan inklusif."

Selain menyelenggarakan konferensi, IABC Indonesia juga menggelar IABC Indonesia Awards yang diikuti oleh berbagai perusahaan untuk meraih penghargaan *Impactful Communication Awards* dan *Impactful Public Relation Awards*.

**Menteri Komunikasi dan Digital, Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, Meutya Vidia Hafid** menyampaikan pidato kunci yang mengapresiasi atas terselenggaranya IABC Indonesia Awards 2024 yang diselenggarakan oleh International Association of Business Communicators Indonesia Chapter. "Acara ini merupakan bukti nyata dari semangat kolaborasi dan juga inovasi yang terus berkembang di dunia komunikasi. Di era yang semakin terkoneksi ini, komunikasi yang efektif dan juga literasi digital yang baik adalah jembatan untuk menciptakan masyarakat yang cerdas, kritis, dan siap menghadapi tantangan global. Dengan literasi digital yang kuat, kita bukan hanya menghadapi tantangan, tapi juga menciptakan peluang baru untuk perkembangan ekonomi, pendidikan, dan sosial. Ini adalah pondasi untuk menghadapi masa depan, dimana teknologi dan komunikasi akan semakin saling terhubung. Oleh karena itu, kementerian komunikasi dan digital berkomitmen untuk terus meningkatkan program edukasi literasi digital bagi seluruh elemen masyarakat, untuk menciptakan generasi yang mampu memilah informasi yang valid, menangkal hoax, dan juga menggunakan teknologi untuk menciptakan solusi yang bermanfaat untuk masyarakat."

**Wakil Gubernur Jawa Timur periode 2019-2024, Emil Elestianto Dardak** dalam pidato kunci pada IABC Indonesia Awards 2024 mengatakan, "Di perpolitikan Indonesia, yang berdasarkan pemilihan langsung, termasuk pemilihan presiden, pola-polanya turut berubah, yaitu pola komunikasi, partisipasi publik di dalam politik, serta kebutuhan dan kesadaran sektor publik terhadap komunikasi juga semakin meningkat."

Lanjutnya, "Dengan demikian, tren yang dirancang IABC dengan purposeful dan impactful communication, benar-benar harus dijalankan, bahwa a good campaign itu memang bukan hanya *focusing on one single activity*, tapi *series of activities* yang tujuannya harus jelas. Dengan demikian, memberikan dampak optimal bagi pemangku kepentingannya, dalam hal ini masyarakat luas."

Para peraih anugerah **Awards of Merit** dalam kategori **Impactful Communications Awards** adalah Yayasan Pijar Masa Depan, PT PLN (Persero), PT Pertamina Hulu, dan PT Vale



Indonesia Tbk.

aSedangkan para peraih penghargaan **Awards of Merit** kategori **Impactful Public Relations Awards**, adalah PT Pertamina Hulu Indonesia, PT Pertamina (Persero), Sumbawa Timur Mining, PT PLN (Persero), VMCS Advisory Indonesia, PT Bank Central Asia Tbk, Flashback Motion, PT PLN Energi Primer Indonesia, dan Kandi Imaji (PT Srikandi Imaji Lintaskreasi).

Penghargaan **Awards of Excellence** kategori **Impactful Communications Awards** diraih oleh Wartsila, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Prov. Kal-Ut, PT PLN (Persero) Bapak Darmawan Prasodjo, Biro Kerjasama dan Hubungan Masyarakat Kemendikbudristek, PT GLOSKIN, dan Yayasan Filantra.

Peraih **Award of Excellence** kategori **Impactful Public Relations Awards** adalah PT Bank Central Asia Tbk, PT Pertamina Hulu Indonesia, dan PT PLN (Persero).

Penerima penghargaan **Top 10 IABC Awards 2024** adalah Sumbawa Timur Mining, PT Pertamina Hulu Indonesia, Yayasan Pendidikan Investasi Muda Indonesia, Great Giant Foods, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Prov. Kal-Ut, PT PLN (Persero) Bapak Gregorius Adi Trianto, PT PLN (Persero), dan Yayasan Pijar Masa Depan.

Kontak Media:

Malvin & Nadia

Email: [Malvin.adrianus@iabcindonesia.com](mailto:Malvin.adrianus@iabcindonesia.com) dan [info@iabcindonesia.com](mailto:info@iabcindonesia.com)

No WA: 085156337189 (Malvin) & 081280005712 (Nadia)