

DEWAN PERWAKILAN DAERAH

SEKRETARIAT JENDERAL

-----------

NOTULEN KEGIATAN

RAPAT PIMPINAN DPD RI

----------

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | H a r i | : | Jumat |
|  | Tanggal | : | 22 Agustus 2025 |
|  | Waktu | : | 10.00 WIB - Selesai |
|  | Tempat | : | Ruang Panmus Lt.8 Gd. Nusantara 3 DPD RI |
|  | Pimpinan | : | Ketua DPD RI |
| 1. Sekre | Sekretaris | : | Irwanto, S.STP., M.M. |

DPD RI

2025

1. Pertemuan dibuka pukul 10.00 WIB.
2. Pembukaan Rapat
   1. Rapat dibuka untuk membahas persiapan kegiatan dalam rangka memperingati HUT DPD RI ke-21
   2. Dihadiri oleh Pimpinan DPD RI dan tim Event Organizer (EO) untuk presentasi konsep kegiatan
3. Strategi Digital dan Influencer Marketing
   1. Melibatkan key influencer yang relevan dengan Gen Z untuk engagement yang maksimal
   2. Target influencer yang akan diajak kerjasama:
      * 1. Jerome Polin
        2. Rian Fahdi
        3. Tokoh-tokoh yang dikenal sebagai "Presiden Gen Z" di kalangan netizen
   3. Kerjasama publikasi dengan platform transportasi publik (MRT dan Transjakarta) untuk sosialisasi dan promosi
   4. Strategi amplifikasi dari pre-event hingga pasca event melalui berbagai platform media sosial
   5. Sistem pendaftaran online dengan syarat-syarat yang akan ditentukan dalam follow up
4. Konsep Lomba Video Gen Z
   1. Kriteria penilaian kombinasi antara jumlah likes dan kualitas video oleh panel juri
   2. Antisipasi terhadap video berkualitas rendah namun banyak likes dengan penilaian panel yang objektif
   3. Operasional di semua lini melibatkan influencer dan EO
   4. Konten akan dibagikan di YouTube sebagai bagian dari strategi digital
   5. Struktur hadiah: Juara 1, Juara 2, Juara 3, plus penghargaan favorit dan sertifikat untuk semua peserta
   6. Pemberian sertifikat dimaksudkan agar peserta melakukan sharing organik di media sosial mereka
5. Konsep Lomba Foto dan Video
   1. Tahap sosialisasi berjalan bersamaan dengan lomba video Gen Z
   2. Format dan kriteria serupa dengan lomba video Gen Z
   3. Mekanisme penilaian gabungan antara voting publik dan panel juri
6. Program Duta DPD - Konsep Jangka Panjang

Visi Besar Program:

* 1. Terinspirasi dari konsep Putri Indonesia, Miss World, atau Miss Universe
  2. Tujuan memperkenalkan DPD kepada masyarakat luas melalui kompetisi bergengsi
  3. Konsep kompetisi berjenjang dari tingkat kabupaten/kota → provinsi → nasional
  4. Target jangka panjang: melibatkan 450 kabupaten/kota dan 38 provinsi
  5. Durasi ideal: 6 bulan proses seleksi dengan puncak acara bergengsi

Mekanisme Ideal (Konsep Jangka Panjang):

* + Seleksi bertahap dimulai dari tingkat kabupaten/kota (10 besar ke provinsi)
  + Dari provinsi naik ke tingkat nasional
  + Malam puncak dengan format seperti Putri Indonesia
  + Blocking time TV nasional untuk maksimalkan exposure
  + Pemenang dari 38 provinsi menjadi duta DPD dengan selempang resmi
  + Melibatkan mereka dalam setiap aktivitas DPD sebagai opinion leader dan influencer DPD

Adaptasi untuk 2025 (Waktu Terbatas):

* + Screening dilakukan dalam 1-2 hari
  + Kurasi melalui video submission online
  + Background check dan koordinasi dengan anggota DPD di daerah untuk validasi peserta
  + Target tahun ini: puluhan sampai ratusan peserta (bukan ribuan)
  + Eskalasi untuk tahun-tahun mendatang bisa mencapai ribuan peserta

1. Senator Run vs DPD Fun Walk

A. Senator Run (Konsep Future):

* + Standar internasional dengan SOP yang ketat
  + Bisa masuk kalender nasional/internasional untuk branding internasional
  + Standar jarak: 10K atau sesuai standar internasional
  + Memerlukan persiapan yang lebih matang dan profesional

B. DPD Fun Walk (Rekomendasi untuk 2025):

* + Konsep jalan santai yang lebih inklusif dan mudah diorganisir
  + Target peserta: 5.000-10.000 orang (pegawai DPD + keluarga + PNS + masyarakat)
  + Kerjasama dengan Pemda DKI untuk mobilisasi PNS
  + Koordinasi dengan Gubernur untuk menghadirkan seluruh PNS
  + Potensi peserta hingga 20.000-30.000 orang jika dilaksanakan saat Car Free Day
  + Mengundang kepala daerah dan gubernur (target: 5 gubernur dan tokoh besar)

C. Strategi Marketing Fun Walk:

* + Pembuatan tiket gratis dalam jumlah besar (50.000 tiket)
  + Distribusi tiket di berbagai rute strategis
  + Hadiah menarik: TV, kulkas, motor, dll untuk pemilik tiket
  + Pengumuman pemenang di panggung utama untuk menarik massa
  + Melibatkan anggota DPD membagikan tiket di pinggir jalan
  + Branding bahwa semua orang yang hadir adalah bagian dari acara DPD

1. Program Senator Peduli
   1. Konsep sederhana namun berdampak
   2. Bisa dilaksanakan di Jakarta atau daerah-daerah per subwil
   3. Fokus pada exposure dan dampak sosial
   4. Usulan tambahan: aksi donor darah kerjasama dengan PMI dan Pemda
   5. Integrasi dengan program penanaman pohon
   6. Melibatkan dokter-dokter muda di daerah
2. DPD Award
   1. Melibatkan anggota DPD untuk menominasikan tokoh-tokoh daerah
   2. Setiap anggota DPD diminta mengusulkan 10 orang dari provinsinya masing-masing
   3. Kriteria: orang berdedikasi untuk daerah, mantan kepala daerah berprestasi, local hero
   4. Anggota DPD senang bisa merekomendasikan tokoh dari daerahnya
   5. Penilaian akhir oleh dewan juri independen
   6. Pemberian piagam dan lencana sebagai apresiasi
   7. Strategi jangka panjang: kapitalisasi untuk tahun berikutnya dengan skala lebih besar
3. Lomba Essay Nasional
   1. Sudah dipastikan akan berjalan
   2. Detail mekanisme akan dibahas dalam follow up
4. Koordinasi dan Sinergi Internal
   1. Pentingnya melibatkan anggota DPD di daerah masing-masing untuk meningkatkan sense of belonging
   2. Koordinasi dengan jadwal persidangan untuk menghindari konflik agenda
   3. Pastikan kehadiran anggota DPD pada event-event wajib, terutama untuk acara puncak
   4. Fokus utama tetap pada anggota DPD sebagai stakeholder utama
5. Branding dan Merchandise
   1. Pembuatan jersey/kaos dengan branding DPD yang komprehensif
   2. Mencantumkan semua rangkaian acara dalam desain kaos
   3. Konsep kaos seperti kaos balap dengan berbagai sponsor dan tagline
   4. Kaos bisa digunakan untuk berbagai event dan dibagikan secara luas
   5. Trademark DPD harus prominent dalam semua merchandise
6. Timeline dan Follow Up
   1. Persiapan segera dimulai dengan koordinasi antar divisi
   2. Meeting lanjutan dijadwalkan minggu depan jika tidak sempat esok hari
   3. Komunikasi intensif dengan Pimpinan DPD untuk update berkala
   4. Koordinasi dengan Karo, Kapus, Inspektur, dan Deputi untuk persiapan
7. Penutup dan Komitmen
   1. Dukungan penuh dari Pimpinan DPD untuk seluruh rangkaian kegiatan
   2. Komitmen untuk memberikan yang terbaik dalam memperingati HUT DPD RI ke-21
   3. Harapan agar kegiatan bermanfaat untuk kemajuan DPD, masyarakat, bangsa, dan negara
   4. Doa penutup dan komitmen melanjutkan diskusi dan koordinasi
8. Catatan Penting:

* Beberapa konsep besar seperti Senator Run dan Duta DPD skala nasional disiapkan untuk implementasi tahun-tahun mendatang
* Fokus 2024 pada kegiatan yang realistis namun berdampak maksimal
* Penekanan pada keterlibatan seluruh stakeholder DPD untuk kesuksesan acara

1. Rapat Pimpinan selesai pada pukul 12.00 WIB.

|  |
| --- |
| Jakarta, 22 Agustus 2025  Kabag. Set. Ketua DPD RI  Irwanto Napeng, S.STP., M.M. NIP. 198108082001121004 |