

REALISASI KEPENTINGAN MEDIA

ZULKIFLI SULONG

KIRA-KIRA tujuh tahun lalu, Menteri Wilayah Persekutuan ketika itu, Khalid Abdul Samad telah membuat keputusan untuk menubuhkan sebuah organisasi iaitu syarikat media untuk kerajaan.

Langkah ini dibuat kerana organisasi media yang ada, bagi beliau, tidak berjaya membawa naratif yang hendak dibawa oleh Kerajaan Pakatan Harapan ketika itu. Jika ia hendak dilakukan menerusi media yang telah ada, kos yang diperlukan juga tinggi iaitu membuat *media buy* dengan



PENULIS BEBAS

agensi media yang ada termasuk agensi media milik kerajaan sendiri.

Saya selaku Setiausaha Akhbar beliau ketika itu membantu sepenuhnya bagi merealisasikan cita-cita tersebut.

Selepas membuat kajian, beliau memutuskan untuk menubuhkan syarikat media sendiri yang dikuasai oleh kerajaan sepenuhnya. Namun, beliau diberitahu oleh pegawai kerajaan, kerajaan tidak boleh menubuhkan syarikat di bawahnya. Jika hendak, ia perlukan kelulusan Kementerian Kewangan dan seterusnya Kabinet. Prosesnya akan menjadi panjang dan sukar.

Lalu setelah berbincang dengan pelbagai pihak, beliau memutuskan untuk menubuhkan sebuah syarikat media di bawah Yayasan Wilayah Persekutuan (YWP) di mana beliau selaku Menteri Wilayah Persekutuan adalah pengerusinya.

Cita-cita beliau adalah untuk melahirkan sebuah syarikat media yang bagus dan boleh memberikan khidmat menyampaikan naratif kerajaan dengan baik. Selepas lima tahun, syarikat ini disasarkan untuk berdiri sendiri dengan menjana pendapatan sendiri.

Lalu berbangkitlah isunya, dari manakah dana untuk menubuhkan syarikat media ini?

Selepas perbincangan demi perbincangan, diputuskan agar konsep *media buy* digunakan. *Media buy* adalah kita membeli ruang di media untuk menyiarkan bahan yang kita hendak sampaikan.

Kalau selama ini kementerian dan badan-badan di bawah kementerian membuat *media buy*, kenapa tidak sebahagian dana itu digunakan untuk menubuhkan syarikat media ini? Lagipun, tujuan *media buy* adalah untuk



membuat promosi terhadap segala aktiviti kerajaan dan badan-badan di bawahnya. Kalau promosi boleh dibuat melalui media sendiri, apa salahnya.

Lalu, semua badan di bawah Kementerian Wilayah Persekutuan ketika itu disarankan membuat *media buy* melalui media yang dikawal sepenuhnya oleh kementerian sendiri.

Sebagai badan terbesar, Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL) perlu menjadi penyumbang utama kerana DBKL yang paling memerlukan media untuk menghubungkannya dengan warga Kuala Lumpur.

Untuk melaksanakan perkara ini, Khalid mendapat kerjasama penuh daripada Ketua Setiausaha Kementerian Wilayah Persekutuan ketika itu, Datuk Seri Adnan Md Ikhsan dan Bahagian Komunikasi Korporat kementerian.

Lalu lahirlah syarikat Wilayah Media Sdn Bhd yang terletak di bawah YWP. Sebagai sebuah badan yang didaftarkan di bawah Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM), YWP berhak menubuhkan anak syarikat.

Di bawahnya ada akhbar mingguan Wilayahku, laman web, pasukan video dan sebagainya.

Setelah hampir tujuh tahun berlalu, pelbagai perubahan berlaku kepada syarikat ini termasuk namanya sudah menjadi YWP Media Sdn Bhd. Namun peranannya tetap sama, menjadi ejen atau media penghubung antara kerajaan dengan orang ramai.

Baru-baru ini YWP Media telah diserang

dengan pelbagai fitnah. Sasaran utamanya adalah Pengerusinya, Datuk Afdlin Shauki.

Bagi saya yang melihat perkembangan syarikat ini sejak dahulu hingga kini dari dekat, ia bertujuan untuk menyudahkan perjalanan syarikat media ini oleh musuh-musuhnya termasuk musuh peribadi Afdlin sendiri. Terbukti selepas siasatan dibuat, Suruhanjaya Pencegahan Rasuah Malaysia (SPRM) telah memutuskan tiada sebarang salah laku dibuat. Yang silap hanya sedikit tatakelolanya sahaja yang perlu diperkemas.

Bagi saya, apa yang dilakukan oleh Afdlin adalah dalam menjalankan tanggungjawabnya sebagai pengerusi syarikat iaitu mendapatkan dana dan memastikan urusan syarikat ini berjalan dengan baik. Mungkin ada kelemahan di sana sini tetapi prinsip asasnya tidak salah dan boleh diperbetulkan.

Sebagai artis juga sebenarnya Afdlin telah menjalankan tugas dengan baik bagi memastikan golongan artis yang lain tidak digunakan secara semberono oleh musuh-musuh politik untuk menyerang kerajaan yang didukung oleh beliau.

Jadi sebagai pengerusi syarikat media dan artis pula, Afdlin telah menjalankan tugasnya dengan baik untuk kepentingan Kerajaan MADANI, kementerian dan juga badan-badan di bawah kementerian.

Beliau telah menggunakan kedudukan dan hubungan beliau untuk menjaga kepentingan kesemua pemegang taruh yang ada kaitan

dengan syarikat media ini.

MENUJU KE DEPAN

KINI semua pihak yang terlibat perlu memandangkan ke depan dalam melaksanakan tugas masing-masing demi kepentingan negara dan rakyat khususnya warga Wilayah Persekutuan.

Kita kena bersetuju bahawa media memainkan peranan yang penting. Kita kena juga bersetuju bahawa media kini juga melalui perubahan yang besar.

Media cetak bukan lagi menjadi faktor utama tetapi tetap diperlukan. Keutamaan kini adalah media sosial yang sudah menjadi arus perdana. Peranan Afdlin sebagai pelakon, pengarah dan penerbit filem sangat besar terutama ketika media seperti TikTok menjadi media utama.

Afdlin perlu dibantu dan jika silap perlu diperbetulkan bukan ditekan dengan perkara-perkara yang tidak perlu.

YWP Media perlu diberikan sokongan penuh bukannya tekanan. Media perlukan dana kerana keuntungan utama media bukan kembalinya wang yang dibelanjakan dalam bentuk wang tetapi pengaruh yang diperoleh daripada perbelanjaan itu.

Ayuh kita terus memainkan peranan kita.

SETIAP artikel penulis adalah pendapat peribadi, bukan pendirian Wilayahku.