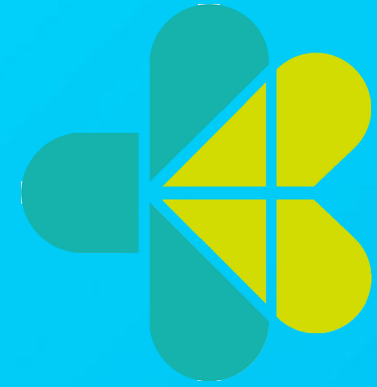




Komunikasi dan Advokasi

Wawan Wahyudin, S.Si., Apt. MM

Pelatihan Penggunaan Aplikasi SKDR bagi Petugas
Surveilans di Dinas Kesehatan Kabupaten / Kota
Yogyakarta, 11 – 13 Januari 2021



Wawan Wahyudin, S.Si., Apt. MM

Widyaiswara Madya

Koordinator Substansi Pelatihan Teknis dan Fungsional
Balai Besar Pelatihan Kesehatan (BBPK) Ciloto

Tujuan Pembelajaran

Hasil Belajar

Setelah mengikuti mata pelatihan ini peserta mampu memahami komunikasi dan advokasi.



Indikator Hasil Belajar

Setelah mengikuti mata pelatihan ini, peserta dapat :

1. Menjelaskan komunikasi dan advokasi kepada pembuat kebijakan
2. Menjelaskan komunikasi dan advokasi kepada unit pelapor

Materi dan Sub Materi Pokok

- A. Komunikasi dan advokasi kepada pembuat kebijakan
 1. Komunikasi pada kesehatan masyarakat
 2. Advokasi pada pemangku kebijakan
- B. Komunikasi dan advokasi kepada unit pelapor





Apa yang dimaksud dengan Komunikasi ?
Bedanya apa dengan Advokasi ?



Mengapa penting melakukan komunikasi dan advokasi bagi petugas SKDR?

Komunikasi Risiko



Komunikasi

Dapat dipahami sebagai tindakan berbagi atau bertukar pikiran, ide, dan pendapat antara dua orang atau lebih. Yang paling sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari, pertukaran tersebut bersifat otomatis dan berlangsung tanpa banyak pikir.

Manajemen Risiko

Merupakan kombinasi kemungkinan suatu peristiwa dan konsekuensinya. Risiko merupakan hasil dari interaksi antara alam dan manusia terkait bahaya bencana, kerentanan, keterpaparan, dan kapasitas

Komunikasi Risiko

Komunikasi risiko ialah pertukaran informasi, nasihat, dan pendapat mengenai risiko serta faktor-faktor yang berkaitan dengan risiko secara real-time antara para ahli, tokoh masyarakat atau pejabat, dan orang-orang yang berisiko

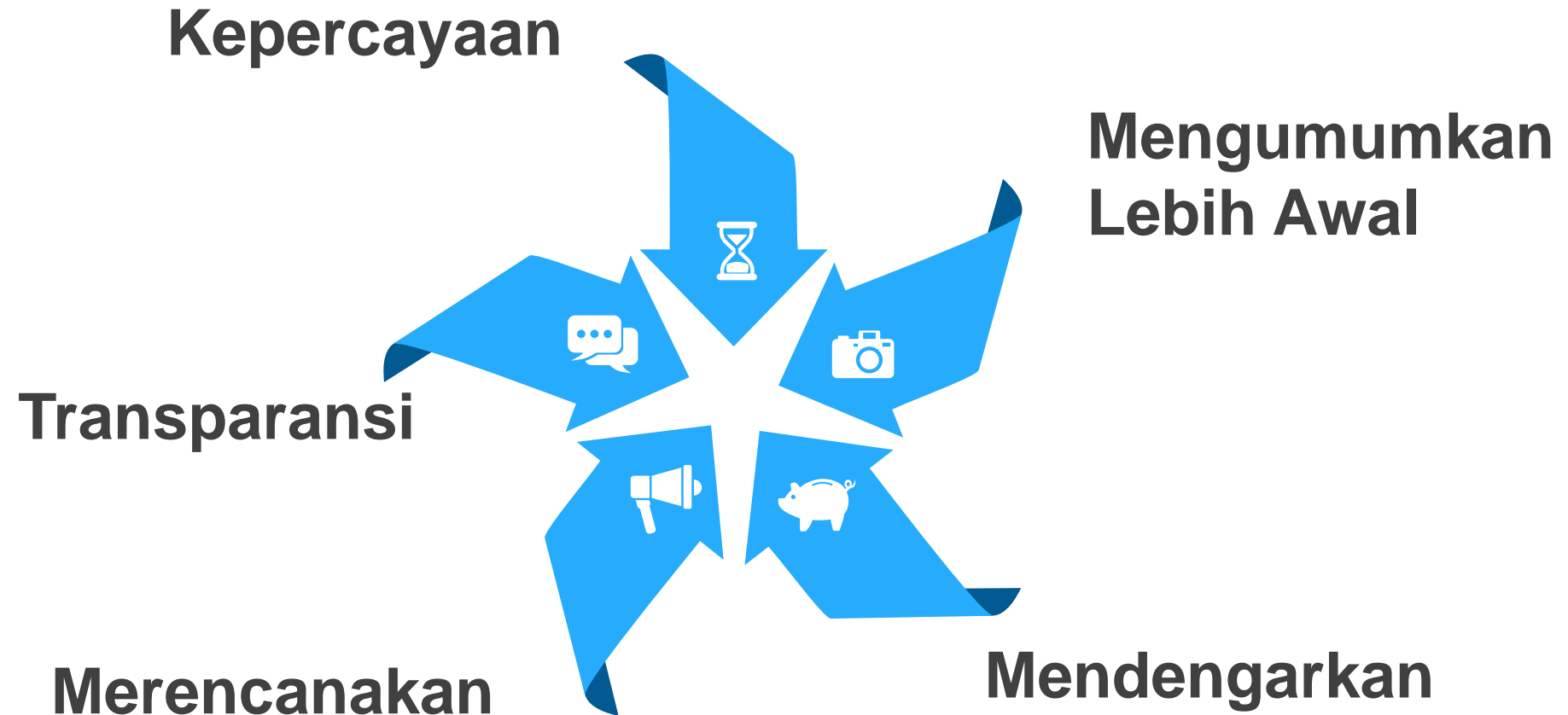
Komunikasi Risiko



Tujuan Komunikasi Risiko

Adalah menginformasikan pada masyarakat, terutama khalayak sasaran, tentang risiko Kesehatan yang dihadapi, sehingga berdasarkan informasi tersebut khalayak sasaran dapat mengambil keputusan untuk melakukan perilaku menghindari atau mengelola risiko untuk melindungi dirinya sendiri dan orang lain

5 Prinsip Komunikasi Risiko





Strategi Komunikasi Risiko menghadapi krisis kesehatan



Peter F. Sandman (2012)

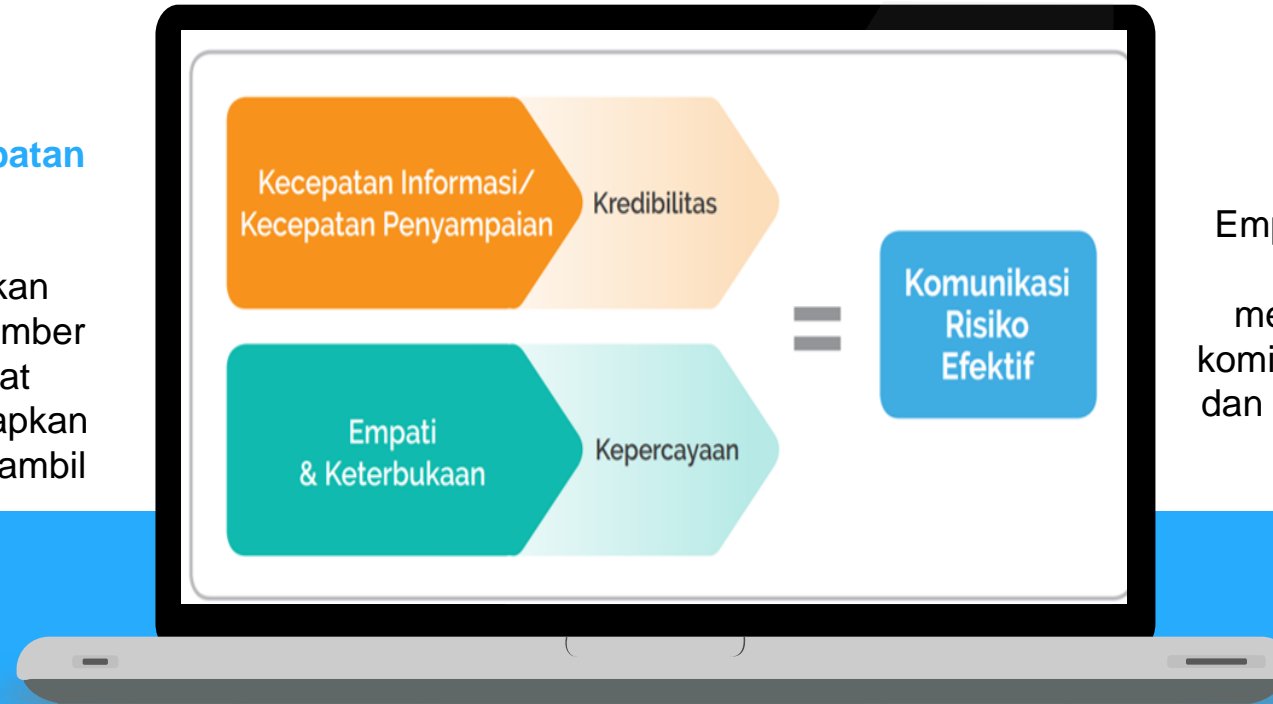
Peter F. Sandman (2012)

Unsur-Unsur Penting dalam Komunikasi Risiko



a. Ketepatan Informasi dan Kecepatan Penyampaian

Lembaga yang pertama memberikan informasi akan dianggap sebagai sumber informasi utama. Tanggapan cepat menunjukkan ada sistem yang diterapkan dan tindakan yang sesuai sedang diambil

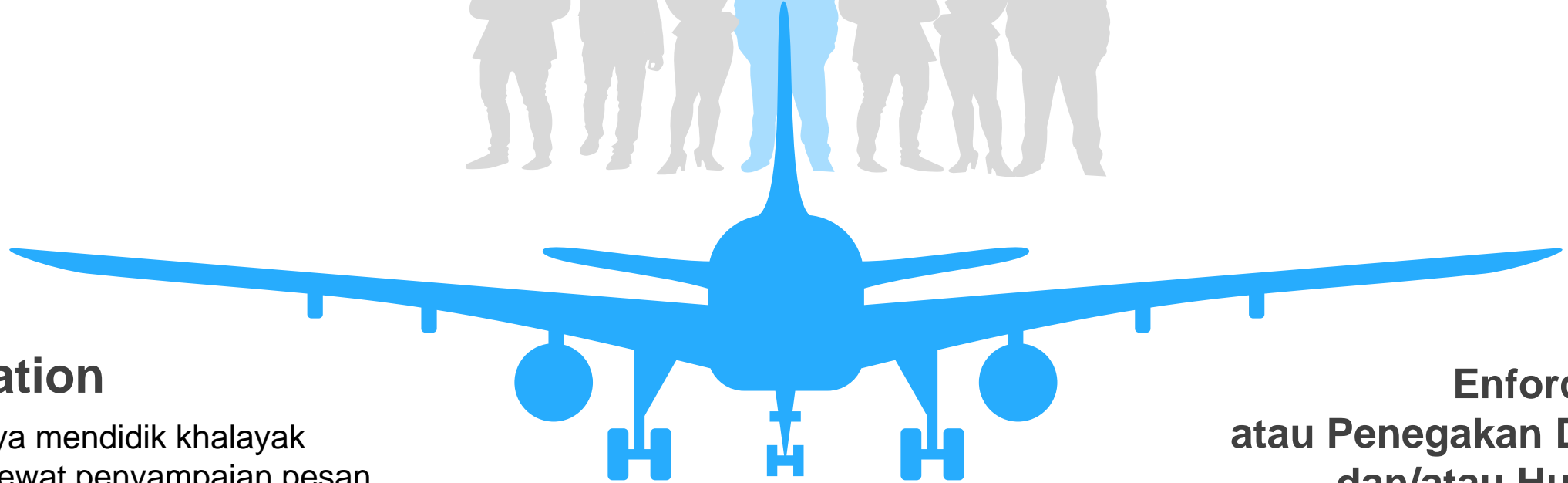
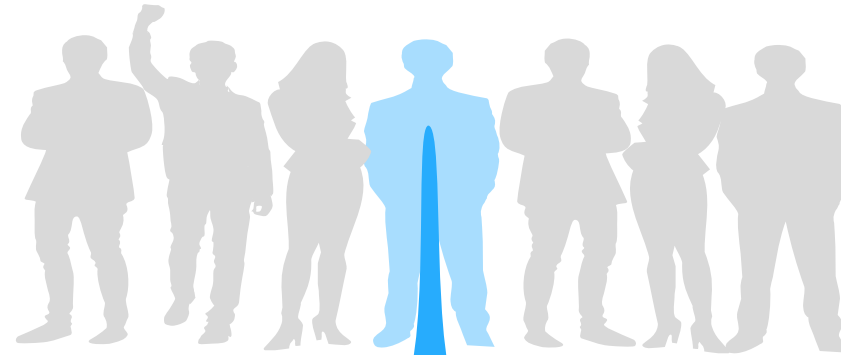


b. Empati dan Keterbukaan

Empati bisa dirasakan publik apabila si pembawa pesan dan isi pesan menunjukkan kepedulian, ketulusan, komitmen, dan dedikasi. Selain itu pesan dan si pembawa pesan harus dipercaya, jujur, dan terbuka

Publik menerima, menafsirkan, dan mengevaluasi pesan sebelum mengambil tindakan

Cara Intervensi Perilaku : 3E



Education

atau upaya mendidik khalayak sasaran lewat penyampaian pesan dan informasi sehingga dari tidak tahu menjadi tahu tentang adanya risiko ancaman bahaya. → Misalnya, Edukasi tentang pentingnya vaksinasi COVID-19

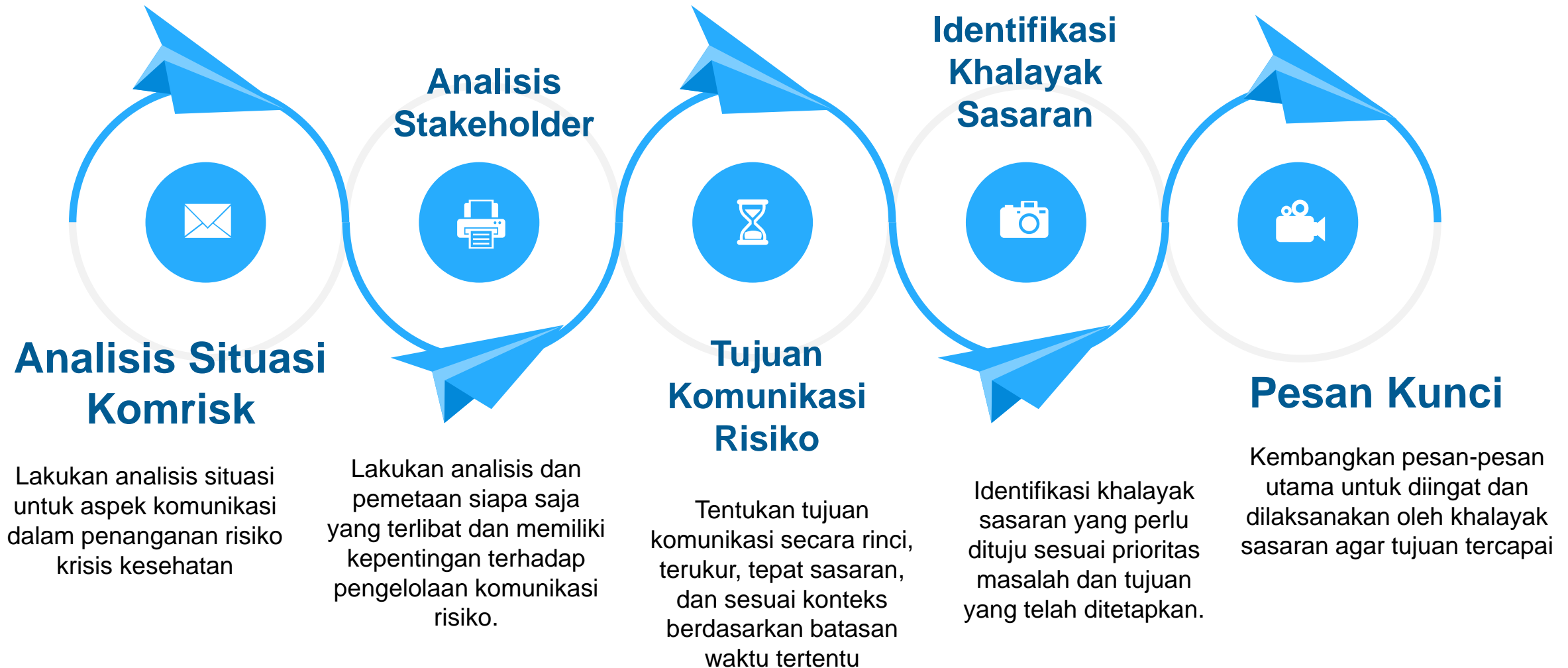
Engineering atau Rekayasa

Contoh, dalam konteks pencegahan dan pengendalian COVID-19 saat ini, rekayasa dapat berbentuk modifikasi atau pengaturan tertentu agar masyarakat tidak berkerumun, tetap menjaga jarak, atau tetap di rumah saja yaitu memberikan tanda silang di tempat duduk dan PSBB

Enforcement atau Penegakan Disiplin dan/atau Hukuman

Contoh, apabila ada individu atau sekelompok masyarakat yang tidak patuh menjalankan protokol kesehatan, dapat dikenai sanksi (denda atau hukuman sosial).

Langkah-Langkah Perencanaan Strategi Komunikasi



Lanjutan...

Strategi Komunikasi Risiko

Tentukan pendekatan komunikasi risiko yang tepat sesuai tujuan, khalayak sasaran, dan pesan yang ingin disampaikan.

Saluran Komunikasi


Tentukan saluran komunikasi sesuai dengan tujuan, strategi, khalayak sasaran, jenis pesan, alat komunikasi yang relevan dan tersedia, mitra pelaksana, serta anggaran yang tersedia.

Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas

Lakukan pelatihan dan pengembangan kapasitas komunikasi risiko bagi tenaga pelaksana komunikasi.

Monitoring dan Evaluasi

Rencanakan monitoring dan evaluasi sejak awal perencanaan agar program berjalan efektif

A hand holding a white paper airplane against a blue sky with light clouds. The hand is positioned at the bottom left, and the paper airplane is held horizontally, pointing towards the left. The background is a clear blue sky with scattered, light white clouds.

Advokasi pada Pemangku Kebijakan

adalah usaha untuk mempengaruhi para penentu kebijakan atau pengambil keputusan untuk membuat kebijakan publik yang bermanfaat untuk peningkatan kesehatan masyarakat

Advokasi Kesehatan

Tujuan

Advokasi Kesehatan

Tujuan Utama Advokasi adalah
Untuk mendorong dikeluarkannya
kebijakan-kebijakan publik oleh pejabat
publik sehingga dapat mendukung dan
menguntungkan kesehatan



Bentuk Dukungan

1. Komitmen Politis
2. Dukungan Kebijakan
3. Penerimaan Sosial
4. Dukungan System

Unsur Advokasi Kesehatan



Penetapan tujuan advokasi kesehatan.



Pengembangan dan penyampaian pesan advokasi kesehatan



Pemanfaatan data dan riset untuk advokasi kesehatan



Membangun koalisi



Identifikasi sasaran advokasi kesehatan



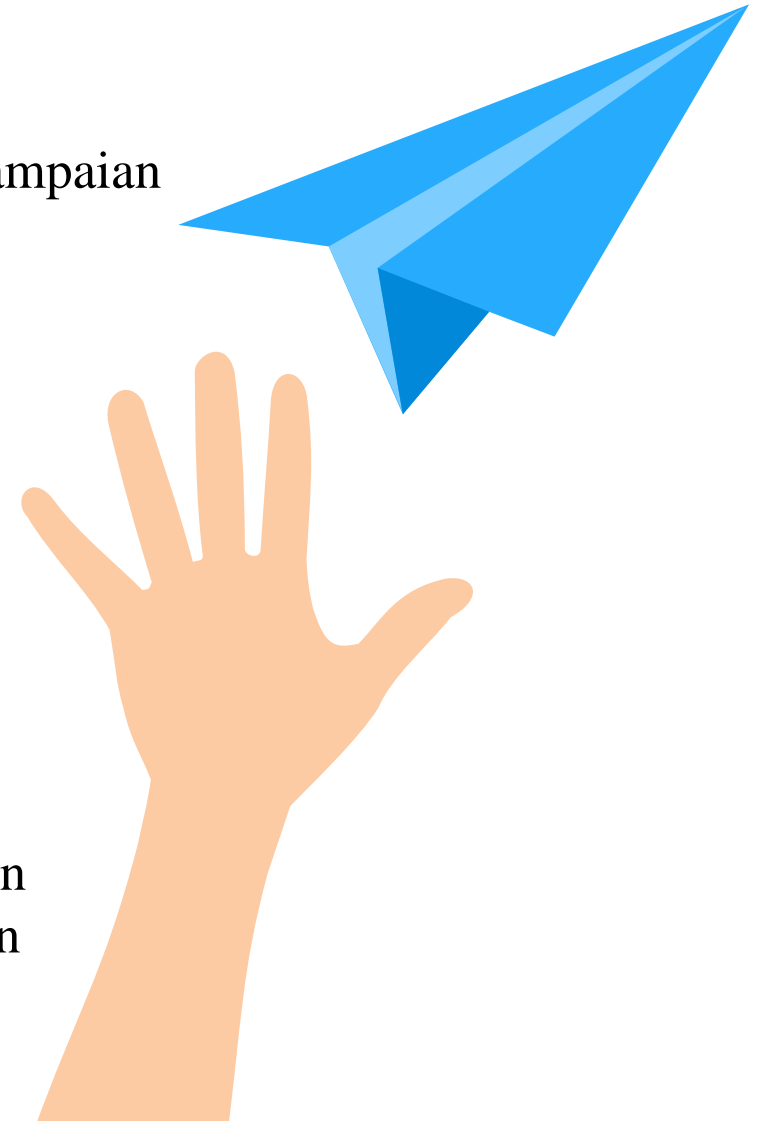
Membuat presentasi yang persuasif



Penggalangan dana untuk advokasi kesehatan.



Pemantauan dan penilaian upaya advokasi kesehatan



Pengembangan Media Advokasi Kesehatan

Media advokasi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menyampaikan pesan atau isu kesehatan melalui berbagai jenis saluran komunikasi kepada sasaran advokasi dengan tujuan agar para pejabat publik meningkat pengetahuannya dan kepeduliannya yang pada akhirnya bertindak memberikan dukungan dalam bentuk kebijakan publik atau sumberdaya untuk mengatasi berbagai masalah kesehatan yang ada

Media untuk meningkatkan pengetahuan

→ *factsheet*, slide presentasi, poster, leaflet, selebaran, buku, majalah, koran, buletin, dll.

Media untuk meningkatkan kesadaran

→ film, filler, dll

Media untuk meningkatkan citra atau *image* (komunikasi massa)

film, *filler/spot* televisi, dialog/*talk show* di media TV, radio spot, media tradisional, iklan koran, artikel, billboard, spanduk, umbul-umbul, dll.



Komunikasi dengan Unit Pelapor

Komunikasi yang Efektif

Dapat diartikan sebagai penerimaan pesan oleh komunikator atau *reciever* sesuai dengan pesan yang dikirim oleh *sender* atau komunikator, kemudian *reciever* atau komunikator memberikan respon yang positif sesuai dengan yang diharapkan.



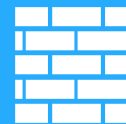
Kejelasan (*clarity*):



Ketepatan (*accuracy*)



Konteks (*contex*)



Alur (*flow*)



Budaya (*culture*)

Strategi Membangun Komunikasi Efektif

**Ketahui
Mitra
Bicara
(Audience)**



**Ketahui
Tujuan**



**Perhatikan
Konteks**



**Pelajari
Kultur**



**Pahami
Bahasa**



Efektivitas Komunikasi

Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila :

Pesan diterima dan dimengerti
sebagaimana yang dimaksud oleh si
pengirim

01

Pesan disetujui oleh penerima dan
ditindak lanjuti dengan perbuatan yang
dikehendaki oleh pengirim

02

03

Tidak ada hambatan untuk melakukan
apa yang seharusnya dilakukan untuk
menindak lanjuti pesan yang dikirim

(Agus M. Hardjana, Komunikasi Intrapersonal &
Interpersonal)

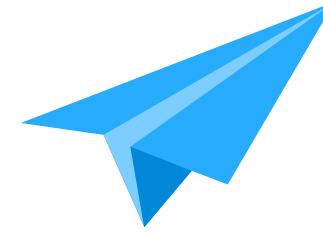
Tips Mengembangkan Pesan Kunci :

1. Buat daftar tiga hal/isu kesehatan yang benar-benar perlu diketahui, dipertimbangkan, dan dipikirkan publik. Ketiga hal tersebut akan menjadi pesan kunci

2. Pastikan pesan utamanya

- Ringkas : cobalah untuk menghindari jargon dan akronim.
- Aktif : gunakan kalimat aktif di setiap kalimat.
- Positif : bicarakan tentang apa yang dapat dilakukan, bukan apa yang tidak dapat dilakukan.
- Singkat : satu kalimat yang mudah diingat, dan mudah diucapkan.
- Spesifik : membahas tantangan dan ditujukan pada khalayak sasaran tertentu.

3. Batasi informasi teknis dan data dalam pesan utama. Gunakan informasi teknis untuk meyakinkan atau membantu menjelaskan tindakan yang perlu dilakukan



5. Ingat bahwa pesan harus dapat meningkatkan kepercayaan dan menyentuh.

4. Perbarui pesan seiring perkembangan situasi bencana atau jika perhatian publik berubah

Tabel 4.4. Lembar Kerja Adaptasi Pesan

Penugasan “Pesan Kunci”

Khalayak Sasaran	Pesan Utama (Arahan Nasional/ Program)	Saluran Media (luring, daring, konferensi pers, dll)	Materi Penyampaian	Adaptasi Pesan (sesuai format, budaya, atau bahasa) Tanpa Mengubah Makna Pesan Utama



Petunjuk Tugas :

1. Peserta dibagi kelompok berdasarkan kabupaten / kota
2. Kelompok menentukan masalah kesehatan berdasarkan data dari SKDR
3. Kelompok mendiskusikan pesan kunci sesuai dengan form
4. Pada saat berdiskusi akan di break out room selama 15 menit
5. Hasil nya dipresentasikan selama 5 menit

Gambar 4.2 Contoh Adaptasi **Pesan Kunci** Nasional di Tingkat Daerah





THANK YOU

Insert the Subtitle of Your Presentation

