



UNIVERSITAS
INDONESIA

Veritas, Probitas, Justitia
EST. 1849

Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Indonesia

Sesi 9

ADOVOKASI MEDIA (MEDIA ADVOCACY)

Oleh :

Prof. dr. Hadi Pratomo, MPH, Dr.PH

Advokasi Media

DEFINISI:

1. Strategic use of mass media for advancing a social or public policy initiative (National Cancer Institute, USA, 1989) --> Penggunaan media massa secara strategis untuk mendorong terjadinya kebijakan publik atau sosial
2. Media advocacy is a policy oriented approach to using mass media for public health promotion (Jackson 2009)
→ Pendekatan berorientasi kebijakan dg menggunakan media massa untuk promosi kesehatan.

Tujuan Advokasi Media (1):

- Alat politik yang ditujukan utk memberikan efek tekan pada pembuat kebijakan utk perubahan sosial dan memobilisasi dukungan (Wallack dan Dorman, 1996).
- Digunakan utk membentuk persepsi kelompok pemuka masyarakat yang secara langsung berpengaruh pada para pembuatan keputusan.

Tujuan Advokasi Media (2):

- Digunakan utk memobilisasi masyarakat untuk mempengaruhi pembuat kebijakan dan pemuka masyarakat.
- Isu publik atau kes masy yang terlupakan, kemudian didiskusikan atau diangkat ke permukaan agar menjadi perhatian publik, atau dengan cara isu lama didiskusikan dengan sudut berbeda.
- Mendiskreditkan pendapat seorang tokoh atau ahli dng mengemukakan fakta atau pandangan baru yang layak diperhatikan, agar menjadi isu publik.

- Mengajukan suara/pendapat yang layak diperhatikan dan meningkatkan argumentasi fakta (Chapman, 2004).
- Ketrampilan diatas adalah “framing strategy” salah satu kemampuan advokasi media.
- Framing the issue (Eastman, 1993)
“Select some aspect of perceived reality and make them more salient in such away to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation or treatment recommendation.

- Strategi pengembangan “isu advokasi” sangat penting.
- Perusahaan tembakau :
- Membuat opini publik isu autonomi individual
- isu kesehatan → dibongkar menjadi “isu hak orang bebas merokok”
- advokasi kesmasy → tembakau → pembunuh manusia

Target sasaran advokasi media (Wallade dan Darfman, 1996)

1. **Target sasaran primer:**
orang, kelompok, orang yang punya kekuasaan membuat keputusan
2. **Target sasaran sekunder:**
Individu/kelompok yg dapat dimobilisasi untuk memberikan tekanan/pressure pd pembuat keputusan
3. **Target sasaran tersier:**
Masyarakat umum

- Advokasi media vs Promosi Kesehatan:
- Pendekatan advokasi media: target utama pembuat keputusan utk pembuat kebijakan.
- Pada Promkes: pendekatan pemberdayaan masy/fokus pada mobilisasi organisasi di tingkat akar rumput.

Sukses advokasi media: (Wallack, Jernigan dan Thenksa, 1993)

Dua (2) langkah sukses advokasi media:

- Framing the issue to get access to media “Bagaimana membingkai isu → media massa

Contoh: Kasus bayi prematur Derra ditolak di RS, kasus kematian serupa bnyk > di blow up tiap hari bgmn ortu bawa mayat naik ojek, diskusi di teve, tajuk rencana, opini di koran utk isu tsb dsb

- Framing the issue of the content, misalnya isu dibuat kontroversial.

Contoh: Bencana Lapindo pen jwb Bakri vs Pemerintah?

Empat (4) langkah sukses:

1. Menekankan dimensi sosial masalah
2. Menggeser tanggungjawab masalah dari individu yg terkena → pembuat keputusan yg membuat timbulnya masalah
3. Menyajikan alternatif kebijakan sebagai solusi masalah
4. Menyajikan pilihan kebijakan ada practical application

PANDUAN DISKUSI:

- Pelajari advokasi media dan lihat guntigan koran dan tayangan teve
- Berikan contoh framing the issue (gunting korannya dan kopi tayangan medianya)
- Framing the content
- Gunting serial beritanya dan tayangan media massa
- Presentasi dg maks 10 pwpt dan softcopy materi



UNIVERSITAS
INDONESIA

Veritas, Probitas, Justitia
EST. 1849

Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Indonesia

Sumber referensi:

Pratomo, Hadi. 2013 *Draf Akhir Advokasi Kesehatan dan Keluarga Berencana*



UNIVERSITAS
INDONESIA

Veritas, Probitas, Justitia
EST. 1849

Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Indonesia

SEKIAN
DAN
TERIMA KASIH