



UNIVERSITAS
INDONESIA

Veritas, Probitas, Justitia
EST. 1849

Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Indonesia

Sesi 8

SASARAN & INDIKATOR ADVOKASI

Oleh :

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

Advokasi Kesehatan



SASARAN

Pembuat kebijakan publik



membuat/mengeluarkan kebijakan publik
yang mendukung
penanggulangan/
keberhasilan/isu yg diadvokasi



SASARAN UTAMA

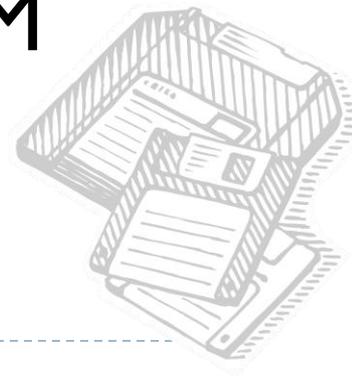
(Primary Stake Holder)

- ▶ Sasaran advokasi yg terkait langsung dengan masalah/isu yg diadvokasi
- ▶ Umumnya kelompok masyarakat marginal



SASARAN SEKUNDER

- ▶ Sasaran advokasi yang memiliki hubungan cukup kuat dengan masalah/isu yang diadvokasi.
- ▶ Mereka yang diharapkan memberi kearifan.
- ▶ Contoh: TOMA/TOGA, wartawan, LSM



INDIKATOR HASIL ADVOKASI (1)

- ▶ Kebijakan (KEBIJAKAN PUBLIK):
- ▶ Tingkat keluarga
- ▶ Tingkat masy (RT/RW/Desa)
- ▶ Tingkat lokal (publik): Kec, Kab/Kota
- ▶ Tingkat nasional
- ▶ Tingkat global



INDIKATOR HASIL ADVOKASI (2)

- ▶ Tingkat keluarga: aturan kelg
- ▶ Tingkat masy (RT/RW/Desa): kesepakatan, keputusan, dana, fasilitas dsb (tertulis.tidak tertulis)
- ▶ Tingkat lokal (publik): Kec (SK, instruksi, kesepakatan tertulis dsb), Kab/Kota: Perda, SK Bup, Instruksi, MOU, anggaran

INDIKATOR HASIL ADVOKASI (3)

- ▶ Tingkat nasional: UU, PP, PERPU, Inpres, SK Menteri, Instruksi dsb
- ▶ Internasional : Deklarasi antar bangsa, pernyataan bersama kepala negara dsb



BENTUK KEBIJAKAN PUBLIK

1. Pernyataan atau dokumen tertulis
2. Hukum/regulasi
3. Pajak/harga
4. Dukungan dana: prasarana, Investasi langsung





PERLU DIANALISIS

1. Bentuk instrumen kebijakan yg diinginkan
2. Unsur/instansi yg kompeten membuat
3. Unsur/instansi massa yg terlibat & besar kapasitas
4. Kondisi spesifik sasaran (komunikasi)

PETUNJUK DISKUSI



Kelompok :

- ▶ Identifikasi isu advokasi dengan lokasi spesifik Kab/Kota mis DBD (Tebet, DKI), Maternal Neonatal (Depok), Kes Lingkungan (Kab Bogor)
- ▶ Tiap-tiap kelompok mulai memikirkan (mengacu data-informasi spesifik masalah disesuaikan dengan topik) yg diadvokasi:
 1. Analisis/identifikasi semua stakeholders terkait (srt dsb)
 2. Kumpulkan data sekunder (jenis, sumber dsb)
 3. Uraikan sasaran (primer & sekunder): Utama legislatif
 4. Mapping jejaring pro dan kontra (tms mass media) Network
 5. Contoh hasil kerja klp (Ekse dan legis) minggu depan

PETUNJUK DISKUSI



- ▶ Presentasi draft Rencana Kerja dan hasil sumbang saran (Petunjuk Persiapan Praktek I)
- ▶ Luaran: daftar semua instansi (Pem, LSM, OMS) terkait, jenis dan sumber data (termask webb), pembagian tugas/waktu, hasil sumbang saran sasaran primer/sekunder
- ▶ Presentasi waktu disepakati



UNIVERSITAS
INDONESIA

Veritas, Probitas, Justitia
EST. 1849

Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Indonesia

Sesi 8

ADVOKASI MEDIA 1

MEDIA ADVOKASI BAG.1

FASILITATOR:
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)

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

Tujuan Advokasi Media (1)

- ▶ 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 :

1. Membuat opini publik isu autonomi individual
2. Isu kesehatan → dibongkar menjadi “isu hak orang bebas merokok”
3. Advokasi Kesmas → tembakau → pembunuh manusia

Target sasaran advokasi media (Wallade dan Darfman, 1996)

- ▶ **Target sasaran primer**
orang, kelompok, orang yang punya kekuasaan membuat keputusan
- ▶ **Target sasaran sekunder**
Individu/kelompok yg dapat dimobilisasi untuk memberikan tekanan/pressure pd pembuat keputusan
- ▶ **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:

1. 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.
2. Framing the issue of the content, misalnya isu
dibuat kontroversial.
Contoh: Bencana Lapindo pen jwb Bakri vs
Pemerintah?

Empat (4) langkah sukses

- ▶ Menekankan dimensi sosial masalah
- ▶ Menggeser tanggungjawab masalah dari individu yg terkena → pembuat keputusan yg membuat timbulnya masalah
- ▶ Menyajikan alternatif kebijakan sebagai solusi masalah
- ▶ Menyajikan pilihan kebijakan ada practical application

PANDUAN DISKUSI

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

Referensi

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



UNIVERSITAS
INDONESIA

Veritas, Probitas, Justitia
EST. 1849

Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Indonesia

Sesi 8

ADVOKASI MEDIA

SEKIAN DAN TERIMA KASIH

