



Kampanye dan Advokasi Kebijakan Publik

Loklatih Mengelola Perubahan dan Mendorong Pertumbuhan Organisasi

Kuta Central Park Hotel, Bali

7 Agustus 2019

CRITICAL | **ECOSYSTEM**
PARTNERSHIP FUND



PENABULU FOUNDATION
CIVIL SOCIETY RESOURCE ORGANIZATION



Mengapa
Anda
Di Sini
??

1

Memaknai relevansi dari perkembangan proses advokasi yang sudah dilakukan dengan kebutuhan penerima manfaat;

2

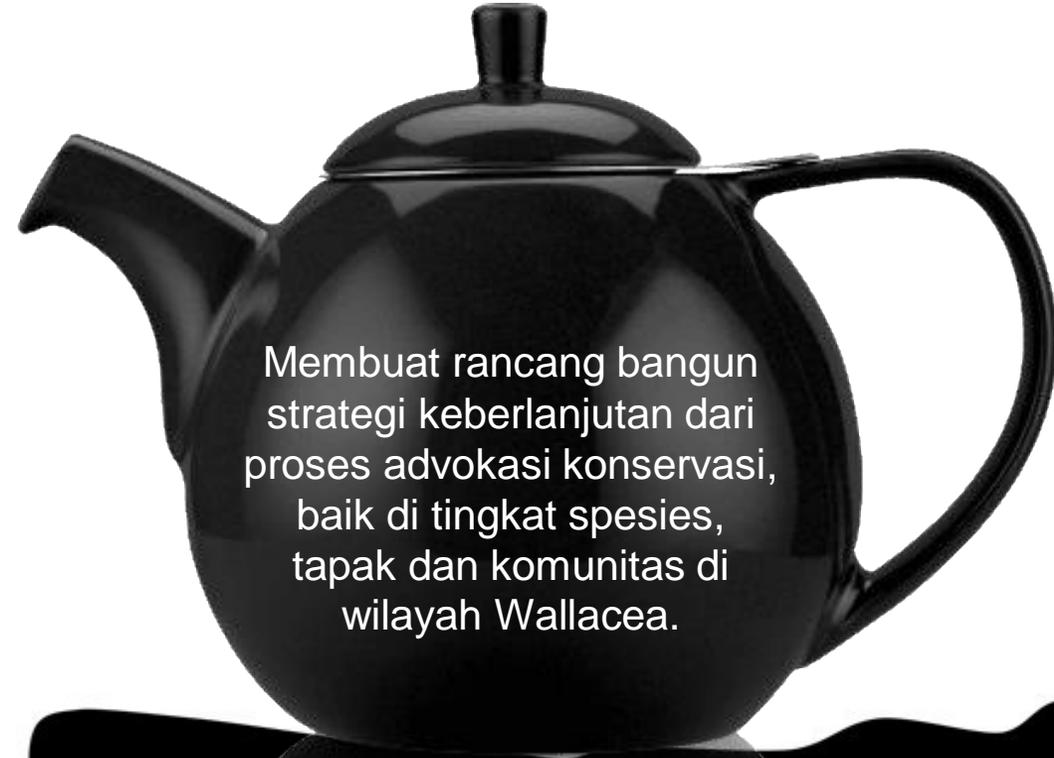
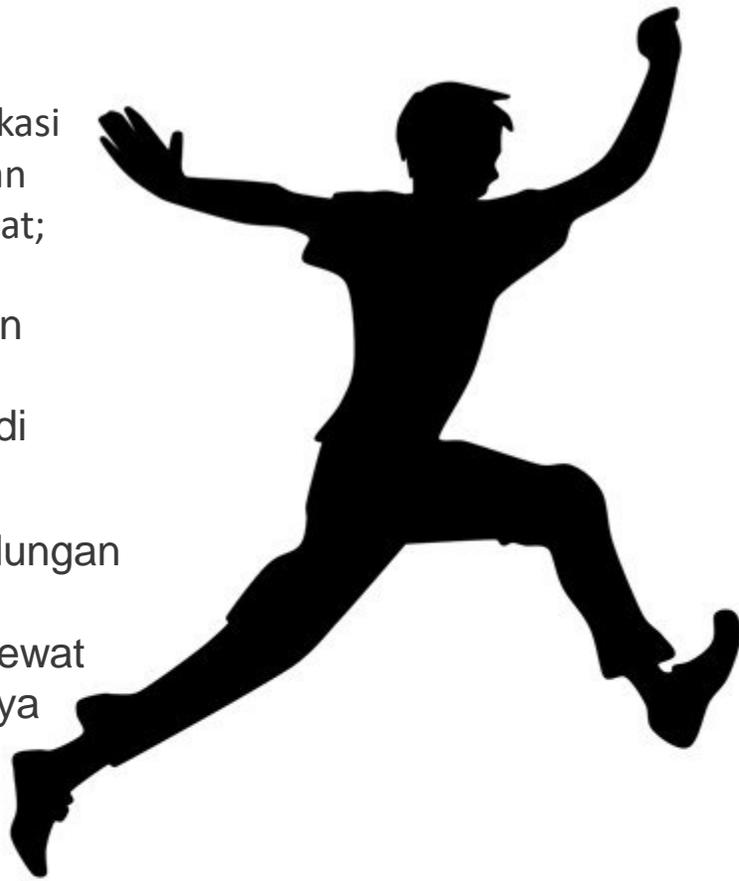
Mendefinisikan kebutuhan konservasi terhadap keanekaragaman hayati di Wallacea;

3

Membuat rencana perlindungan dan pemanfaatan keanekaragaman hayati lewat proses dan hasil dari upaya advokasi;

4

Menemukan relevansi baru untuk keberlanjutan proses advokasi.



Membuat rancang bangun strategi keberlanjutan dari proses advokasi konservasi, baik di tingkat spesies, tapak dan komunitas di wilayah Wallacea.



MEMAHAMI UPAYA DALAM MELAKUKAN ADVOKASI

SELF AWARENESS



Known to Others

OPEN SELF

Information about you that both you & others know.

BLIND SELF

Information about you that you don't know but others do know.

Unknown to Others

HIDDEN SELF

Information about you that you know but others don't know.

UNKNOWN SELF

Information about you that neither you nor others know.

Lihat ke sekitar

Temukan benda yang Anda
anggap menarik

Hubungkan benda tersebut
dengan advokasi Anda

Kemas jadi satu cerita singkat

Bagi cerita Anda



**Pilih satu cerita paling menarik (sesuai kesepakatan)
dari kawan satu meja, lalu ceritakan* ke seluruh hadirin**

*dilakukan oleh pihak kedua

TIPOLOGY

Tipologi taktik* framing isu dalam advokasi dan kampanye, antara lain:

Information politics: kemampuan untuk membuat dan menyebarkan informasi

! Sumber alternatif informasi → kredibel, dapat dipertanggungjawabkan, terdokumentasikan

!! Testimonial → mendramatisir

Symbolic politics: mengaitkan satu simbol tertentu dengan isu yang dikelola

~ Contohnya: iklan susu formula dengan gambaran bayi yang gemuk dan sehat

~~ Mengikatkan perasaan suatu kelompok korban menjadi satu simbol, unifikasi

Leverage politics: menggunakan aktor atau pesan yang kuat untuk perubahan

! Material leverage: World Economic Forum/World Bank/IMF menggunakan sumber dayanya u/ perubahan

!! Moral leverage: “Mobilisasi rasa malu” yang berhubungan dengan moral kemanusiaan (*frame & reframe*)

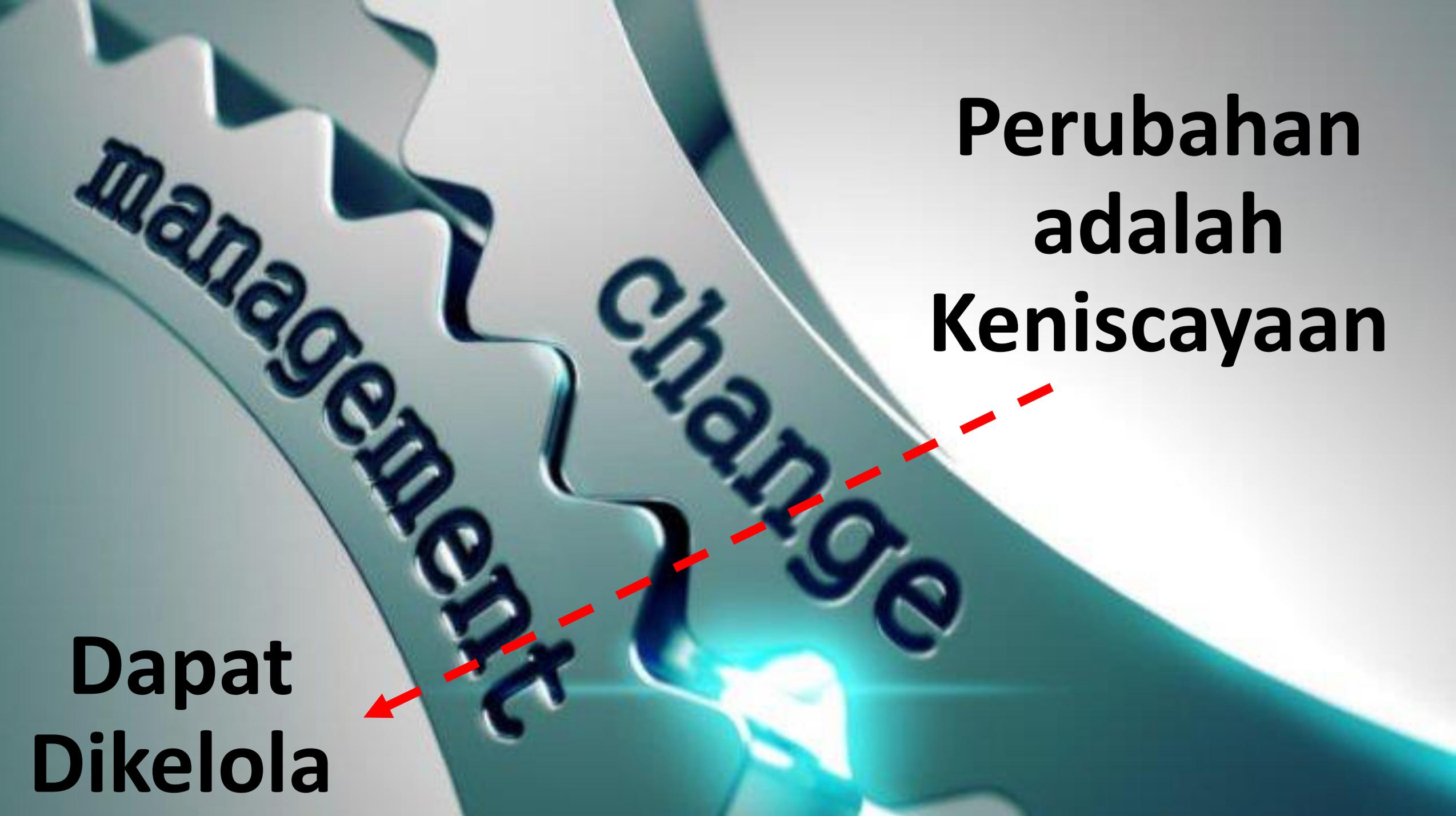
!!! Accountability: Menciptakan suasana bahwa negara harus bertanggungjawab terhadap pengabaian aturan

Contoh Simbolik Unifikasi



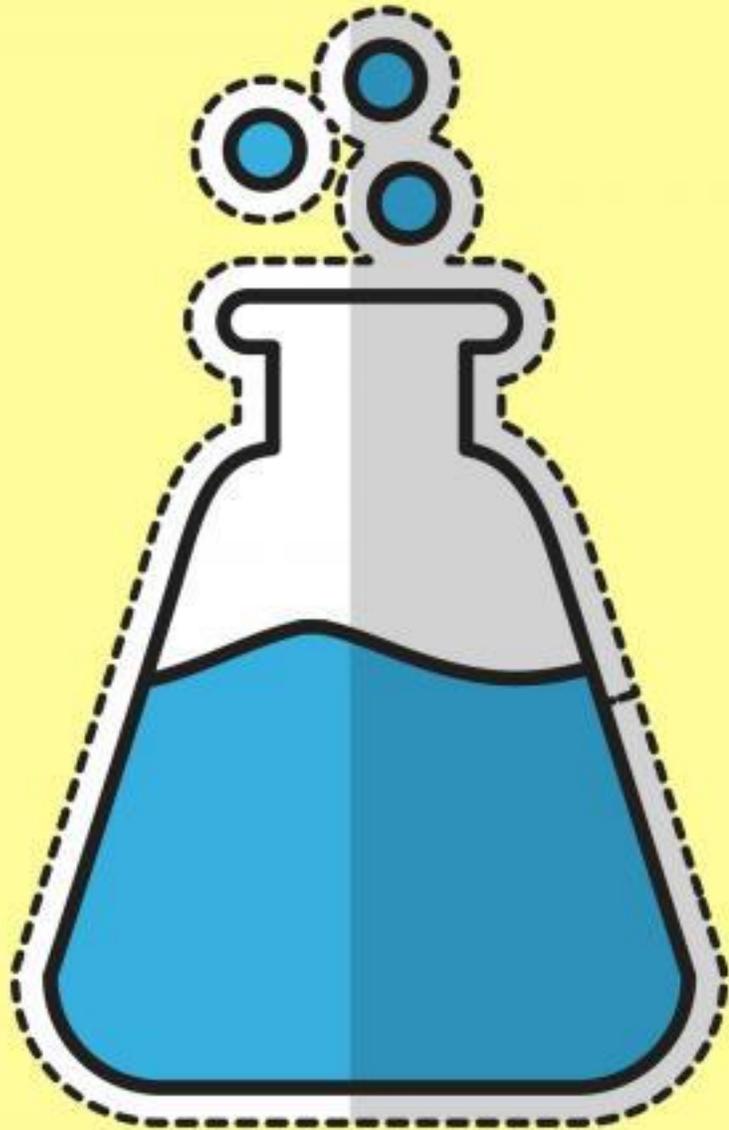
Contoh Moral Leverage





**Perubahan
adalah
Keniscayaan**

**Dapat
Dikelola**



Membuat
formulasi yang
tepat untuk
**RENCANA
KAMPANYE**



Bertanyalah kepada orang-orang di sekitar anda tentang isu yang dikelola, lalu buatlah kelompok yang terdiri dari orang-orang dengan pengelolaan isu yang sama.

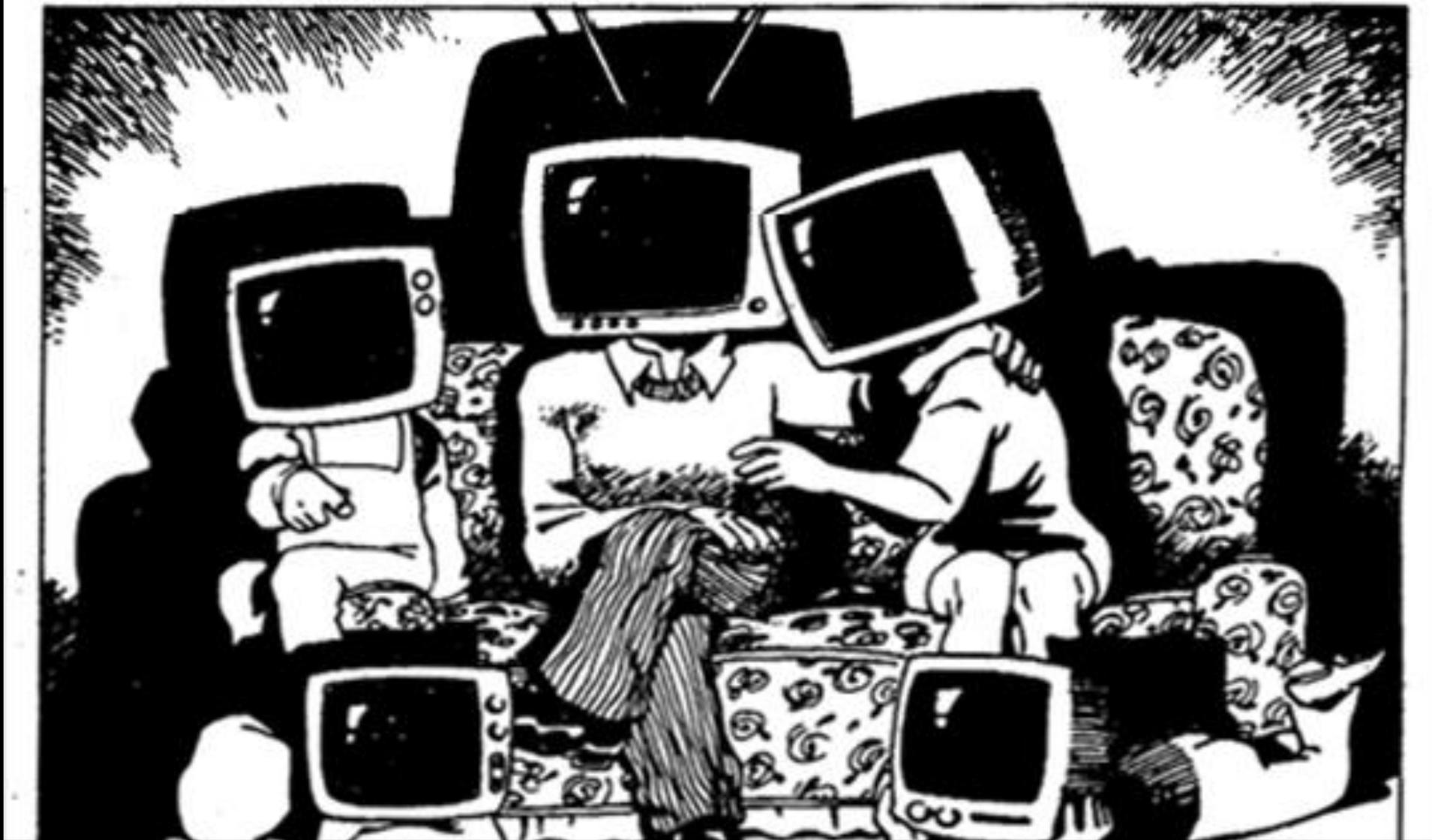


Merencanakan strategi kampanye dan advokasi bersama

- Tuliskan di metaplan (tiap orang tiga lembar) isu prioritas masing-masing;
- Gabungkan dengan hasil tulisan yg lain lalu tentukan dua besar dari isu yang sama

A close-up photograph of a person's hands holding a red ceramic mug filled with dark coffee. A clear tea bag is steeping in the coffee. The background is a dark wooden surface covered with a large quantity of dark brown coffee beans. A piece of light-colored burlap fabric is visible in the upper right corner, also scattered with coffee beans. The overall scene is warm and cozy, suggesting a relaxing coffee break.

Rehat Kopi



ANALISA (media) SOSIAL

ADVOKASI

TUJUAN:

Mempromosikan masalah dan mencoba mendapatkan dukungan pihak lain untuk perubahan kebijakan dan aturan perundangan

SASARAN:

Pemangku kebijakan dan pemangku kepentingan terkait

HASIL:

Dukungan dan perubahan aturan perundangan, kebijakan, serta tata kelola program



KAMPANYE

TUJUAN:

Merubah sikap, mental, pandangan, nilai, perilaku

SASARAN:

Individu, keluarga, masyarakat

HASIL:

Meningkatkan keterampilan, perubahan sikap, nilai dan cara pandang serta menunjukkan adanya dukungan

S H
I F
T



Merubah perspektif dari kampanye peningkatan kesadaran ke advokasi

Advokasi dan
Kampanye
dalam Era
Disruptive



SHIFT HAPPENS



Internet of things =
Internet on
everything



Volatilitas Isu Dan Dinamika Proses



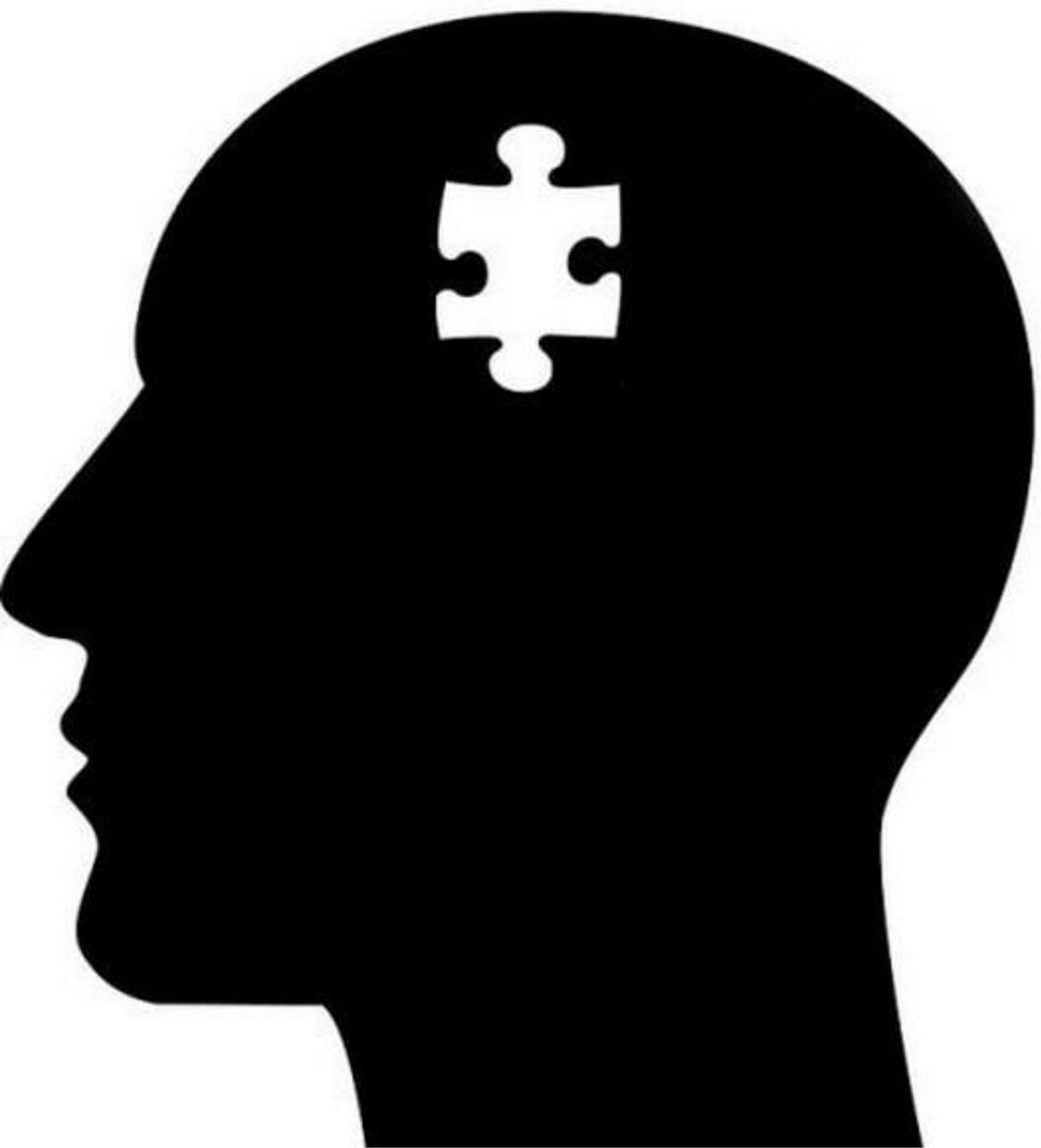
Saya tidak butuh harapan mu dan tidak ingin Anda berharap.

Saya ingin Anda panik... dan bertindak seolah-olah rumah anda sedang terbakar

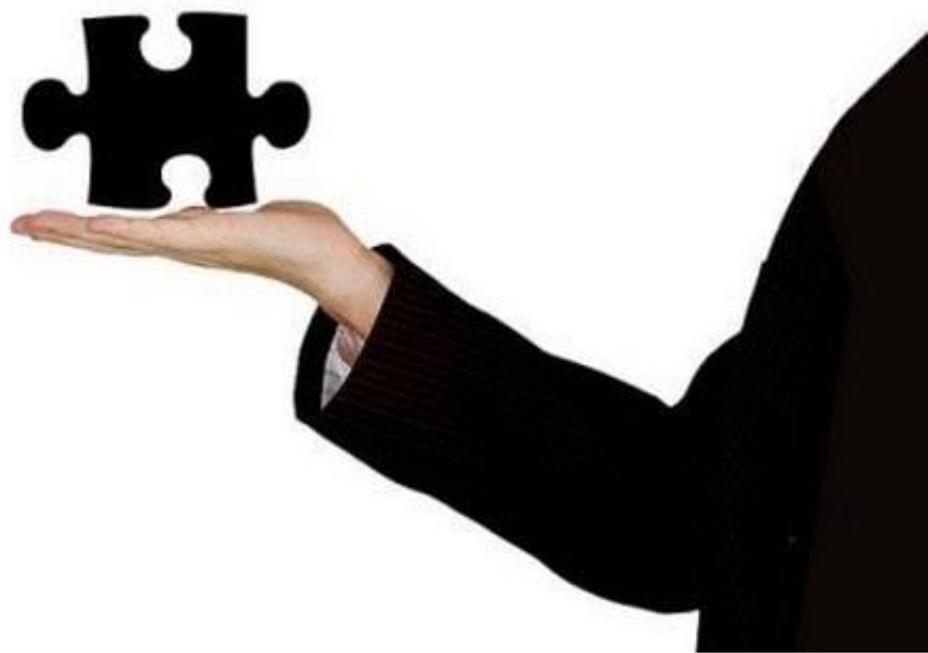
Greta Thunberg

Aktivis Lingkungan





TOP OF MIND AWARENESS



WATCH OUT!



IDENTIFIKASI PELUANG DAN TANTANGAN

Tuliskan di dalam satu lembar post it note Peluang dan dalam melakukan advokasi dan kampanye di era disruptive

Tuliskan di dalam satu lembar post it note Tantangan dalam melakukan advokasi dan kampanye di era disruptive



DISRUPTIVE INNOVATION

JAN
2019

SOCIAL MEDIA OVERVIEW

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS OF THE MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



TOTAL NUMBER
OF ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

150.0
MILLION

ACTIVE SOCIAL MEDIA
USERS AS A PERCENTAGE
OF TOTAL POPULATION



56%

TOTAL NUMBER OF ACTIVE
SOCIAL USERS ACCESSING
VIA MOBILE DEVICES



130.0
MILLION

ACTIVE MOBILE SOCIAL
USERS AS A PERCENTAGE
OF THE TOTAL POPULATION



48%



Diskusikan
salah satu
produk
kampanye
yang berhasil
dari tiap meja,
lalu

presentasikan

MAKA

N

YUK...!!





IDEOLOGI
DAN
JURNALISME
LINGKUNGA
N

DISKUSI KELOMPOK

Situasi Sosial

- Adakah nilai/kepercayaan/mitos/falsafah hidup tertentu yang masih kuat dianut oleh masyarakat sekitar kawasan tentang Kehati? Dan bagaimana hal itu mempengaruhi hidup kesehariannya?
- Bagaimana masyarakat memandang kondisi sosial ekonomi warga di sekitar kawasan saat ini?
- Bagaimana sikap masyarakat tentang peran pemerintah (atau aparatur sipil negara lainnya, misalnya) dalam konservasi lingkungan?
- Bagaimana pola pencarian informasi di masyarakat sekitar kawasan? Apakah sudah menggunakan internet?

Akses terhadap Media

- Bagaimana kemampuan warga dalam mengakses media dan contoh media yang menyentuh masyarakat setempat: bagaimana kondisi surat kabar, majalah, TV, *handphone*, Internet, media sosial di tempat mereka tinggal?
- Bagaimana masyarakat memandang media: Lebih bersifat menghibur? Lebih bersifat mendidik? (diskusikan juga kemungkinan lainnya jika ada)
- Apakah mereka (pernah) memiliki harapan bahwa suara dan keprihatinan hidup mereka dapat disalurkan kepada pemerintah melalui media?
- Apakah masyarakat pernah memanfaatkan media sosial untuk isu konservasi wilayah?

GAMBARkan jawaban anda di kertas plano, lalu presentasikan sesuai dengan kelompoknya masing-masing

Menggali Pendapat
Masyarakat tentang Isu yang
sedang diusung untuk
RENCANA KAMPANYE

Live-in exercise

Buatlah kesepakatan dengan anggota kelompok terhadap hal-hal sebagai berikut:

- Tema informasi yang akan didalami;
(sesuaikan dengan rencana advokasi yang sudah dibuat bersama)
- Catat seluruh pertanyaan; (jika perlu, hapalkan!)
- Tentukan sasaran dan lokasi;
- Siapa melakukan wawancara, siapa mengamati?
- Pastikan tim menganalisa bersama hasil *live-in*;
- Dapatkan satu dari dua isu besar yang direncanakan untuk bisa dieksekusi;
- Presentasikan hasil dalam bentuk kreatif.
(drama, video, rekaman reportase, puisi, policy brief, lembar fakta, dll)

Hal yang Perlu Diperhatikan saat *live-in exercise*

1. Berpencarlah dalam menemukan orang-orang yang tepat untuk diajak bicara;
2. Meleburlah dengan dinamika masyarakat/warga sekitar: biarkan mereka melakukan apa yang mereka lakukan, ikuti saja;
3. Bangunlah dialog dan perjumpaan yang setara. Jadilah teman, bukan pihak yang berada di atas;
4. Relasi dan proses dialog serta proses berkembang bersama lebih penting daripada pencarian data. Maka, hindari membawa catatan bila berpotensi mengganggu dialog. Coba lebih banyak mendengarkan dan bertanya daripada berbicara dan menjelaskan;
5. Patut diingat: dialog mengandaikan dua pihak berbicara. Jangan menggurui!
6. Terakhir namun bukan berarti tidak penting: Ini sebuah keterlibatan yang menuntut kematangan. Kita akan bertemu dengan *the other*. Penghargaan terhadap mereka mutlak diperlukan. Jangan sampai memposisikan mereka sebagai objek penelitian semata. Kemampuan dan kelenturan kita untuk berdialog benar-benar akan diuji. Silakan temukan teknik-teknik perjumpaan sejalan dengan improvisasi di lapangan.

A close-up photograph of a person's hands holding a red ceramic mug filled with dark coffee. A clear tea bag is steeping in the coffee. The background is a dark wooden surface covered with a large quantity of dark brown coffee beans. A piece of light-colored burlap fabric is visible in the upper right corner, also scattered with coffee beans. The overall scene is warm and cozy, suggesting a relaxing coffee break.

Rehat Kopi

A close-up photograph of a watering can's spout spraying a fine mist of water onto a garden. The water is captured in mid-air, creating a soft, white spray. In the foreground, several pansy flowers in shades of purple, white, and pink are visible, some in full bloom and others as buds. The background is a lush, green garden with various plants and trees, slightly out of focus, suggesting a healthy and well-maintained environment.

Melakukan dan Merawat Hasil Advokasi Lingkungan

Bayangkan
apa yang
akan terjadi
15 – 20
tahun lagi
jika anda
Melakukann
ya



Bukan dengan
ini



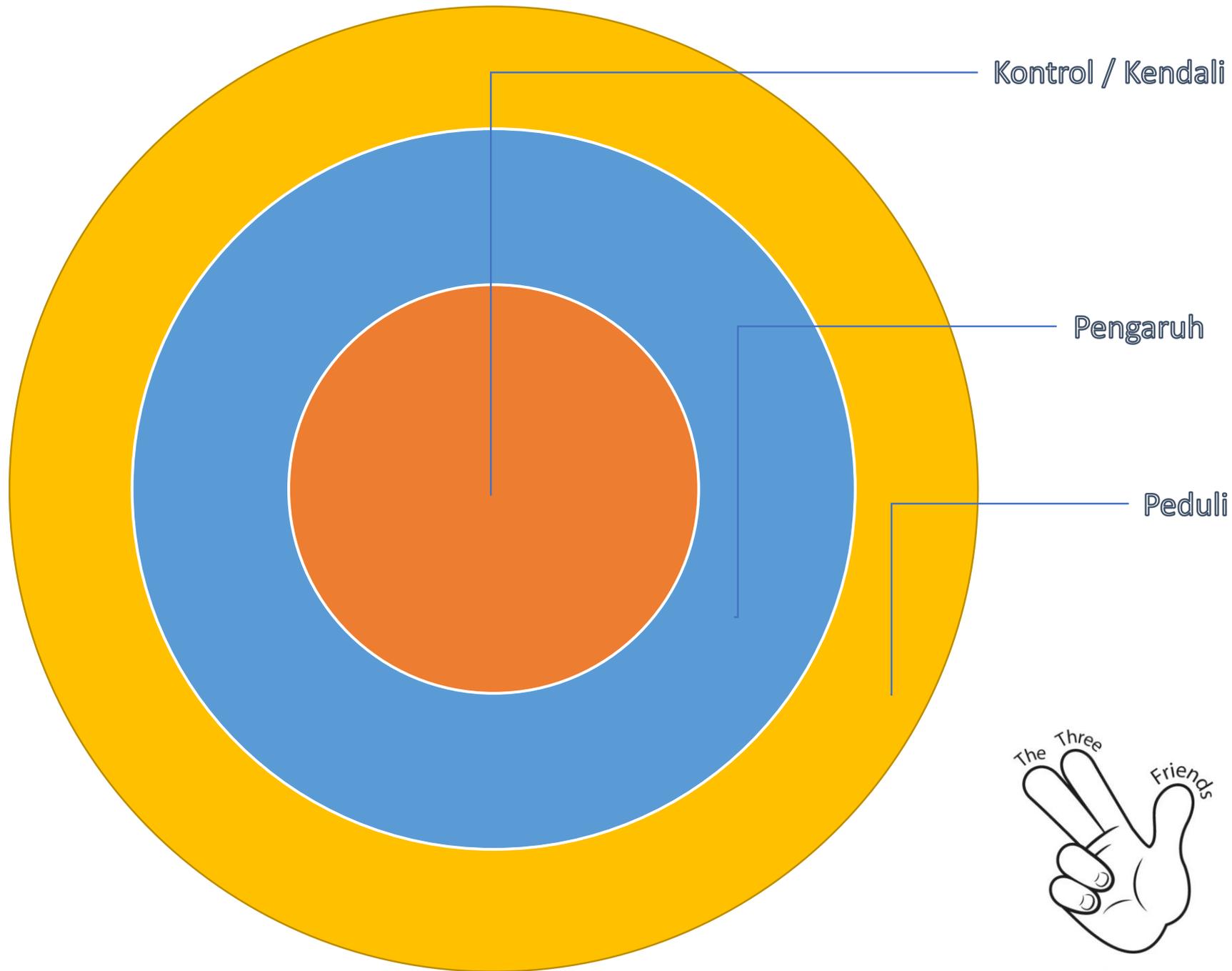
Tetapi dengan
ini



Bagaimana advokasi yang dilakukan bisa beradaptasi (adaptif) terhadap:

- Perkembangan sosial dengan budaya yang berakar;
- Perubahan iklim dan keseimbangan ekosistem;
- Kemajuan teknologi tepat guna, teknologi industri dan teknologi informasi;
- Transformasi kelembagaan.

Diskusikan di dalam kelompok dan paparkan contoh dari penerapan yang telah, sedang, atau akan dilakukan di lembaga anda (salah satu contoh praktik baik)



Masukan uraian ketiga aktor berikut utk advokasi lingkungan di wilayah masing-masing dalam diskusi kelompok





Merumuskan strategi kampanye dan advokasi bersama

Buat model atau rencana kampanye dan advokasi:

- Tentukan tema
- Target capaian
- Sasaran advokasi
- Alat bantu analisis
- Waktu yang dibutuhkan
- Identifikasi mitra kerja
- Medium advokasi dan kampanye





Terimakasih