

Perencanaan program kampanye sosial edukasi sanitasi pada Satuan Kerja Pengembangan Penyehatan Lingkungan Pemukiman Daerah Istimewa Yogyakarta 2013 = Social campaign program on Sanitary Education the Development Unit of Housing Wellbeing Environment

Riska Adrini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20351771&lokasi=lokal>

Abstrak

Analisis Situasi

Kondisi sanitasi di Indonesia masih memprihatinkan dan belum memenuhi target pencapaian MDGs hingga tahun 2015 sehingga pemerintah membuat program edukasi sanitasi tingkat nasional. Kondisi sanitasi di D. I. Yogyakarta (DIY) sudah cukup baik, namun kondisi ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar manfaat yang diterima lebih maksimal. Selama ini, program edukasi yang dibuat pemerintah menyasar orang tua, oleh sebab itu dibuatlah program edukasi yang ditujukan untuk anak-anak khususnya siswa SLTP. Dalam ranah lingkungan, pemerintah mengacu pada MDGs yang ditetapkan oleh lembaga United Nations (UN), yang pada tahun ini bertema “International Year of Water Cooperation”. Oleh sebab itu, sejalan dengan cita-cita pembangunan sanitasi, aksi ini harus di dukung oleh semua kalangan masyarakat.

Tujuan

Mengedukasi siswa SLTP se-DIY untuk meningkatkan kesadaran dalam bidang sanitasi sehingga melakukan action yakni mengupayakan peningkatan sanitasi di lingkungan sekitar mereka.

Strategi

Melakukan pemasaran sosial sebagai strategi humas untuk meningkatkan aksi khalayak sasaran dengan menggunakan pendekatan 9P dalam marketing.

Khalayak Sasaran

Geografis: Penduduk di wilayah administratif DIY.
Demografis: Penduduk dengan jenis kelamin pria dan wanita. Status Sosial Ekonomi (SSE): SSE A, B, dan C, serta menjalani tingkat pendidikan SLTP
Psikografis: Orang yang peduli terhadap isu lingkungan, berbahasa Indonesia dengan baik dan benar mengetahui bahasa populer, kreatif, inovatif, open minded, percaya diri, mampu membuat karya tulis/poster/green tips, serta memiliki kemampuan public speaking.
Teknografis: Pengguna aktif jejaring sosial, memiliki akses terhadap internet minimal 4 jam per hari, mampu mengoperasikan Microsoft office (Word, Excel, Power Point) atau aplikasi untuk presentasi dan menulis lainnya, memiliki dan mengerti cara mengoperasikan peralatan dokumentasi.

Objektif

Meningkatkan aksi pemeliharaan sanitasi terhadap sanitasi di kalangan pelajar SLTP sebanyak 30% dalam waktu 1 tahun pelaksanaan kampanye.
Meningkatkan engagement dengan khalayak sasaran melalui media sosial sebanyak 30% dalam waktu 1 tahun pelaksanaan kampanye

Pesan Kunci

Jaga Sanitasi: Reduce, Reuse, Recycle, dan Repair!!

Program

Pemilihan Duta Sanitasi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
Sosialisasi Sanitasi
Greenovation Fair

Jadwal

Jadwal periode pelaksanaan kegiatan adalah satu tahun yakni pada tahun 2013 dengan perincian kegiatan sebagai berikut:
Pemilihan Duta Sanitasi Provinsi DIY dilakukan pada bulan Januari - Juli
Sosialisasi Sanitasi dilakukan pada bulan Juli - September
Greenovation Fair dilakukan pada bulan September - November

Anggaran

Adapun total anggaran yang dikeluarkan untuk keseluruhan rangkaian program ini adalah Rp. 315.177.000,-

Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan terdiri atas tiga macam:
Input, yakni evaluasi terhadap segala proses/program yang berlangsung dalam rangka mengadakan kegiatan
Output, yakni evaluasi terkait hasil kegiatan
Outcome, yakni pengukuran dampak dan evaluasi hasil pelaksanaan kegiatan program (media monitoring, event report)

.....

Situation Analysis

The sanitation condition in Indonesia still below the 2015 MDGs target, therefore the government convey the national education program on sanitation. The sanitation conditions in D. I. Yogyakarta, are above the nation's average achievement but still below the 2015 MDGs target. Thus, we need to boost the effort. The government program so far only dedicated to the adults. Thus, the educational program on sanitation subjected to the children is needed. Especially for high school students. In environmental area, the Government is up to MDGs constructed by the UN. For this year, the theme is "International Year of Water Cooperation". Therefore this action requires public support to make it success.

Goals

To educate the students and enhance the awareness from DIY's junior high school students in sanitation. So that, they will initiate the action to preserve and develop the sanitation.

Strategy

Implement the social marketing strategy as Public Relations (PR) program to increase the target adopter's initiative on sanitation. Also, this program is using 9 Ps approaches on marketing.

Target Adopters

Geographic: The geographic characteristic is the citizen of D.I. Yogyakarta province.
Demographic: The demographic characteristics are male and female.
Social Economy Status: the social economy

status of this program are A, B, C and doing the education in junior high school.
Psychographic: The one who has the awareness in environmental issues, has the ability to speak and write in Indonesian language properly, aware about popular language, creative, innovative, open-minded, self-confidence, has the ability to create posters, essays, and green-tips, also public speaking ability.
Technographic: The target adopters are people who actively involved in social media. Has an access to internet for minimum 4 hours a day, able to operate the Microsoft office, able to operate the documentation tools.

Objective

To enhance the action on sanitation preservation in Junior High School Students for about 30% in one year campaign period
To increase the engagement with target adopters through social media for about 30% in one year campaign period.

Key Messages

Jaga Sanitasi: Reduce, Reuse, Recycle, dan Repair!!

Program

The election of sanitation ambassador
Socialization on sanitation
Greenovation fair

Schedule

The periods of this campaign lies between January to December 2013.
The election of sanitation ambassador will be held in January to July 2013
Socialization on sanitation will be held in July to September 2013
Greenovation fair will be held in September to November 2013

Budget

The sum of money needed to conduct this campaign are Rp. 315.177.000,-

Evaluation

Evaluation to program Social Marketing Program, Educational Campaign on Sanitation 2013 will be based on:
Input: evaluation on all the process needed to conduct the program
Output: evaluation on all production results
Outcome: measurement on all the following impact from the program and evaluation on the final result (media monitoring, event report).