

RESPON TANGGAP DARURAT MENGHADAPI PANDEMI INFLUENZA

PENDAHULUAN

- **TERJADINYA PENINGKATAN JUMLAH KASUS DAN JUMLAH YG MENINGGAL AKIBAT TERSERANG WABAH FLU BURUNG DI BERBAGAI DAERAH. SAMPAI DENGAN 31 MEI 2007, JUMLAH SUSPEK 98 DAN YANG MENINGGAL 78**
- **KURANGNYA TINGKAT KESADARAN MASYARAKAT (KURANG EFEKTIFNYA SOSIALISASI KE MASYARAKAT).**
- **UNTUK MENGANTISIPASI KEMUNGKINAN TERJADINYA PANDEMI, MAKA DIPERLUKAN SUATU KAMPANYE NASIONAL MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT UNTUK SIAP SIAGA - BERTINDAK TEPAT DLM MENGHADAPI PANDEMI.₁**

MAKSUD KAMPANYE NASIONAL

NASIONAL :

MEMBERIKAN KESADARAN KEPADA SELURUH MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN KESIAP-SIAGAAN DAN BERTINDAK TEPAT DLM MENGANTISIPASI KEMUNGKINAN TERJADINYA PANDEMIK, TANPA KEPANIKAN MASYARAKAT.

INTERNASIONAL :

MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT INTERNASIONAL, TENTANG LANGKAH-LANGKAH YANG SEDANG DAN TELAH DILAKUKAN INDONESIA DALAM MENGANTISIPASI TERJADINYA PANDEMI.

TUJUAN

- MEMBANGUN KESADARAN SELURUH LAPISAN DAN GOLONGAN MASYARAKAT UNTUK SIAP SIAGA DAN MELAKUKAN TINDAKAN TEPAT DLM MENGHADAPI KEMUNGKINAN TERJADINYA PANDEMIK.
- MEMELIHARA KONDISI SOSIAL, EKONOMI, KEAMANAN YANG KONDUSIF (DLM SITUASI KEMUNGKINAN TERJADINYA PANDEMIK)
- MENINGKATKAN PERAN SERTA SELURUH POTENSI MEDIA MASSA; OPERATOR KOMUNIKASI, DAN KELOMPOK STRATEGIS.

SASARAN KAMPANYE

- **MASYARAKAT UMUM MENGETAHUI, MENYADARI DAN MEMAHAMI BAGAIMANA MELAKUKAN TINDAKAN TEPAT KETIKA TERJADI PANDEMIK INFLUENZA.**
- **MASYARAKAT MEMILIKI INFORMASI YANG UTUH DAN PROPORSIONAL DALAM MENGHADAPI KEMUNGKINAN TERJADINYA PANDEMIK INFLUENZA**
- **SELURUH KEKUATAN MEDIA MASSA DAN OPERATOR KOMUNIKASI, DAN KOMPONEN POTENSIAL TERKAIT DAPAT BERPERAN SESUAI TUGAS DAN FUNGSINYA (SESUAI KETENTUAN PERATURAN PER-UNDANG-UNDANGAN YANG BERLAKU).**

SASARAN KHALAYAK

- **MASYARAKAT UMUM**
- **MASYARAKAT BERISIKO TINGGI**
- **KELOMPOK-KELOMPOK STRATEGIS**

STRATEGI

- ❖ **PEMILIHAN ISU KAMPANYE YANG SESUAI DENGAN KHALAYAK SASARAN, MEDIA YG DIGUNAKAN, DAN DAMPAK YANG DIINGINKAN DLM RANGKA MEWUJUDKAN PERILAKU YANG TEPAT DFLM MENGHADAPI KEMUNGKINAN TERJADI PANDEMIK INFLUAENZA.**
- ❖ **PEMANFAATAN SELURUH POTENSI SUMBERDAYA KOMUNIKASI DAN INFORMASI SESUAI DENGAN KARAKTERISTIKNYA SECARA SINERGIS MELALUI PENGENDALIAN OPERASIONAL YG KUAT.**
- ❖ **PEMBERDAYAAN KELOMPOK- KELOMPOK STRATEGIS POTENSIAL DALAM AKTIVITAS SOSIALISASI, ADVOKASI DAN EDUKASI DLM. UPAYA MENGHADAPI KEMUNGKINAN TERJADINYA PANDEMIK INFLUENZA.**
- ❖ **PRA-CONDITIONING UNTUK MENGGERAKAN PARTISIPASI SELURUH MASYARAKAT DALAM RANGKA “PANDEMIC INFLUENZA DRILL” (PEMBELAJARAN DAN PELATIHAN) MENGANTISIPASI TERJADINYA KEMUNGKINAN PANDEMIK.**
- ❖ **MEMBANGUN DAN MENGEMBANGKAN JARINGAN INFORMASI NASIONAL SEBAGAI CLEARING HOUSE DI PUSAT DAN DAERAH.**
- ❖ **MELAKUKAN ADVOKASI KEPADA PENGAMBIL KEPUTUSAN (EKSEKUTIF – LEGISLATIF) DAN MASYARAKAT INTERNASIONAL.**

KEGIATAN :

A. TEMA KEGIATAN

**TINDAKAN TEPAT MENGHADAPI
KEMUNGKINAN PANDEMIK
INFLUENZA.**

TARGET KEGIATAN :

TARGET GROUP

- **MASYARAKAT UMUM**
- **KELOMPOK BERISIKO TINGGI**
- **KELOMPOK STRATEGIS**

1. MASYARAKAT UMUM :

- **IBU RUMAH TANGGA**
- **ANGGOTA KELUARGA**
- **ANGGOTA MASYARAKAT**
- **GURU DAN MURID SEKOLAH**

2. KELOMPOK RISIKO TINGGI :

- **PETUGAS KESEHATAN**
- **PETERNAK UNGGAS**
- **PEKERJA TERNAK UNGGAS**
- **PEMELIHARA UNGGAS**
- **PETUGAS LAB KESEHATAN**
- **PETUGAS LAB VETERINER/HEWAN**
- **PENJUAL UNGGAS**
- **PENJUAL PRODUK UNGGAS**

3. KELOMPOK STRATEGIS :

- **TOKOH MASYARAKAT**
- **KELOMPOK AGAMA**
- **KELOMPOK SOSIAL**
- **KELOMPOK ADAT**
- **ORGANISASI PROFESI**
- **ORGANISASI KEAGAMAAN**
- **PARTAI POLITIK**
- **BIROKRAT & TNI / POLRI**
- **KOMUNITAS KESEHATAN**
- **KOMUNITAS PERDAGANGAN**
- **KOMUNITAS MEDIA MASSA**
- **PENGAMBIL KEBIJAKAN**
- **L S M**
- **PEMILIK MODAL / PENGUSAHA**

PROGRAM KEGIATAN

- **PENYEBARLUASAN INFORMASI (DISEMINASI) DAN SOSIALISASI**
- **PEMBENTUKAN PUSAT INFORMASI TERPADU (CLEARING HOUSE)**
- **PENGGERAKAN & PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (“PANDEMIC INFLUENZA DRILL”)**
- **ADVOKASI**
- **PEMBENTUKAN OPINI KONDUSIF MENGHADAPI KEMUNGKINAN PANDEMIK INFLUENZA.**
- **PENGUATAN AKTIVITAS PERINGATAN DINI**

C. METODE KEGIATAN

KOMUNIKASI MASSA

PRA - KONDISI

KOMUNIKASI TATAP MUKA

I. METODE KOMUNIKASI MASSA

- **PEMBERITAAN**
- **STOP – PRESS**
- **RUNNING TEXS**
- **IKLAN KOMERSIAL & PSA**
- **HIBURAN & INFOTAINMENT**
- **DIALOG INTERAKTIF DI MEDIA**

D. MEDIA

MEDIA YG DIGUNAKAN :

a. MEDIA ELEKTRONIK

1. Televisi
2. Radio
3. Internet / Web
4. OPERATOR KOMUNIKASI

b. MEDIA CETAK

1. Koran Nasional & Lokal
2. Tabloid, Majalah
3. SELEBARAN KHUSUS

c. MEDIA LUAR RUANG

1. BILL BOARD

2. BALIHO

3. SPANDUK

4. BANNER

5. TRANSIT AD

6. MOBILE AD (TRANSPORTASI UMUM)

7. VIDEOTRON

d. PRINTED MATERIAL

1. PAMFLET
2. POSTER
3. BROSUR/ LEAFLET
4. FLYER
5. BOOKLET
6. BUKU
7. HAND-OUT

e. MEDIA TRADISIONAL

- 1. W A Y A N G**
- 2. KETOPRAK**
- 3. DRAMA GONG**
- 4. M A D I H I N, dan**
- 5. Kesenian / Pertunjukan Rakyat Lainnya**
- 6. MEDIA PENYAMPAI INFORMASI DAN PERINGATAN TRADISIONAL**

KEGIATAN LANGSUNG

- CERAMAH, DISKUSI, DIALOG
- ORIENTASI, PELATIHAN, BIMBINGAN, KONSELING, TOT.
- PERAGAAN, SIMULASI
(PANDEMIC INFLUENZA DRILL)
- PENYEBARAN TANDA-TANDA (SIGNS)
DAN BOOKLET MANUAL

E. SASARAN KOMUNIKASI MASSA

- 1. KELOMPOK MASYARAKAT UMUM**
- 2. KELOMPOK RISTI**
- 3. KELOMPOK STRATEGIS (GURU – TOMAS – TOGA – TODA – NGO – ORMAS – PMI – TNI/POLRI – PRAMUKA DSB)**

G. ISI / PESAN KOMUNIKASI

ISI / PESAN KOMUNIKASI MASSA

KELOMPOK MASYARAKAT UMUM DAN STRATEGIS

- 1. PENGERTIAN**
- 2. BERTINDAK TEPAT TANPA PANIK**
- 3. GEJALA PANDEMIK INFLUENZA**
- 4. CARA PENCEGAHAN & PENGOBATAN**
- 5. KEBERSIHAN PERORANGAN & LINGKUNGAN**
- 6. UPAYA PERTOLONGAN KE SARANA PELAYANAN**
- 7. INFORMASI CLEARING HOUSE**
- 8. INFORMASI KONTAK PENANGANAN PANDEMIK**

ISI / PESAN KOMUNIKASI MASSA (PRINTED MATERIAL)

KELOMPOK RISIKO TINGGI

A. PETUGAS KESEHATAN

1. PROGRAM PENANGGULANGAN PANDEMIK
2. PENATALAKSANAAN KASUS
3. STANDAR UNIVERSAL (KALAU TERJADI PANDEMIC INFLUENZA)

ISI PESAN KOMUNIKASI MASSA (PRINTED MATERIAL)

KELOMPOK RISIKO TINGGI B. PETERNAK UNGGAS

1. PENGERTIAN
2. GEJALA PANDEMIK
3. CARA PENCEGAHAN & PENGOBATAN
4. KEBERSIHAN PERORANGAN & LINGKUNGAN
5. UPAYA PERTOLONGAN KE SARANA PELAYANAN
6. INFORMASI CLEARING HOUSE
7. INFORMASI KONTAK PENANGANAN PANDEMIK.

PERIODE KOMUNIKASI MASSA

**Bertahap dan
Berkelanjutan**

MONITORING & EVALUASI

- 1. PROSES KAMPANYE MELIPUTI :
KESIAPAN PELAKSANAAN DAN BAHAN**
- 2. KENDALA DAN HAMBATAN
PELAKSANAAN KAMPANYE**
- 3. DAMPAK KAMPANYE (KOGNISI – AFEKSI
DAN KONASI).**
- 4. INDIKATOR KESIAP-SIAGAAN UTK
BERTINDAK TEPAT MASY.**

SIAP SIAGA

**TINDAKAN TEPAT UNTUK SIAP-
SIAGA MENGHADAPI
KEMUNGKINAN PANDEMIK
INFLUENZA.**

TERIMA KASIH