UNIVERSITAS GADJAH MADA

Strategi Advokasi untuk Akselerasi Pembangunan Kesehatan Masyarakat

Presented by:

Yayi Suryo Prabandari

Department of Health Behavior, Social Medicine & Environmental Health

Faculty of Medicine

Universitas Gadjah Mada

Yayi Suryo Prabandari

Lahir: Yogyakarta, 15 Nov 1964 (Menikah, 3 anak)
Pendidikan:
S1 Fakultas Psikologi UGM (lulus 1989)
S2 Program Pasca Sarjana UGM Psikologi Klinis (lulus 1994)
S3 Kedokteran Komunitas, Fac. of Medicine & Health Sciences, the University of Newcastle, Australia (lulus 2005)

Pekerjaan:

- **Staf Pengajar Departemen Ilmu Perilaku Kesehatan, Kedokteran Sosial dan Kesehatan Lingkungan FK UGM (S1, S2,S3)**
- **Psikolog di RS Happy Land**
- **Peneliti di Pusat Perilaku dan Promosi Kesehatan , Pusat Kajian Bioetika dan Humaniora, Pusat Kebijakan dan Manajemen Kebijakan, Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada**
- **Anggota Komisi Etik FK UGM & RSS**

Jabatan:

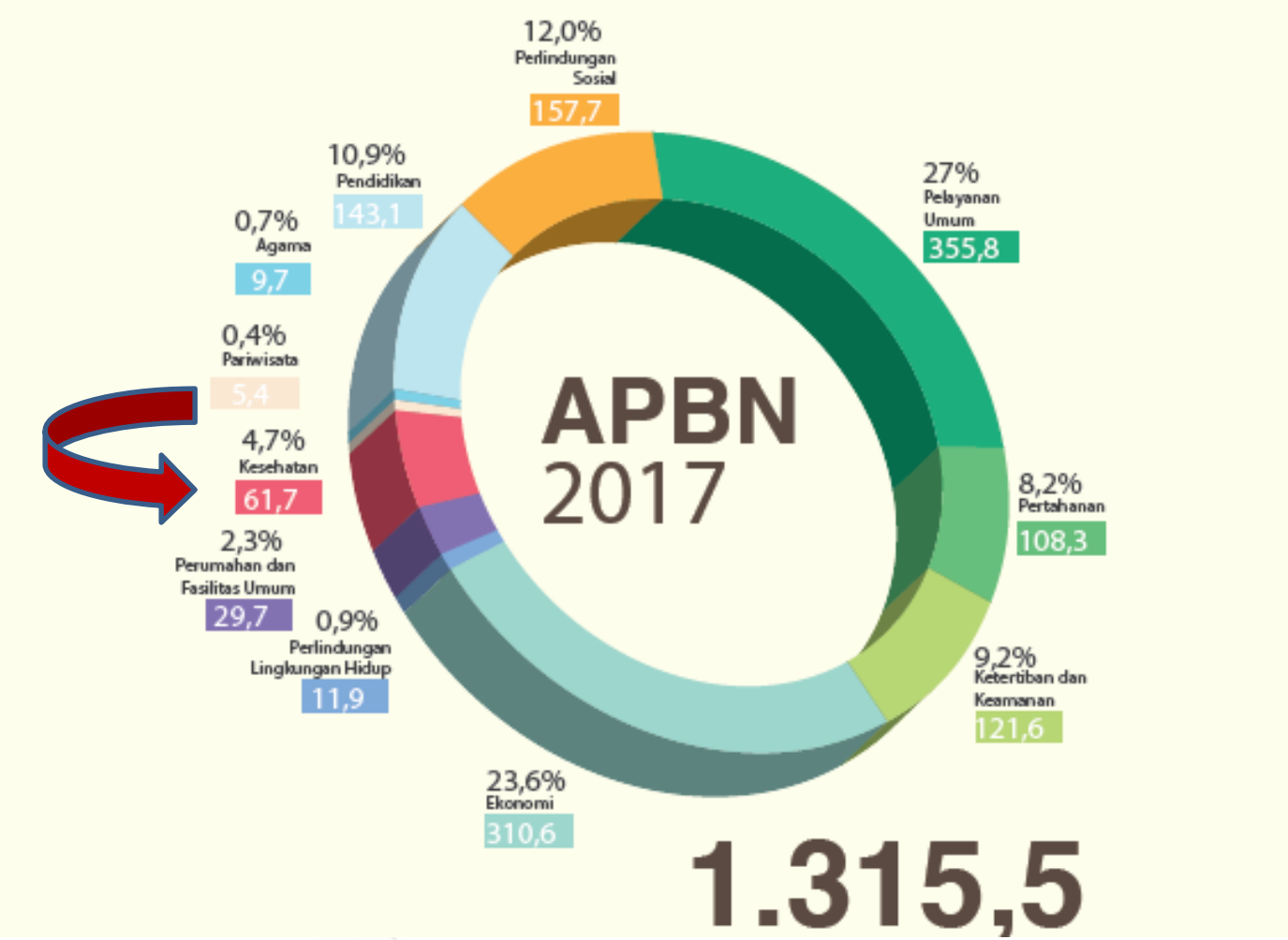
Ketua Minat S2 Perilaku dan Promosi Kesehatan Prodi IKM FK UGM
Sekretaris Departemen Ilmu Perilaku, Kedokteran Sosial dan Kesehatan Lingkungn FK UGM
Ketua Pusat Perilaku dan Promosi Kesehatan FK UGM
Koordinator QUIT TOBACCO INDONESIA
Ketua Komite Profesional Behavior FK UGM
Divisi Penyuluhan dan Edukasi Yayasan Kanker Indonesia Cabang Yogyakarta
Sekretaris Komite Standar Akademik Prodi S3 FK UGM

Hobby: olah raga (aerobic, renang, jogging), baca, travelling

Garis besar presentasi

- Penentu kesehatan
- Pengingatan pengertian advokasi
- Esensi dan tahapan advokasi
- Berbagai strategi advokasi
- Tips melakukan advokasi

Bagaimana dengan anggaran kesehatan di APBN berikut?



PENENTU KESEHATAN

Kondisi dasar Kesehatan (WHO)

Penentu Sosial Kesehatan

Penghasilan

Status sosial

Pendidikan

Budaya

Jejaring dukungan sosial

Genetik - gender

Lingkungan

Keterampilan personal dan penyesuaian

Pekerjaan dan lingkungan kerja

Pelayanan kesehatan

STATUS SEHAT

SDG – Sustainable Development Goals

PENGINGATAN PENGERTIAN ADVOKASI

Advokasi?

- Strategi untuk mempengaruhi pengambil keputusan ketika mereka menyusun/mengembangkan hukum dan regulasi, mendistribusikan sumber dan membuat keputusan untuk mempengaruhi kehidupan orang

- Melakukan proses untuk mempengaruhi mereka yang membuat keputusan

Advokasi?

- Advokasi direncanakan, disengaja dan usaha yang berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran suatu masalah.

- Proses yang berjalan dengan dukungan dan pemahaman dibangun dalam suatu periode waktu dan menggunakan strategi dan metode yang bervariasi

Advokasi adalah berbicara pada pengambil keputusan, partner potensial, pemangku kepentingan sbb "agenda Anda akan terbantu dengan hal-hal yang kita tawarkan"

Kata kunci advokasi:

- Mempengaruhi / *influencing*
- Proses yang disengaja / *deliberate process*
- Pengambil keputusan/*Policy makers*
- Mempunyai pengaruh bagi banyak orang/*Affect the well being of many people*

Jenis Advokasi

- Personal vs. issue-based

- **Personal** – menyampaikan permasalahan dan usulan ke pengambil keputusan yang mempunyai dampak khusus pada yang melakukan advokasi atau orang yang diwakili → cenderung lebih fokus pada permasalahan yg khusus

- **Issue-based** – menyampaikan presenting permasalahan dan usulan ke pengambil keputusan sebagai perwakilan dari kelompok yang lebih besar atau berdampak pada kelompok yang lebih besar – cenderung permasalahan yang lebih luas

ESENSI DAN TAHAPAN ADVOKASI

Surabaya Mulai Koordinasi Perda Kawasan Tanpa Rokok dengan Kementrian Kesehatan- Senin, 23 Mei 2016 20:58

- **SURYA.co.id | SURABAYA** - Setelah didok dalam rapat paripurna pada Jumat (20/5/2016) lalu, Panitia Khusus (Pansus) untuk pembahasan Rancangan Peraturan Daerah (Raperda) Kawasan Tanpa Rokok (KTR), segera melakukan tugasnya…….
- "Tempat kerja dan tempat publik yang seperti apa? Apakah yang masuk kategori itu tempat kerja yang rentan bahaya seperti pabrik, industri atau sejenisnya karena di sana ada api, asap," lanjut Chusnul.
- Politisi PDI Perjuangan ini menambahkan, kriteria tempat kerja apa juga yang berkaitan dengan pelayanan publik, atau perbankan yang memang tak diperbolehkan orang merokok.
- "Kemudian, apa kalau perda ini diberlakukan, otomatis sudah tak boleh mendesain smoking area," katanya.
- Ia menegaskan, **jika sudah tak ada *smoking area* bagaimana dengan perokok aktif?**
- Persoalannya, lanjutnya, apakah mereka harus keluar gedung jika ingin merokok. **Meski ia mengakui merokok aktivitas untuk mendapatkan kenikmatan sendiri namun Chusnul berharap, para perokok juga jangan sampai terdiskriminasi**

Esensi Advokasi yang Baik

- Identifikasi dan mampu menjelaskan pesan atau permasalahan yang alat yang dilakukan
- Memahami permasalahan lebih baik daripada siapa saja yang berada di pemerintahan
- Mampu menempatkan permasalahan sehingga cukup tepat dengan agenda pemerintah dan siklus pemilihan atau mampu untuk menetapkan agenda baru
- Membangun hubungan yang telah ada dengan pemberi pengaruh kebijakan atau menciptakan hubungan

Tahapan advokasi

- Menetapkan masalah
- Lakukan kajian – mencari fakta dan informasi yang perlu diketahui agar lebih efektif
- Perhatikan “temperatur” emosional
- Curah pendapat untuk solusi
- Putuskan rencana aksi

Tetapkan masalah

- Individu butuh penentuan yang diinginkan dari situasi – hasil apakah yang diinginkan?

- Pertanyaan yang diajukan
  - Apakah individu mempunyai hak?
  - Bagaimana dampak pada yang lain?
  - Siapa yang bertanggung jawab – siapa yang terlibat?

Lakukan kajian

- Apakah ada pertanyaan legal – apa yang tertulis di hukum atau regulasi tentang permasalahan tersebut?
- Apakah ada prosedur untuk keluhan atau protes? Apakah ada proses formal yang harus diikuti?
- Siapa orang yang tepat untuk mendekat hal tsb?

Perhatikan “temperatur” emosi

- Emosi yang melibatkan aksi – tanpa pikiran, emosi dapat menciptakan masalah daripada solusi
- Emosi harus seimbang antara pengetahuan dan fakta
- Ingat, menjadi efektif berarti menyampaikan pertanyataan dengan cara yang dapat didengarkan
  - Selalu tenang, terkendali dan rasional

Curah pendapat solusi

- Selalu ada solusi lebih dari 1 pada setiap masalah
- Bekerja berdasar kekuatan
  - Komunikasi tulis vs. perorangan
  - Advokasi dengan partner vs solo
- Jamin bahwa pelaku advokasi melihat opsi dan konsekuensi dari pilihan

Ambil keputusan pada perencanaan aksi

- Tetapkan tanggal dan waktu untuk melakukan
- Dokumentasikan yang dilakukan
  - Tulis tanggal dan nama
- Tindak lanjut – jika tidak ada respon pada kontak pertama, dicoba kembali
- Bila tidak senang dengan respon yang diterima, cari opsi lain dan cara yang lebih menarik

Hal-hal yang perlu dilakukan sebelum melakukan advokasi:

- Satukan informasi kebijakan dan politik
- Menilai risiko
- Membangun kerjasama yang stratejik
- Menetapkan kredibilitas sebagai pelaku advokasi
- Kaitkan advokasi ke dalam prioritas negara
- Pertahankan fokus

Merencanakan inisiasi advokasi

Melakukan analisis kebijakan → Membuat garis besar strategi advokasi → Memfinalkan strategi advokasi → Membingkai sebuah kerangka

Melakukan analisis kebijakan

- Identifikasi sebuah masalah kebijakan
- Identifikasi aktor kunci dan institusinya
- Analisis lingkungan/konteks kebijakan
- Ringkas hasil kebijakan
- Identifikasi opsi untuk perubahan kebijakan

Menyusun garis besar strategi advokasi

- Pilih sebuah masalah kebijakan
- Seleksi target audiens
- Tetapkan tujuan sebuah kebijakan
- Identifikasi “jejaring” dan “pihak di seberang”

Memfinalkan strategi advokasi

- Menseleksi peran
- Identifikasi pesan kunci
- Menetapkan aktivitas advokasi

Membingkai sebuah rencana

- Tetapkan waktu
- Persiapkan anggaran
- Persiapkan kerangka kerja
- Rencanakan monitoring dan evaluasi

Pelaksanaan sebuah inisiatif advokasi

- Mengembangkan dan menyampaikan pesan
- Bekerja dengan yang lain
- Menerapkan taktik advokasi

Pesan dalam proses advokasi

- **Jelas: APA** yang harus dilakukan oleh sasaran **(SIAPA)**
- Didasari **ARGUMENTASI** (data) yang akurat dan kuat
- **KEUNTUNGAN** yang akan diperoleh
- Kalimat Jelas dan singkat

Policy briefs:

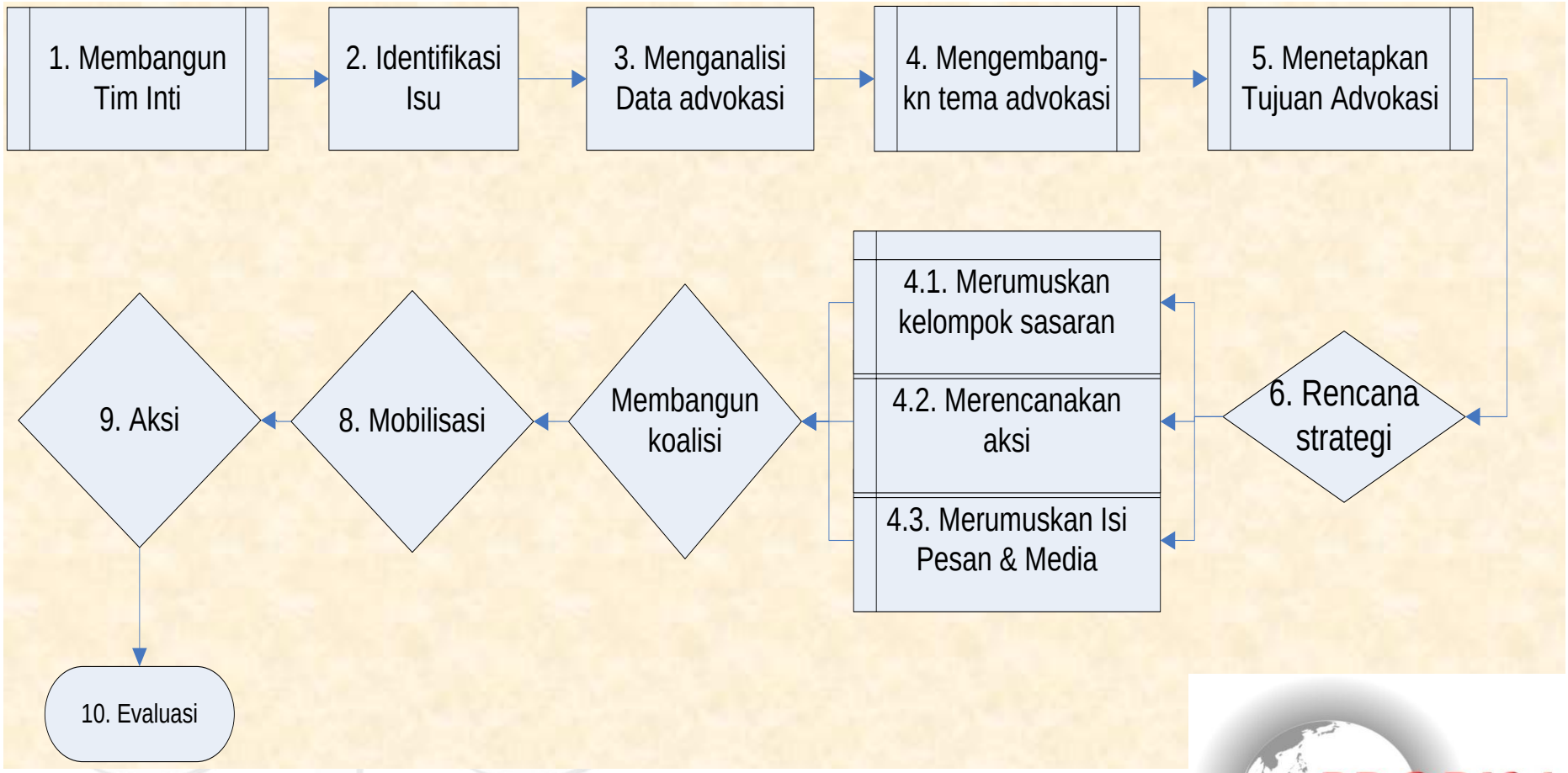
- Membantu advocate menyampaikan **issue** kepada policy makers
- Keterbatasan waktu ***policy makers***
- Memudahkan memahami *issue*
- Persiapan lebih baik

✓ Dokumen mandiri
✓ Fokus pada topik tertentu
✓ Tidak lebih dari 1,500 kata (2-4 halaman)

Etika Advokasi

- Selalu terbuka (berwawasan luas)
  - Netral, empati, baik dan terikat (detached)
  - Memahami fakta sebelum bertindak
  - Berbicara dengan tim/anggota dan dengan ijin, bicara ke orang/organisasi lain yang terlibat
  - Uji dengan penasehat

Tahapan advokasi



PRORISA
Lembaga Penelitian, Pelatihan & Konsultasi Kesehatan Masyarakat

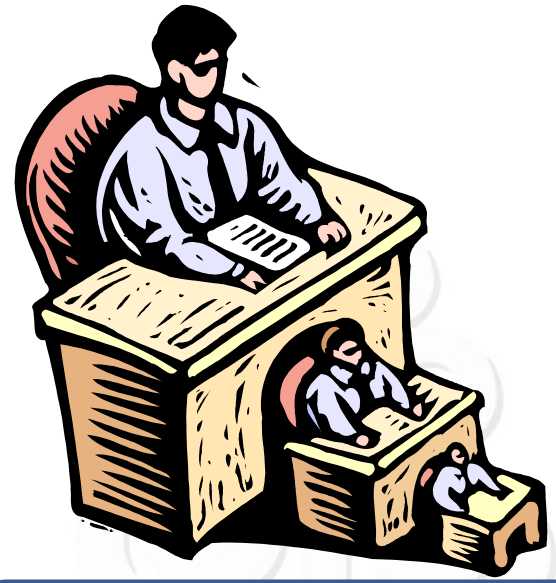
STRATEGI DAN METODE ADVOKASI

Pendekatan untuk Advokasi

- Melibatkan pemimpin
- Membangun kerjasama/partnership
- Memobilisasi kelompok komunitas
- Meningkatkan kapasitas
- Bekerja dengan media

Melibatkan pemimpin

Pemimpin merujuk pada mereka yang mempunyai pengaruh kuat dalam memfasilitasi perubahan populasi dan kesehatan di tingkat nasional



Law makers : mereka yang membuat hukum/regulasi

Policy makers: mereka yang membuat kebijakan

Decision makers: mereka yang melaksanakan kebijakan

Bagaimana menemui pemimpin

Setting formal: rapat, seminar, konferensi,…..

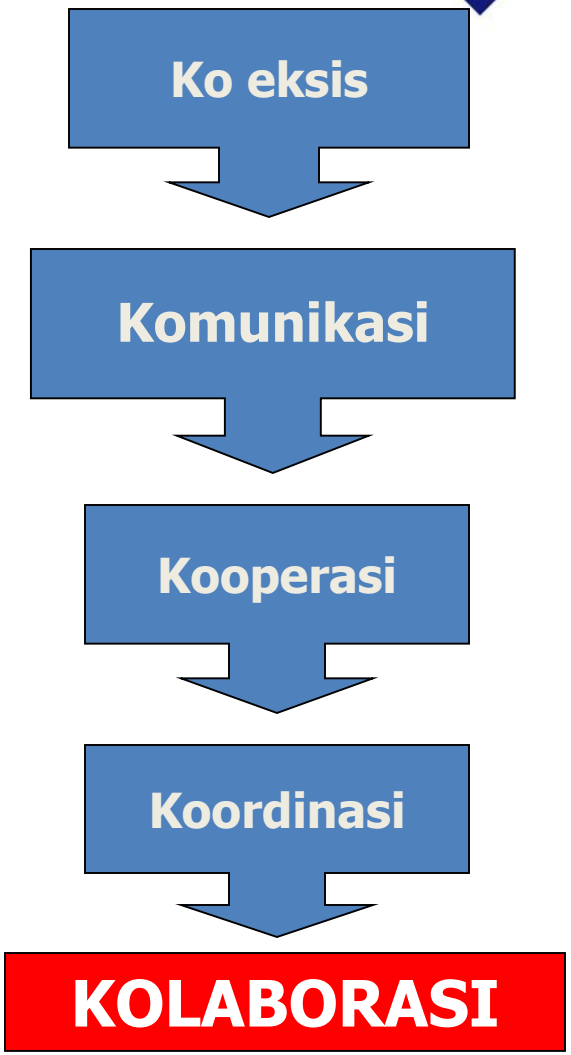
Setting informal: tempat kumpulnya masyarakat, festival, kegiatan olah raga, di rumah…….

Langsung: rapat, surat, media….

Tidak langsung: melalui rekan sejawat, teman, pasangan ……

Membangun kerjasama

Kerjasama dibentuk oleh kelompok atau individu yang bergabung bersama yang bermaksud mencapai tujuan yang sama



Membangun kerjasama yang efektif

Pertanyaan kunci yang ditanyakan pada diri sendiri sebelum melakukan pendekatan pada partner yang potensial

- Siapa yang mengkonstitusikan kerjasama
- Siapa yang memimpin kerjasama
- Bagaimana sumber diperhitungkan?
- Seberapa besar kerjasamanya?
- Haruskah dibatasi pada tingkat nasional atau tingkat yang lain dilibatkan juga?

Memobilisasi kelompok komunitas

Tujuan

- Untuk mendapatkan perhatian dari pemimpin populasi kunci dan mendorong mereka untuk melakukan aksi
- Memberikan umpan balik pada kebutuhan dan perasaan komunitas
- Membantu perencana utk mengumpulkan data, testimonia dan informasi lain yang menambah issue
- Diseminasi informasi tentang publik dan menciptakan dungan publik terhadap issue yang diadvokasikan

Bagaimana mengorganisasikan kelompok komunitas

- Melibatkan pemimpin komunitas, pemimpin berpengaruh dan pimpinan agama
- Identifikasi kelompok masyarakat yang ada
- Identifikasi saluran komunikasi komunitas yang ada untuk diseminasi informasi
- Organisasikan kelompok (identifikasi anggota kelompok, pemimpin kelompok dan buat TOR)
- Mobilisasi kelompok melalui pertemuan (kelurahan, desa dsb), diskusi kelompok, media tradisional atau panggung hiburan)

Pembangunan kapasitas (Capacity Building)

Pembangunan kapasitas digunakan untuk:

- Pengembangan kepemimpinan
- Memperluas jaringan advokasi
- Mempertahankan pemahaman dan keterampilan
- Mengikuti trend dan tantangan yang baru

Bekerja dengan Media*

*Few slide taken from American Cancer Society. 2006 Smoke Free Track – Advocacy and Media Advocacy for Smoke free policies. San Fransisco: ACSU

Masih Ada Gizi Buruk

by portal nasional • January 26, 2017

- Surabaya – Kota metropolitan kedua setelah Jakarta, ternyata masih diketemukan kasus gizi buruk. Seperti yang disampaikan Febria Rahmanita Kepala Dinas Kesehatan (Dinkes) Surabaya mengatakan, berdasarkan data jumlah balita penderita gizi buruk sekitar 0,13 persen.
- Masih kata Febria, jumlah penderita gizi buruk (prevalensi) dari tahun ke tahun mengalami penurunan. “Yang gizi buruk maupun yang kurang gizi kita damping,” terangnya. “Balita yang gizi buruk maupun gizi kurang terus kita dampingi sampai sehat,” ungkapnya.
- Febria menyampaikan, Pola pendampingan yang dilakukan Dinkes Surabaya adalah dengan memberikan pengetahuan kepada para orang tua tentang cara memasak hingga mengolah makanan.

Macam media massa

- TV – local and national
- Radio – FM and AM stations
- Cetak :
  - Koran
  - Majalah
  - Newsletters
  - Tabloid
- Websites

Mengapa kita perlu media?

- Menarik perhatian masyarakat terhadap masalah kesehatan → memperkuat jejaring, memperkuat kegiatan advokasi yang dilakukan
- Memberikan informasi → advokasi media
- Mempengaruhi masyarakat dan pengambil keputusan untuk berpikir tentang masalah kesehatan
- Mempengaruhi kegiatan yang akan dilakukan

Metode untuk menyampaikan pesan melalui media

- Press (news) release
- Letter to the editor/surat pada editor/surat pembaca
- Editorial
- Public service announcement/pengumuman public
- Human interest feature article/artikel tentang manusia
- Interviu
- News (press) conference/konferensi pers
- Calendar section for events
- Paid advertising/iklan di media
- Photo story

Pesan yang efektif

- Mempunyai kemenarikan massa
- Fokus pada masalah yang terbatas
- Persuasif and lengkap, didukung oleh fakta dan testimoni
- Imbang antara emosi dan cerita manusia
- Menggunakan bahasa yang sederhana, lugas dan mudah dipahami

Menciptakan pesan yang sukses

Mulai dengan identifikasi dua hal:

- Informasi apa saja yang akan diberikan pada public
- Kegiatan/perilaku apa yang diinginkan terjadi setelah public belajar tentang pesan yang disampaikan

Pesan sebaiknya konsisten dan punya kata kunci

Interviu dengan media

- Katakan organisasi/institusi sesering mungkin
- Katakan pesan utamanya, meski ada pertanyaan lain
- Gunakan bahasa yang sederhana dan jelas
- Hindari istilah teknis
- Perlu diingat, kita sebetulnya berbicara dengan publik, BUKAN pada interviewer

Interviu dengan media

- Respon secara positif untuk pertanyaan yang sulit/menantang (contoh “Saya senang Anda menanyakan hal tersebut”, “Pertanyaan yang bagus”), dan kemudian katakan kembali aspek positif pesan utama
- Jangan mengatakan apapun yang tidak ingin dipublikasikan oleh wartawan
- Ulang hal-hal yang penting agar wartawan tahu kepentingan masalah tersebut

Poin yang perlu diingat

MEDIA mempunyai kata FINAL : mereka menulis, edit, mencetak atau mengudarakan kisahnya

Namun kita DAPAT:

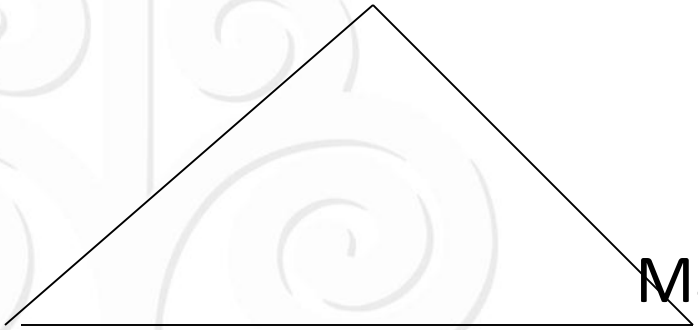
- Mengkontrol yang dikatakan dan memperjelas pesan
- Mengkaji hal yang berlawanan dan antisipasi hal yang kontroversi
- Latih dalam menyampaikan pesan dan respon pada hal-hal yang dirasa sulit dan menantang

Triangel pesan

Sebuah alat untuk membantu tetap pada hal yang diutamakan dan penyampaian yang sesuai dengan yang bp/ibu inginkan untuk didengar

Contoh:

Latar belakang



Aksi

Manfaat

Contoh Triangel pesan

Latar belakang

“ Setiap hari ada penderita DBD – masalah kesehatan yang sebenarnya dapat dicegah – fogging kurang efektif”

Aksi

“Ayo giatkan gerakan 3 M”

Manfaat

“ Keluarga mendapatkan kehidupan yang lebih sehat, terproteksi dan menghemat uang jutaan”

Melakukan konferensi pers

JANGAN LEBIH DARI 1 JAM, tetapi mungkin bisa interviu setelahnya

Persiapan:

- Memilih lokasi pertemuan: rancang waktu dan tanggal
- Mengirim undangan ke media
- Mengkompilasi set tentang informasi latarbelakang
- Memilih pembicara
- Menyiapkan pesan dan respon – pertimbangkan penggunaan triangle pesan
- Tilpon wartawan sebelumnya

Melakukan konferensi pers

Selama pertemuan:

- Daftar participant, dapatkan informasi (kontak yang bisa dihubungi, beri set informasi)
- Sambut partisipan, perkenalkan organisasi/institusi Bp/ibu dan berikan alasan diadakannya konferensi per
- Diskusikan hal yang baru secara mendalam
- Berikan waktu untuk pertanyaan-pertanyaan

Sesudah:

- Evaluasi media yang media yang memuat
- Wartawan tetap diberi informasi atau perkembangan berikutnya untuk lebih memperluas cakupan

Interviu

- Siap untuk segala pertanyaan
- Siapkan orang lain yang bisa hadir dalam wawancara - ahli, stake holders
- Pahami fakta
- Gunakan triangel pesan
- Ucapkan terima kasih pada reporter dan tindaklanjuti setelah wawancara dimuat/ditayangkan

Hal yang perlu diingat

- Menggunakan media untuk mencapai tujuan (advokasi)
- Identifikasi teman di media yang dapat membantu kita
- Mengembangkan perencanaan media (A..B dst)

Pesan kunci untuk ditekankan pada Media

UNTUK GENERASI EMAS → IBU DAN ANAK MEMPUNYAI HAK UNTUK MENDAPATKAN UDARA BERSIH, BEBAS ASAP ROKOK

- Pesan harus konsisten, dan ada kunci utama yang disampaikan pada saat interview
- Pesan kunci harus digarisbawahi

Menguatkan media

Buat berita kita "NEWSWORTHY"

- Mengapa berita kita harus dipublikasi dan lebih dari yang lain
- Apakah berita kita dapat menarik audiens?
- Adakah nama orang yang khusus dalam acara tersebut
- Apakah ybs dapat diinterviu agar dapat menjual berita kita?

TEMBAKAU BUNUH 4 JUTA ORANG PERTAHUN

Para Dokter di Yogya Berupaya Berhenti Merokok

ISU kesehatan krusial yang kini makin intensif diperhatikan terpadu secara internasional adalah mengupayakan derajat kesehatan masyarakat lebih baik — dengan mengurangi bahaya kesehatan akibat rokok/ tembakau. Saat ini tembakau telah membunuh 4 juta orang dalam setahun di seluruh dunia. Setengah dari jumlah kematian ini terjadi pada usia menengah produktif.

Jika pola merokok tidak berubah, maka pada tahun 2030 akan ada 10 juta orang/tahun meninggal karena penyakit yang disebabkan oleh tembakau. Dan, 70 persen dari jumlah itu terjadi di negara berkembang.

Demikian hasil penelitian Pusat Kajian Bioetika dan Humaniora Kesehatan yang bekerjasama dengan Pusat Perilaku dan Promosi Kesehatan Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada yang disponsori oleh *Fogarty International Center of the National Institute of Health* (NIH) Amerika Serikat. Hasil penelitian tersebut, belum lama ini dipresentasikan dalam seminar setengah hari dengan tema 'Beban Merokok dan Program Penghentian Merokok di Indonesia".

"Program penghentian merokok di Indonesia ini merupakan bagian dari program penghentian merokok internasional yang dilakukan oleh UGM," kata Dra Yayi Suryo Prabandari MSi, yang mempresentasikan pengenalan terhadap program penghentian merokok Indonesia dan India.

Suryo Prabandari mengetengahkan hasil survai pada dokter-dokter di Yogya menunjukkan 67 persen 'pernah merokok'. Dari dokter yang pernah merokok tersebut, 32 persen merokok pada bulan terakhir. Sedang 50 persen dari dokter yang saat ini masih merokok, mereka sedang berusaha untuk berhenti merokok.

"Dalam rangka pengurangan jumlah merokok di Indonesia, masyarakat harus tahu bahwa para dokter juga telah berhenti dari kebiasaan merokok. Jika tidak, masyarakat tidak akan percaya bila merokok berbahaya untuk kesehatan," tegasnya. Dokter dan mahasiswa kedokteran, memang dijadikan 'ikon' profesi kesehatan yang dinilai mampu menjadi *public figur* bidang kesehatan, sehingga perilakunya akan dipercaya dan ditiru oleh masyarakat umum.

Kesehatan dan Ekonomi

Program penghentian merokok dipandang sudah harus dimulai 'dengan segera' — karena hebatnya dampak (buruk) terhadap kesehatan dan ekonomi. Diketahui, sebagian besar perokok pada negara berkembang adalah justru mereka yang berpendapatan rendah. Lebih memprihatinkan karena mereka tidak menyadari konsekuensi kesehatan yang akan dialami akibat merokok.

"Padahal perokok perlu biaya kesehatan yang lebih besar dibandingkan dengan yang dialami oleh bukan perokok, juga waktu hidupnya yang lebih pendek," papar Yayi. Biaya pemeliharaan kesehatan penyakit yang diakibatkan oleh rokok rata-rata kotor pertahunnya sekitar 6-15 persen dari total biaya pemeliharaan kesehatan di negara dengan pendapatan tinggi. Ini berarti 1 persen dari Gross Domestic Product (GDP) dari negara kaya dihabiskan untuk menangani penyakit yang berhubungan dengan tembakau. Beberapa negara berpendapatan lebih rendah, diduga juga menghabiskan jumlah yang sama.

"Dari kondisi ini, jelas harus ditemukan alternatif pemecahannya," kata Yayi. Penelitian yang dilakukan oleh Pusat Perilaku dan Promosi Kesehatan tersebut antara lain memberi alternatif bahwa permintaan akan tembakau harus dikurangi. Hal ini dengan jalan menaikkan harga rokok sekitar 10 persen— yang akan berarti mengurangi rokok 4 persen di negara kaya dan 8 persen di negara yang pendapatan rendah — serta mencegah 10 juta kematian.

"Karena harga naik, sekilas akan ada penurunan dalam penjualan rokok, namun pajak penjualan secara keseluruhan akan mengalami peningkatan," ujarnya. Dicontohkan di Cina sebagai negara ketiga pengkonsumsi tembakau di dunia, 10 persen kenaikan pajak rokok akan memotong konsumsi tembakau 4 persen dan menaikkan penjualan 5 persen, ini cukup untuk membiayai saat paket pemeriksaan penting di bidang kesehatan yang utama bagi 1/3 dari 100 juta rakyat miskin di Cina.

Sektor Budaya

Selain itu, alternatif pemecahan juga melalui sektor budaya. Yakni dengan 'menumbangkan' mitos-mitos tentang tembakau yang selama ini menjadi 'reasoning' para perokok. Selama ini, perokok telah 'memaafkan' dan mengizinkan' dirinya untuk merokok berkat berkembangnya mitos-mitos yang telah meresap masuk ke akar budaya bahkan telah menjadi *mainstream*. Dicontohkan, mitos merokok adalah masalah kebebasan memilih dari para penggunanya. Ini tidak benar. Sebab banyak perokok yang tidak mengetahui akan risikonya, atau memandang rendah atau meminimalkan hal-hal yang berhubungan dengan risiko-risiko tersebut. Kebanyakan perokok memulai merokok saat mereka masih anak-anak atau remaja, saat mereka belum dapat membuat pilihan yang mereka tahu akibatnya, dan saat mereka mencoba untuk berhenti mereka sudah kecanduan. Merokok membuat tambahan biaya yang jelas pada orang yang tidak merokok. Untuk alasan-alasan inilah, adanya alternatif pilihan untuk merokok. Berbeda dengan pilihan untuk membeli barang konsumsi lain.

Mitos bahwa perokok selalu menanggung sendiri biaya untuk mengonsumsi rokok. Padahal, sebenarnyalah perokok pasti menimpakan biaya pada bukan perokok. Biaya-biaya yang jelas terkena meliputi kerusakan/ kerugian kesehatan, gangguan dan iritasi lingkungan karena asap tembakau yang terbuka. Baru saja dilaporkan di negera berpendapatan tinggi yang menyimpulkan bahwa, meskipun para perokok memiliki waktu hidup yang lebih pendek, biaya perawatan kesehatan mereka sepanjang hidup melebihi dari pada bukan perokok. Jika perawatan kesehatan dibayar oleh sektor publik, perokok akan menimpakan biaya mereka ke yang bukan perokok.

Pengawasan dan pengaturan yang ketat pada tembakau akan berakibat pada kehilangan pekerjaan massal (pengangguran) secara permanen? Ini juga mitos yang sama sekali tidak benar. Sebab kesuksesan dari pengaturan pengawasan akan tembakau hanya tertuju pada pengurangan konsumsi tembakau secara global, yang telah diproyeksikan tetap tinggi untuk beberapa dekade mendatang. Penurunan hasil akan jauh lebih dramatis dari yang telah dihadapi oleh banyak industri lainnya. Uang yang tidak digunakan untuk membeli tembakau, dapat digunakan untuk hal yang lain dan meluaskan lowongan kerja alternatif. Sedang mitos pemerintah akan kehilangan pendapatan dari penjualan rokok — bila mereka menaikkan pajak rokok — karena orang-orang akan lebih sedikit membeli rokok. Kenyataannya, pajak rokok secara substansi akan mengurangi konsumsi rokok. Proporsi penurunan dalam permintaan tidak akan sebanding dengan proporsi kenaikan pajak, karena pecandu rokok hanya menanggapi kenaikan harga secara perlahan. **(Ela)-c**

TIPS UNTUK ADVOKASI YG EFEKTIF

Panduan untuk Advokasi yang efektif

- Selalu positif
- Rencanakan kemenangan kecil
- Kerjakan PR dan dokumentasikan hasil
- Dimulai dengan mengasumsikan terbaik untuk orang lain
- Menetapkan capaian maksimal
- Bingkai kembali definisi lawan ttg masalah yang diajukan
- Pertahankan kesederhanaan
- Tetap berhasrat dan persiten
- Siap untuk kompromi
- Oportunistik dan kreatif

Panduan untuk Advokasi yang efektif

- Jangan takut dengan intimidasi
- Selalu fokus pada masalah
- Buatlah lokal dan selalu relevan
- Didasarkan informasi yang luas sejak awal
- Kembangkan identitas publik independen
- Usahakan untuk tetap dengan pengalaman individu dalam tim
- Cari di luar pengalaman lawan
- Biarkan lawan dengan aturannya
- Ikatkan usaha advokasi pada *event* yang berkaitan
- Usahakan memanfaatkan waktu dan keadaan

THANK YOU
Terima kasih
Matur nuwun

References

- ✓ Fisher R, Ury W., & Patton B., 1999. *Getting To Yes: Teknik Berunding Menuju Kesepakatan Tanpa Memaksakan Kehendak*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- ✓ Hird JA., 1995. *Controversies In American Public Health*. New york: St martin's press
- ✓ Jansson, BS., 2003. *Becoming An Effective Policy Advocate: From Policy Practice To Social Justice*. Fourth Edition. USA: Thomson learning
- ✓ Sprechmann S. & pelton E. 2001. *Advocacy Tools and Guidelines*. Canada: Care
- ✓ Supriyati. 2015 *Advocacy.* Bahan Pelatihan Konseling Berhenti Merokok. CHBP FK UGM & Prorisa
- ✓ Weimer DL., & vining AR. 1998. *Policy Analysis: Concepts And Practice*. Third Edition. New Jersey: Prentice Hall Inc

Mengakar Kuat
Menjulang
Tinggi