

Panduan Wawancara

Kepala Lembaga Penanggulangan Bencana (LPB) Muhammadiyah

Pertanyaan untuk Informan sebagai berikut:

A. Tahap Perencanaan dalam Kampanye Sekolah Aman Bencana

1. Bagaimana anda menganalisis masalah dalam perencanaan kampanye yang dilakukan ?

Bahwa keberhasilan dari sebuah pergerakan tidak hanya dilakukan dengan asal-asalan, tapi sampai kearah penyadaran., itu tentu tidak sekonyol-konyol kegiatan. Tentu banyak hal yang kita lakukan dari A sampai Z. dari Pra, saat dan Pasca kegiatan. Nah, perencanaan itu sebagai bagian dari proses kegiatan. Sebelum kita melakukan perencanaan, itu kita melakukan berdasarkan sebuah survey. Berdasarkan survey ini menyangkut materi, sasaran dan termasuk monetsnya, termasuk desimulasi informasinya. Jadi, bagaimana kemungkinan-kemungkinan yang dilakukan untuk mendesimulasi informasi di massanger grading. Jadi misalnya begini, ada sasaran sekolah yang di jadikan sebagai sekolah aman bencana, kita bertanya kepada pihak-pihak yang disitu (LPB tingkat daerah) dan media-media seperti apa yang bisa digunakan untuk bisa memberitakan kepada pihak-pihak luas. Nah jadi data berdasarkan hasil survey. Data yang berdasarkan hasil survey itu menjadikan sebuah perencanaan kegiatan dan termasuk bagaimana mempublikasi kegiatan. Baik di tingkat local, nasional maupun di tingkat internasional. Jadi kalau di tingkat local, bagaimana media-media setempat itu memberitakan. Pada waktu sekolah aman bencana di malang, jateng, itu media-media local menjadi mitra. Media MDMC, media nasional, dan media di Menteri Pendidikan. Dan perencanaan sebuah media itu sudah dimulai awal

termasuk yang launching HKBN 2017 kemarin. HKBN itu juga termasuk kampanye sekolah aman bencana, bagaimana dari pranya sudah kita lakukan beberapa kali berjaln dengan media. Media yang terkait ada media TV jogja, koran (KR) website MDMC, FB, twitter dan IG MDMC, dan media-media lainnya.

2. Bagaimana anda menyusun tujuan perencanaan kampanye ?
 - Bertemu dengan tim, baik itu tim dari divisi pengurangan resiko bencana, maupun tim-tim yang di gaetkan. Ambil contoh dari tim yg HKBN kita lakukan dengan teman-teman khusus tim media (MDMC). Dari mitra-mitra media lain juga ada. Jadi kita membuat sebuah tim agar perencanaan kampanye itu bisa berlangsung pada saat kegiatan itu sedang berlangsung. Setiap event kita selalu membuat tim media. Bagi kami media itu adalah mitra. Naik itu cetak, website atau sosmed, itu semua bagian dari citra.
3. Bagaimana anda mengidentifikasi dan melakukan segmentasi sasaran dalam kampanye ?

Jadi, karena terkait dengan Pendidikan, maka contohnya begini. Mengapa kita memilih mu'alimin sebagai tempat central kegiatannya. Itu kan segmentasi, jadi kenapa kita tidak menggunakan rumah sakit misalnya, kan tadi tidak nyambung dengan segmentasi yang tadi. Karena mu'alimin itu bagian dari mengarahkan segemntasi sasaran. Dalam konteks kampanyenya, Nah, satu juta pelajar turun tangan, itu juga bagian dari upaya menggauhkan sekolah aman bencana. Pelajar kan sekolah, jadi kita membuat jagoan-jagoan yang unik yang itu akan membuat kampanye sekolah aman bencana itu semakin akan ter desiminasi dengan baik gitu. Kenapa kita tidak memakai satu juta sekolah aman bencana gitu ya, itu mungkin agak kurang menarik ya, tapi ketika didalam sekolah ada pelajar, satu

juta pelajar turun tangan, itu kan menarik. Jadi ini juga dalam upaya untuk mengangkat isu tentang sekolah aman bencana. Sekolah disini tidak hanya sekolah swasta tetapi juga sekolah negeri (lihat web yang dikirim sulis, SMA 2 negeri bantul) bahkan sekolah NU juga. Kalau untuk universitas belum.

4. Bagaimana anda menentukan pesan kampanye ?

Pemilihan pesan itu memang sangat menentukan untuk diterimanya informasi yang akan kita berikan kepada pihak lain. Pesan pesan yang sederhana, mungkin pesan pesan yang konvensional, monoton itu kan ga menarik ya. Kan kita pilih pesan pesan yang menggelitik, yang pesan-pesan yang itu menjadi penasaran. Seperti misalnya kita kembali kepada kampanye yang mutakhir satu juta pelajar turun tangan. Itu kan memang sederhana, tapi bisa mengguncang Indonesia. Jadi saat pemilihan kampanye kemarin (HKBN 2017) itu kita memang debat betul, apasih yang menjadi pesan sosial. Tidak sederhana memilih “satu juta pelajar turun tangan” itu tidak sederhana. Jadi ada macam macam diskusi yang waktu itu adalah gerakan muhammadiyah untuk HKBN, ada gerakan jama'ah muhammadiyah untuk HKBN, macem-macem. Nah itu kita lakukan berdiskusi bersama. Lalu baru kita bentuk dengan kata-kata bagaimana orang agar tidak keluar dari tema sekolah. Misalnya kita melihat “guru siaga bencana” kan kurang menarik tu atau karyawan, kan ga menarik. Maka dapat “pelajar”. Jadi memang pemilihan tema itu kita sangat debat-debat pada saat itu kita mencari sebuah pesan yang fenomenal, tidak panjang dan simple tetapi membuat penasaran orang.

5. Bagaimana anda merancang strategi dan taktik kampanye ?

Baik. Yang pertama kita pasti menentukan tim ya, panitia. Setelah menentukan tim lalu kita membuat konsep awalnya terlebih dahulu seperti perencanaan tadi itu, kemudian kita bermitra dengan tiga pihak tentang sekolah aman itu tentu

dengan pihak pelajar yg diwakili oleh IPM (membidangi kegiatan di sekolah muhammadiyah se Indonesia), majelis yang membidangi tentang sekolah dan yang terakhir adalah Digidasmen itu mewakili sekolah muhammadiyah dan aisyiyah se Indonesia. Nah jadi kita bermitra dengan tiga pihak itu. Mah, dengan kita bekerjasama dengan pihak-pihak yang berkompeten di sekolah, kita yakin bahwa kampanye kita akan sukses.

6. Bagaimana anda menentukan alokasi waktu dan sumber daya ?

Untuk perencanaan waktu itu penting. Menentukan keberhasilan kampanye kita, kita harus ber the right time in the right place. Jadi momen yang tepat, untuk mendesimilasi informasi. Kalau misalnya contohnya begini, kita berbicara mengenai bahaya banjir tapi jauh dalam musim hujan, itu orang tidak akan terpengaruh, kita berbicara mengenai dampak kekeringan, dimusim penghujan yang lebat, itu juga tak akan berpengaruh. Maka pemilihan waktunya the right time in the situation and the right place. Bagaimana kita membuat kegarakan sekolah aman bencana di waktu yang sangat tepat dan nasional baru memulai kegiatan tersebut sebagai hari kesiapsiagaan bencana nasional. Semua pandangan mata, masyarakat Indonesia tertuju pada agenda nasional itu maka dicsitu momen yang tepat. Orang akan memilih, saya akan mencari perhatian yang mana yang menarik di momen nasional itu. Maka dari itu kita menggunakan momen ini sebagai mendesiminasi informasi kesiapsiagaan nasional, pusatnya, madrasah mu'alimin, kembali kesekolah. Dan kita berhasil, di elajar turun tangan itu kalau ga salah menjadi trending topik di twitter (mita di sulis). Itu sebagai bagian dari statement keberhasilan kampanye sekolah aman bencana MDMC. Jadi penegasan keberhasilan kampanye kita salah satunya yang utama dari situ. Untuk menentukan sumber daya adalah hasil dari rilisnya BNPB (minta ke sulis yang ada

grafik, infografis yang mana kita bisa mendorong kegiatan satu juta pelajar). Dan itu di akui oleh BNPB.

7. Bagaimana anda merancang indikator keberhasilan dari kampanye yang dilakukan?

Jadi tadikan perencanaan di awal, perencanaan untuk persiapan untuk kegiatan media, monev dan sebagainya. Kan ada monev toolnya. Jadi apakah kita sudah berkontribusi. Jadi ada media plan, dan ada monev media plannya. Nah melihat dari sebuah keberhasilannya dari monev media plannya. Perencanaan untuk scedulule bisa minta ke sulis.

B. Tahap Pelaksanaan dalam Kampanye Sekolah Aman Bencana

1. Bagaimana anda melakukan pelatihan personal kampanye ?

Yang pertama adalah perumusan panduan dan modul sekolah aman bencana, yang kedua setelah jadi, pelatihan fasilitator sekolah aman bencana. Setelah itu baru di mulai proram pelaksanaan sekolah aman bencana. Modul yang kita punya sudah ada di MDMC.

2. Siapa saja pihak yang terlibat dalam aktifitas kampanye ?

Pihak yang terlibat yg pertama media yang kita bentuk, ada media MDMC, media IPM.

3. Bagaimana anda menyeleksi penyampaian pesan kampanye ?

Berdiskusi di group, selalu di koordinir oleh coordinator kampanye. misalnya sulis bertanya, mas budi, kalau begini bagaimana, jadi setiap mau dirilis tetap ada pengkajian atau revisi atau quality control.

4. Bagaimana anda menentukan saluran kampanye yang digunakan ?

Di awalkan kita sudah membuat sebuah perencanaan, jadi saluran medianya itu bisa media cetak, media online (twitter, fb) maupun sosmed (IG, WA). Dan di dalam menentukan saluran kampanye juga harus berdiskusi terlebih dahulu. Bisa dalam bentuk formal kita saling berkoordinasi, maupun informal di dalam group WA sosial media.

5. Apakah anda menerapkan uji coba perencanaan kampanye ?

MDMC tidak menerapkan uji coba perencanaan kampanye. rata-rata habis di rencanakan langsung di laksanakan. Jadi di rencanakan, di sepakati, kemudian di lakukan.

6. Bagaimana anda menerapkan uji coba perencanaan kampanye ?

-

7. Bagaimana anda melakukan tindakan dan pemantauan kampanye ?

Monitoring kan tadi yang di lakukan ya. Jadi ada quality control bahwa di MDMC itu ada jajaran yang memang bertugas untuk memberikan pengawasan program seperti penanggung jawab/coordinator.

8. Bagaimana cara anda menyampaikan informasi kebencanaan ?

- Melalui sosial media, dari Fb, Website, Twitter, dan Ig MDMC, spanduk, poster, baliho, seminar-seminar internasional yg sekarang ini di mexico ini, kemudian di bulan peringatan kebencanaan, dan seminar-seminar yang lain.

9. Apa saja media yang digunakan dalam menyampaikan informasi terkait kebencanaan ?

Di nomer 8

10. Bagaimana anda memanfaatkan perkembangan teknologi informasi sebagai media informasi kebencanaan ?

Di nomer 8

11. Bagaimana manajemen komunikasi kebencanaan yang anda usung ?

Tentu simulasi itu bagian dari kampanye sekolah aman bencana. Jauh dari semua itu yang di lakukan, kita memberikan pelatihan kepada pemangku kepentingan. Kesepakatan juga tentang pola komunikasi yang akan di lakukan.

12. Bagaimana proses jalannya komunikasi kebencanaan yang dilakukan ?

Nah di dalam si mulasi itu kita buat scenario simulasi penanggulangan bencana. Itu untuk mengontrol komunikasi

C. Evaluasi Kampanye Sekolah Aman Bencana

1. Bagaimana anda melakukan evaluasi dalam tahap perencanaan kampanye ?

2. Bagaimana anda melakukan evaluasi dalam pelaksanaan kampanye ?

3. Bagaimana anda melakukan evaluasi dalam melakukan informasi kebencanaan ?

4. Bagaimana anda melakukan evaluasi dalam menentukan pesan kampanye ?

5. Bagaimana anda melakukan evaluasi dalam menentukan media kampanye ?

Itu ada pertemuan formalnya dan juga ada di group

6. Bagaimana anda melakukan evaluasi dalam tingkatan kampanye yang dilakukan ?

7. Bagaimana anda melakukan evaluasi dalam tingkatan sikap dalam kampanye yang dilakukan ?

8. Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap indikator ketercapaian kampanye yang dilakukan ?

Evaluasi nya menggunakan mengukur ketercapaian (minta di MDMC)

Pada nomer 1 sampai delapan melakukan evaluasi dengan banyak momen yang dilakukan seperti pertemuan, terkadang tidak harus formal, tetapi di dalam group bersama. Misalnya mengapa kita harus melakukan satu juta pelajar, nah itu di lakukan dalam pertemuan formal maupun informal seperti di group sosmed. Jadi

evaluasi semuanya itu di lakukan setelah program itu di lakukan, kemudian mereka memberikan sebuah apresiasi pada pertemuan tersebut, artinya bahwa kampanye yang di lakukan telah berhasil, lalu kemudian secara perencanaan umum juga di lakukan pada laporan juga dengan badan harian PH, saya laporkan juga kepada bencana harian MDMC tentang kegiatan HKBN untuk sebagai bagian dari evaluasi proses kegiatan. Terus di raker pleno, itu pak budi (ketua MDMC) juga mengapresiasi, itu semua pimpinan MDMC semua datang di situ waktu di hotel kemarin, itu ketua LPB mengatakan sebuah apresiasi dan situ di tasbihkan bahwa HKBN itu berhasil.

9. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dari kampanye yang dilakukan ?

Factor hambatan: waktu, mepetnya kegiatan akbar menjadikan proses kita harus bekerja keras, kemudian karena itu lebih banyak kita melakukan pertemuan non formalnya melalui group WA, kemudian hambatan tentang begitu besar harapan masyarakat tentang SAB, begitu banyak permohonan tentang untuk kita bisa memfasilitasi tetapi kita tidak bisa memberikan harapan harapan itu semaksimal mungkin sehingga itu bagian dari fasilitas kita. Jadi keterbatasan sumber daya menjadikan bagian dari hambatan. Itu kecil menurut saya tetapi masih bisa mencapai kesuksesan bagi kita. Pendukung seperti timnya bagus, pekerja keras semua

Panduan Observasi

Dalam pengamatan (observasi) yang dilakukan adalah mengamati strategi kampanye sekolah aman bencana yang dilakukan oleh Lembaga Penanggulangan Bencana (LPB) Muhammadiyah meliputi:

A. Tujuan :

Untuk memperoleh informasi data mengenai pelaksanaan program kampanye sekolah aman bencana.

B. Aspek yang diamati :

1. Alamat/lokasi pelaksanaan program kampanye sekolah aman bencana
2. Proses kegiatan program kampanye sekolah aman bencana
3. Siapa saja yang berperan dalam pelaksanaan program kampanye sekolah aman bencana
4. Sarana dan prasarana program kampanye sekolah aman bencana
5. Suasana lingkungan pada saat program kampanye sekolah aman bencana berlangsung