

PANDUAN KAMPANYE PENDIDIKAN KESPRO DI SEKOLAH

The Partnership to Inspire, Transform, and Connect the HIV Response 2019

Panduan ini digunakan oleh mitra kerja The Partnership to Inspire, Transform, and Connect the HIV Response atau PITCH untuk melakukan kampanye mengenai pelaksanaan pendidikan kesehatan seksual dan reproduksi bagi siswa usia remaja. Kampanye ini akan dilakukan oleh sepuluh organisasi termasuk Rumah Cemara, yakni Empowerment Justice Action (EJA), Ikatan Perempuan Positif Indonesia (IPPI), Institute for Criminal Justice System (ICJR), Inti Muda, Organisasi Perubahan Sosial Indonesia (OPSI), Perkumpulan Puzzle, Yayasan Gaya Dewata (YGD), Yayasan Gaya Nusantara (YGN), dan Yayasan Kesehatan Bali (Yakeba).

Tujuan Umum: Agar pendidikan seks dan kesehatan reproduksi (kespro) diselenggarakan di sekolah menengah.

Tujuan Khusus

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya seksualitas dan kespro bagi remaja usia sekolah;
2. Menciptakan lingkungan yang mendukung supaya kespro dan seksualitas diajarkan di sekolah-sekolah menengah.

Sasaran Kampanye

1. Orang tua murid;
2. Guru dan pihak sekolah lainnya (seperti kepala sekolah, dewan sekolah);
3. Pembuat kebijakan sekolah;
4. Figur publik atau *influencer*.

Jaringan Kerja. Adalah pihak-pihak yang selama ini sudah melaksanakan pendidikan kespro di sekolah dan dianggap memiliki modul pendidikan tersebut, di antaranya:

1. BKKBN;
2. Kementerian/ Dinas Kesehatan;
3. Kementerian/ Dinas Pendidikan dan Kebudayaan;
4. Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI – ornop).

Saluran: Media Sosial

Periode: Oktober-November 2019.

Bentuk: Kampanye tagar (#) di media sosial.

Tagar (#): #AjariKesproDiSekolah; #KesproItuPelajaran; #TauKesproDariSekolah

Panduan Teknis Pengemasan Kampanye

I. Penting untuk semua materi

- Materi atraktif, informatif, sederhana;
- Menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama;
- Bersifat ajakan tapi tidak menggurui. Pesan mengandung tuntutan agar pendidikan kespro diselenggarakan sekolah;
- Penggunaan data harus mencantumkan sumbernya;
- Materi, baik kata dan gambar, tidak mengandung unsur SARA, pornografi, dan sadistik;
- Materi mempertimbangkan keberadaan aturan yang berlaku, dalam hal ini UU ITE;
- Penggunaan foto wajib menyebut siapa fotografernya dan/ atau sumber fotonya;
- Wajib menyebutkan pencipta karya berbentuk audio, video, termasuk foto dan kutipan kata-kata;

- Apabila mengutip berita, pastikan kebenaran berita tersebut sehingga kampanye ini tidak menyebarkan hoaks.

Contoh materi kampanye ini untuk di-post di akun medsos mitra PITCH:



Pelaksana bisa saja menjadikan pesan kampanye yang sudah disepakati di Tabel Pesan, Jadwal, dan Pelaksana – hal. 4 dan tertera pada materi gambar sebagai teks keterangan (*caption*). Selain itu, pelaksana wajib *mention* akun pelaksana kampanye atau mitra PITCH lain serta *influencers* yang dirasa perlu (lihat keterangan di bawah Tabel Pesan, Jadwal, dan Pelaksana – hal. 4) di kolom *caption* media sosial saat mem-*post* materi kampanye.

II. Kualitas Konten Media Sosial

- Konten disarankan menggunakan dua unsur utama: (1) keterangan atau *caption* materi yang di-*post* berupa teks dan (2) grafis/ gambar bisa berupa foto, sketsa/ drawing, meme, infografis, atau video;
- Gaya *lay-out* bebas sejauh menarik secara visual;
- *Caption* berupa teks:
 - Gunakan teks keterangan yang menarik, lugas, dan menggunakan ejaan yang baik serta pastikan ejaannya benar – tidak *typo*, ejaan Bahasa Indonesia bisa diperiksa menggunakan aplikasi <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Cari/Index>
 - Tidak ada panduan mutlak berapa kalimat dan panjang sebuah *caption* yang efektif. Gunakan prinsip KISS (*keep it short and simple*) agar tidak terlalu panjang;
 - Sedapat mungkin hindari singkatan;
 - Ada kalanya sebuah *caption* diakhiri dengan kalimat tanya untuk meningkatkan *engagement* khalayak;
 - Gunakan tagar (*hashtag*) yang disepakati bersama;
- Grafis/ gambar berupa foto, sketsa/ *drawing*, meme, infografis, atau video:
 - Penggunaan gambar/ ilustrasi sangat disarankan menggunakan gambar sendiri (bukan mengambil dari sumber lain);
 - Apabila menggunakan grafis dari mesin pencari, periksa dan pastikan cara penggunaannya dan sebutkan pembuat karyanya sehingga tidak melanggar hak atas kekayaan intelektual orang lain;
 - Gunakan gambar dengan resolusi tinggi;

- Apabila *upload*/ posting materi dilakukan sendiri-sendiri untuk setiap *platform* secara manual, sebaiknya perhitungkan dimensi dan ukurannya:
 - Facebook. Ukuran gambar efektif berdimensi 504 x 504 pixel;
 - Instagram. Ukuran gambar efektif berdimensi 1.080 x 1.080 pixel (*square*), 1.080 x 1.350 pixel (*portrait*), dan 1.080 x 566 pixel (*landscape*);
 - Twitter. Ukuran gambar efektif minimum 440 panjang x 220 pixel lebar, dan maksimum 1.024 panjang x 512 pixel lebar;
- Khusus untuk Youtube, format yang direkomendasikan adalah mp4 atau mpeg4. Sedangkan aspek rasio yang diterapkan adalah 16:9, sehingga ukuran yang disarankan mulai dari 240 pixel (426x240), 360 pixel (640x360), 480 pixel (854x480), 720 pixel (1280x720), dan seterusnya hingga maksimal 2.160 pixel (3.840 x 2.160) atau dikenal dengan video ukuran 4K.

Waktu Efektif Posting Materi

Berikut ini sejumlah panduan yang disarikan dari sejumlah sumber,

1. Instagram
 - Selasa hingga Sabtu dengan rentang waktu pukul 10.00 hingga 15.00 dan pukul 19.00 hingga 21.00 merupakan waktu terbaik;
 - Hindari mengunggah konten di hari Senin dan Minggu.
2. Facebook
 - Senin hingga Jumat antara pukul 13.00 hingga 16.00;
 - Akhir pekan adalah hari dengan *engagement rate* yang buruk;
 - *Traffict* mulai ramai sekitar pukul 9 pagi dan puncaknya adalah hari Rabu pukul 15.00;
 - Pukul 8 malam hingga 8 pagi adalah waktu yang kurang tepat untuk *posting* sesuatu;
3. Twitter
 - Posting terbaik adalah setiap hari antara pukul 12.00 hingga 15.00;
 - Waktu terburuk untuk posting konten adalah hari Jumat di atas pukul 15.00 dan Minggu pukul 20.00 ke atas.
4. Youtube
 - Waktu terbaiknya antara pukul 15.00 hingga 18.00;
 - Malam pukul 21.00 hingga 22.00 juga menjadi waktu terbaik;
 - Sebagian besar penonton YouTube menikmati tayangannya di akhir pekan, sehingga mengunggah konten di hari Sabtu dan Minggu di pagi hari sekitar pukul 09.00 hingga 11.00 bisa jadi alternatif.

Sumber:

<https://www.hipwee.com/tips/waktu-terbaik-posting-di-sosial-media/>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3601500/catat-ini-waktu-tepat-update-status-dan-promosi-di-media-sosial>

Tabel Pesan, Jadwal, dan Pelaksana

Waktu	Pesan (Teks/ Grafis dan Keterangan/ Caption)	Pelaksana*
Tema: Pubertas		
28/10/2019	Bahas isu pubertas bersama guru dan teman-teman di kelas, bukannya sembunyi-sembunyi	Rumah Cemara
29/10/2019	Agar siswa bertanggung jawab atas fungsi reproduksinya, sekolah wajib jelaskan perubahan bentuk tubuh remaja!	EJA
30/10/2019	Sekolah wajib jelaskan menstruasi dan mimpi basah pada semua siswa!	IPPI
31/10/2019	Fungsi organ reproduksi adalah pelajaran sekolah, bukan tontonan macam <i>bokep</i>	ICJR
Tema: Kesehatan Organ Reproduksi		
1/11/2019	Yang wajib ajari siswa soal reproduksi adalah sekolah, bukan media sosial atau industri pornografi	Inti Muda
2/11/2019	Perubahan organ reproduksi remaja wajib dijelaskan sekolah!	OPSI
3/11/2019	Orang tua dan guru sekolah wajib jawab dengan serius pertanyaan soal ejakulasi anak muridnya – ini bukan bahan bercandaan!	Puzzle
4/11/2019	Jelaskan masturbasi bukan sebagai bahan celaan tapi berdasarkan ilmu pengetahuan di sekolah!	YGD
Tema: Rangsangan Seksual		
5/11/2019	Sekolah wajib jelaskan rangsangan seksual, daripada media sosial atau <i>film bokep</i> yang lakukan!	YGN
6/11/2019	Kenapa siswa alami rangsangan seksual? Bahaslah hal ini di kelas bersama guru!	Yakeba
7/11/2019	Guru, kreatif dong jawab apa yang perlu dilakukan siswa kalau terangsang, jangan hanya melarang!	Rumah Cemara
8/11/2019	Sekolah wajib ajari siswa: Reproduksi bisa terjadi karena rangsangan, tapi reproduksi bisa juga dicegah!	EJA
Tema: Batasan		
9/11/2019	Ajari di sekolah: Siapa yang boleh sentuh organ reproduksi siswa?	IPPI
10/11/2019	Selain melindungi dari pelecehan, termasuk secara verbal, sekolah wajib didik siswa soal kespro dan seks!	ICJR
11/11/2019	Tanggung jawab seksual: Guru wajib bahas ini di kelas!	Inti Muda
12/11/2019	Sekolah wajib bahas dan melindungi siswa dari kekerasan dan paksaan dalam pacaran!	OPSI
Waktu	Pesan	Pelaksana*
Tema: Keputusan dan Tanggung Jawab		
13/11/2019	Siswa berhubungan seks, siapa yang putus? Sekolah harus bahas!	Puzzle
14/11/2019	Mitos soal keperawanan atau keperjakaan siswa: Guru, bahaslah secara objektif!	YGD
15/11/2019	Cara lindungi diri sendiri secara seksual harus didiskusikan bersama guru di kelas!	YGN
16/11/2019	Sekolah, ajari bentuk-bentuk tanggung jawab seksual siswa!	Yakeba

* Tiap pelaksana wajib *mention* akun medsos sembilan pelaksana lainnya, boleh tambah figur publik atau *influencer* sesuai yang diharapkan. Gunakan tagar yang sudah disepakati!